

# Hodnoty v životě mládeže v průmyslovém městě

Jadwiga Mazur

## Globalizace – past nebo nová realita?

Globalizace je proces, jehož jsme všichni účastníky. Zakoušíme jej nejen při sledování integrace světového kapitálového trhu, nýbrž také prostřednictvím viditelné a citelné sociální diferenciace. Terelak (1999, s. 22–23) konstatuje: „Signum temporis naší doby, konce 20. století, je ‚smršťování‘ světa do velikosti ‚globální vesnice‘ ( . . . ) Dovedlo to nutně ke globalizaci ekonomických, politických a kulturních procesů.“

Globalizaci jako procesu neprospívá provinciálnost spočívající v přílišném lpění na lokálních hodnotových systémech a historii, nedostatečná schopnost všimnout si kulturních rozdílů a fundamentalismus předpokládající „etnocentrický úhel pohledu“. (Telerak, 1999, s. 24)

Pokud budeme o problému uvažovat z tohoto hlediska, lze konstatovat, že problém globalizace se týká všech oblastí života: ekonomické a politické struktury, národní a regionální mentality, generačních rozdílů a také rodiny. V této souvislosti by bylo patřičné pokusit se realizovat ideu smíru, demokracie, bezpečnosti, tržního hospodářství a solidarity. (de Montbrial, 2000) Solidarity ve smyslu obrany vlastní identity, důvěry v regionální politiku v činnostech prospívajících obecnému blahu.

V nadcházejícím století postačí 20 % práce schopného obyvatelstva, aby si světová ekonomika udržela svou dosavadní úroveň.<sup>1</sup> Bude tedy požadována stále lepší kvalifikace, vzdělání, nebo bude nabízena minimální mzda. Jako stát nemáme příliš velkou surovinovou základnu. Jedním z našich trumfů je kvalifikovaná a levná pracovní síla, jež jako šance může být krátkodobá z důvodu nedostatečných investic do vzdělání mládeže. (Kowalik, 1995) A to může způsobit „snížení mezd v případě nemoci, omezení sociálních příplatků, snižování mezd i přes zvýšenou výkonnost“.

<sup>1</sup>Budoucnost pragmatici z Fairmontu redukuji na pár čísel a jeden pojem: „20:80“ a „tittytainment“ (slovo, jež uvádí Zbigniew Brzeziński a jež označuje směs z omamující zábavy a dostatečného množství jídla, s jejichž pomocí by bylo jakoby snadné udržet na uzdě frustrované obyvatelstvo). V nadcházejícím století postačí 20 % práce schopného obyvatelstva, aby si světová ekonomika udržela svou dosavadní úroveň. „Není poptávka po větší pracovní síle“ - soudí magnát Washington SyCip. Manažer Gage neponechává v tomto ohledu žádné iluze a říká, že Hamletova otázka v budoucnu bude znít: *To have lunch or to be lunch?* Mít jídlo nebo být jídlem? (Vysloveno během setkání na nejvyšší úrovni v San Franciscu v hotelu „The Fairmont“). (Hans-Peter, 1999, s. 8)

Ještě poměrně nedávno, o desetiletí dříve bylo vyučené povolání nejčastěji vykonávaným zaměstnáním, což poskytovalo pocit stabilní a jisté budoucnosti. Profese se občas dědily po celé generace. Tyto hodnoty musí však projít změnami. Mělo by nastat ocenění hodnoty vzdělání a orientace směrem k „moderní osobnosti“. Její charakteristiku uvádí Szczepański (1997, s. 195–196).

V souvislosti s tím jsou veškeré formy vzdělání investicí do vlastní budoucnosti, kapitálem stejně významným jako materiální hodnoty. Fakt, že vlastním diplomem, poskytuje pouze potvrzení určitých dovedností a připravenosti neustále se rozvíjet a dále vzdělávat.

### Mezi námi generacemi

V době globalizace bychom se měli pokusit využít v procesu vzdělávání děti a mládež kulturního dědictví a zkušeností generací fungujících často vedle sebe. Není to snadný úkol, jelikož mladá generace je generací jiné kvality. Závazné vzorce chování rodičů neodpovídají jejich vzorcům jednání a nejedná se o pouhé odvěké generační rozdíly.

Soudobé generace se popisují různým způsobem. Při značném zjednodušení je lze představit podle následujícího dělení. Patří sem:<sup>2</sup>

- *Senioři* (seniors) – generace narozená před 2. světovou válkou. Mnoho pro ně znamená tradice, mají své autority, doprovází je strach z nemoci a samoty, potřebují akceptaci a těsné vztahy.
- *Stavitelé* (builders) – narození krátce před, během nebo po druhé světové válce, měli obdobné životní cíle jako jejich rodiče. Jejich životním cílem byl blahobyt. Mnoho z nich se hlásí ke kulturnímu křesťanství, ateismu, mají intelektuální ambice, doprovází je strach ze stagnace a ztráty zdraví. Potřebují potvrzení vlastních možností, akceptaci, blízké vztahy.
- *Generace úspěšných* (boomers) a mezi nimi *Yuppies* (Young Urban Professionals) – jejich cílem je hlavně profesní kariéra, moc, peníze, jež získávají mnohdy na úkor osobního života a rodiny. Používají relativní, situační etiku, stavějí na krátkodobých závazcích a vztazích. Obávají se ztráty image úspěšného člověka. Přesto potřebují blízké vztahy a akceptaci. Tato generace je rovněž nazývána generací Ego, jejímž cílem je úspěch a hmotné statky, nebo generací BIG MAC – mladou, schopnou, vzdělanou, ale nezaměstnanou.<sup>3</sup> Zmiňuje se také nově vzniklá odnož střední třídy, tzv. generace N, jejíž kryptonym pochází z anglického slova

<sup>2</sup>Zajímavě se této problematice věnuje Alina Wieja (1998).

<sup>3</sup>Zcela přirozenou reakcí je mít menší počet dětí nebo nezakládat rodinu vůbec. Dnešní členové rodiny ji podporují méně, jelikož tato není nyní nezbytná pro jejich vlastní ekonomické přežití. Lidé neppracují jako rodina. Často se vidají pouze sporadicky z důvodu rozdílných pracovních a školních rozvrhů. Stává se, že dospělé děti žijí tisíce mil od rodičů a sourozenců. Rodina již není systémem sociální péče, byla zastoupena státem a rodina se

Network, tedy síť. Generace N je výsledkem informační revoluce. (Szczepański, 2000, s. 14)

- *Generace X* (busters) – je jim 14 až 30 let, preferují postmodernismus, doprovází je anomie a odcizení. Chybí jim autority, zavrhnou je, což pro jejich rodiče bylo výzvou. Vychovaní masmédií často utvářejí přání a mezilidské vztahy po vzoru filmové fikce, čtou málo, zato se rádi dívají na televizi. Nejraději přijímají postoj diváka, žijí podle koncepce JÁ místo MY. Doprovází je pocit prázdnoty a samota, potřebují akceptaci, připojují se k subkulturám a sektám a přijímají jejich hodnoty, mají pocity ztracenosti a hledají svou identitu. „Není snadné předvídat, zda domácí generace X vytvoří svět na sociálním okraji. (...) Naopak jisté se zdá být, že takový vliv, nebezpečný ve svém rozměru, může mít nebo již má prostředí domácích panelákových dětí, nevalně vzdělaných dvacátníků třicátníků, kteří bydlí na velkých panelákových sídlišťích bez atmosféry, frustrovaných a agresivních.“ (Szczepański, 2000, s. 14)
- *Generace Y* (bridgers) – narození v devadesátých letech, vychovaní často za přítomnosti televize, videa, rychle se pohybujících obrázků, chybí jim schopnost oddělit fikci od reality.<sup>4</sup> Stále častěji se v této skupině objevuje problém hyperaktivity a emocionálních poruch. Do forem komunikace zapojují agresi. Ještě není mnoho známo o této generaci. Objevují se naopak pokusy nazývat ji „generací Petera Pana“, „generací axiologického vakua“, „generací 2000“. Dala bych této generaci také název „generace metamorfózy“, jelikož je generací změny životního stylu, ideálů, hodnot; jsou poněkud vyobcováni v důsledku jejich mezigenerační ztráty orientace. Pokoušejí se vybudovat si svůj svět, ovšem bez jistoty, že v něm skutečně najdou své místo.<sup>5</sup>

K prvním třem generacím patří také skupina, jež nemá cíl, žije ze dne

---

nechopí opět svých povinností ani v situaci, kdy stát z nich ustoupí. Pokud se vyjádříme jazykem kapitalismu, děti přestaly být „centry zisku“ a staly se „centry výdajů“. Děti i nadále potřebují rodiče, ovšem rodiče nepotřebují děti. (Thurow, 1999)

<sup>4</sup>Televize a filmy zastoupily rodinu ve funkci utváření hodnot. Průměrný americký teenager tráví před televizním přijímačem 21 hodin týdně, zatímco se svým otcem pobývá o samotě pět minut, s matkou 20 minut týdně. Než dosáhne -náctiletého věku zhlédne osmnáct tisíc vražd. Lze polemizovat, v jak přesné míře násilí v televizi vyvolává skutečné násilí a co se stane, pokud se počet vražd v televizi na hodinu zdvojnásobí, avšak nikdo nemůže pochybovat, že na náš hodnotový systém má veliký vliv to, na co se díváme v televizi. Vizualně-verbální média nás v mnoha ohledech přivádějí zpět do světa analfabetismu. Počítá se emocionální, vizuální odvolávání se na emoce nebo strach, nikoliv logické používání abstraktního, přísného myšlení. Média se stávají světským náboženstvím a zastupují v podstatě společnou historii, národní kultury, skutečná náboženství, rodiny a přátele, jako dominantní síla tvořící náš obraz reality. (Thurow, 1999, s. 114 a 115)

<sup>5</sup>Popis jednotlivých generací lze najít rovněž v článcích M. Adamczyka (1998a, 1998b).

na den. Tráví pasivně čas, častokrát je závislá na alkoholu, ve vztazích k blízkým používá násilí. Chybí jí dovednost komunikace s jinými, mnohdy ji doprovázejí pocity beznaděje a pochybnosti.

Nejmladší skupiny generací jsou vystavovány mnoha tlakům, jež jsou příčinou jejich pocitu ztracenosti, nejisté budoucnosti a absence autentických blízkých svazků. Mezi nimi jsou následovníci generace Ego, generace N, generace úspěšných, ale také ztracení mladí chudí rozhněvaní<sup>6</sup> bez pocitu opory v rodině, ve škole nebo lokální společnosti.

Hanna Świda-Ziemia (1998, s. 71) při shrnutí výzkumů provedených v osmdesátých a devadesátých letech zjišťuje, že „generace transformace se ukázala (...) generací ztracenou, reflexivní, soustředěnou kolem problémů vlastní existence a případně základů existence světa“. Společně s generací svých rodičů a prarodičů hledají však pocit bezpečí, lásky a akceptace, vyřešení vlastních konfliktů. Nezbyvá než doufat, že toto společné hledání uspokojení potřeby bezpečí, lásky a akceptace se může v lokálním prostředí stát prvkem mezigenerační integrace.

Závěrem lze říci, že do výchovy mladé generace by se měla zapojovat nejen rodina, ale také lokální prostředí (včetně sociálních institucí, které v něm již působí). Tyto záměry by se měly ocitnout mezi strategiemi sociálních činností jako prvořadé cíle, které by měly být realizovány v lokálním sociálním prostoru.

## Výzkum

V roce 2003 jsem provedla výzkum životního stylu a hodnot mezi gymnazisty (mládež – 786 osob ve věku od 13 do 16 let) v průmyslovém městě Jastrzėbie Zdrój. Výsledky výzkumu, jež se týkaly autorit, poukazují na nízké hodnocení učitelů, kněží. Největší autoritě se těší rodiče. Ve světě autorit se ocitly rovněž hvězdy z oblasti zábavy, které se ne vždy setkávají s akceptací ze strany dospělých zúčastněných na procesu socializace. Za nejvyšší hodnoty zkoumaní považovali lásku a přátelství. Znepokojující je to, že do tohoto světa hodnot žáci zahrnuli také vlastnictví hodnotných předmětů, peníze. Z výzkumu vyplývá, že čas by rádi trávili pasivně při sledování TV nebo u počítače. Zároveň poukazovali, že město nenabízí dostatečný počet možností trávení volného času. Prohlašovali zpravidla založení rodiny v budoucnosti a moment sexuální iniciace určovali na věk mezi 17–20. Poměrně brzy v této skupině probíhala iniciace spojená s alkoholem, přiznávali rovněž

<sup>6</sup>Myšlenka vyslovená Thurowem (1999, s. 50) zní: „The story had been told, příběh je dovyprávěn, a nyní, když se již všichni znají -- sedláci na Kamčatce, v Ohňové zemi, na Madagaskaru a všichni chudí mladí a všichni mladí chudí – teď by se mělo najednou ukázat, že není skutečný? Nebude Kalifornie nebo Německo pro všechny?“

kontakt s drogami. V části věnované způsobu reakce na násilí se nejčastěji stavěli do role „diváka“.

Provedený výzkum poukazuje na druh ztráty orientace, absenci autorit, zvláště mezi osobami, jež se účastní procesu socializace, což je znepokojující o to víc, že právě ve škole žáci tráví značné množství času. Je obtížné odpovědět na otázku, jaká bude nová generace X v budoucnosti, zda bude následovat tradiční životní cestu svých rodičů, nebo vytvoří specifickou generační skupinu. Zda si najde své místo v realitě Evropské unie. Nové otázky vyžadují nové výzkumy, které se možná uskuteční již na mezinárodní úrovni, alespoň pokud se jedná o území postkomunistických států.

*Přeložila Jolanta Najderová*

## Literatura

- ADAMCZYK, M. Generacja X. *Remedium* 1998a, č. 4, s. 33–35.
- ADAMCZYK, M. Generacja Q. *Remedium* 1998b, č. 4, s. 35–37.
- HANS-PETER, M. *Pałapka Globalizacji. Atak na demokrację i dobrobyt*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie, 1999.
- KOWALIK, A. Globalizacja ekspansji wielkich przedsiębiorstw. Korporacje transnarodowe. *Rzeczpospolita*, Ekonomia, 29. 6. 1995.
- DE MONTBRIAL, T. Jak zbudować Europę. (Podtitulek Byłoby niedobrze, gdyby USA pozostały głównym aktorem na scenie zachodniego świata). *Rzeczpospolita*, dodatek Milenium, 18. 5. 2000.
- ŚWIDA-ZIEMBA, H. *Wartości egzystencjonalne młodzieży lat dziewięćdziesiątych. Zakład Socjologii Moralności i Aksjologii Ogólnej*. Warszawa: Instytut Stosowanych Nauk Społecznych, Uniwersytet Warszawski, 1998.
- SZCZEPAŃSKI, M. S. Rodzina w okresie restrukturyzacji: instytucja zapoznana? Przypadek województwa katowickiego. In FALISZEK, K., MCLEAN PETRAS, E., WÓDZ, K. (ed.) *Kobiety wobec przemian okresu transformacji*. Katowice: Wydawnictwo Śląsk, 1997, s. 195–196.
- SZCZEPAŃSKI, M. S. Kapitał społeczno-kulturowy a rozwój lokalny i regionalny. Prolegomena. In SZCZEPAŃSKI, M. S. (ed.) *Kapitał społeczno-kulturowy a rozwój lokalny i regionalny*. Tychy: Wyższa Szkoła Zarządzania i Nauk Społecznych w Tychach, 2000, s. 14.
- TERELAK, J. F. *Psychologia menadżera. Wybrane zagadnienia psychologii organizacji i zarządzania*. Warszawa: Difin, 1999.
- THUROW, L. C. *Przyszłość kapitalizmu. Jak dzisiejsze siły ekonomiczne kształtują świat jutra*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie, 1999.
- WIEJA, A. Problemy pokolenia X i tajemnice pokolenia Y. *Nasze inspiracje*, Wydanie specjalne, wiosna 1998.

MAZUR, J. Hodnoty v životě mládeže v průmyslovém městě. *Pedagogická orientace* 2004, č. 2, s. 45–49. ISSN 1211-4669.

**Adresa autorky:** dr Jadwiga Mazur, Uniwersytet Śląski w Katowicach, Filia w Cieszynie, 43-400 Cieszyn, ul. Bielska 62, Polska