

Pokolenie nadziei?

Tendencje i specyfika zmian w zachowaniach, postawach współczesnej młodzieży

Dr hab. Jacek Kurzępa prof. SWPS WZ Wrocław
szalupa@wp.pl / szalupa2@gmail.com

poniedziałek, 5 listopada
2012

Badaniem objęto młodzież obojga płci, w wieku pomiędzy 14, a 25 rokiem życia, w grupie 1700 respondentów, mieszkańców wsi z Ziemi Lubuskiej, dużych miast (Piotrkowa Trybunalskiego, Zielonej Góry, Gorzowa) i aglomeracji wielkomiejskiej (Warszawa).

W czasie badań jakościowych udało się pozyskać zgodę grupy respondentów do:

a) w 29 przypadkach (dziewcząt i chłopców) towarzyszenia im w przeciągu 12 godzin ze zwykłego dnia w tygodniu- odnotowywania ich aktywności, dokumentowania jej, prowadzenia wywiadu pogłębianego;

b) podobnie udało się manewr ten zastosować w odniesieniu do aktywności respondentów podczas dwóch przypadkowo wybranych weekendów, kiedy to od jego rozpoczęcia (piątek) do niedzieli (po południe) badani poddani zostali badaniu jakościowemu (obserwacji ciągłej próbki czasowej w ich biografii);

c) ponadto w trakcie badań uzyskaliśmy zgodę respondentów do wejścia w ich prywatny świat, czyli mieliśmy możliwość przebywania w pokojach respondentów i sfotografowania ich; oraz mieliśmy możliwość bycia w przeróżnych miejscówkach respondentów, które także mogliśmy udokumentować;

d) kolejnym aspektem tego typu badań była szczegółowa analiza jakościowa blogów

internetowych i forów społecznościowych, na których spotykaliśmy się z respondentami;

Wyznawane i respektowane wartości

Pokolenie NADZIEI

Hołduje wartościom wspólnotowo-rodzinnym o dużym zabarwieniu emocjonalnym!

Wśród respektowanych w tej grupie wartości znalazły się między innymi:
przyjaźń, uczciwość, miłość, rodzina, bezpieczeństwo socjalne, godność;

Triplet: przyjaźń, miłość, rodzina są w każdej z badanych grup najważniejszymi wartościami. Przy czym im większe miasto tym wartość przyjaźni wzrasta (71% Wawa- 62% Piotrków/ Zielona Góra, Gorzów; 58% wieś), jest tak samo ważną dla dziewcząt jak i chłopców;

przy czym im starsi respondenci tym jej wartość tym jej wartość nieznacznie ale się obniża, z natury rzeczy na korzyść miłości (szczególnie tej, którą można obdarzyć partnerkę/ partnera). **Przyjaźń** jest ważniejsza dla chłopców młodych mężczyzn, podczas gdy kobiety uznają, że priorytetową dla nich jest miłość (przyjaźń/ miłość: chłopcy- 62 / 59%; dziewczęta 70 / 72%)

Rodzina jest wartością uznawaną w każdej z grup respondentów za szczególnie ważną, przy czym najważniejszą jest dla mieszkańców Piotrkowa (65%), Wawy (64%) i wsi (57%). Zdecydowanie ważniejszą dla dziewcząt niż chłopców (67% do 59%) oraz w grupach wiekowych nieco ważniejszą dla starszych niż młodszych respondentów, choć różnica wyników nie jest znacząca (65/62%) .

Następne są uniwersalne wartości humanistyczne, takie jak: **szczęście, zdrowie, mądrość- wiedza, szacunek do siebie i innych, edukacja, tolerancja, dobre relacje międzyludzkie.**

Szczęście jest tą wartością, która nieodmiennie towarzyszy każdej z grup respondentów i znajduje się zaraz po rodzinie.

Badani (zaskakujące jest to, że także w grupie 14- 16 latków) bardzo wysoko uplasowali wartość związaną z **szacunkiem do samego siebie i szacunkiem dla innych.** W przypadku młodszych respondentów wskaźnik ten osiągnął wartość 60%, starszych 62%. Mocniej dominuje w wyborach dziewcząt (65%), niż chłopców (56%), większych miast (po 61%), niż ze wsi (56%). Interesujące jest wyrównanie wyborów w odniesieniu do edukacji, w obu grupach wiekowych po 50%, jako wartość bardzo ważna, nieco wyżej znajdująca się w wyborach dziewcząt, niż chłopców (54/46%), bardziej ceniona w większych miastach (55% Wawa/ 52% Piotrków) niż na wsi (45% wieś).

Przy tym wątku konieczne jest odnotowanie wyższych notowań dla wartości jaką jest **mądrość** jak taka, a nie kojarzona linearnie z edukacją. W jej notowaniach wyraźna jest niemalże równowartość w grupach wiekowych (54,8% młodzi/ 55,05% starsi) co nie tylko może dziwić, ile satysfakcjonować.

W analizowanych wyborach bardzo wysoką pozycję zajmuje **zdrowie i dobre samopoczucie, będące jego wynikiem, czyli dobra kondycja fizyczna.** Jest to wskaźnik wyższy u młodszych niż starszych, choć w obu przypadkach mocno przekracza 50 % wskazań (młodzi/starsi 58/56%); w przypadku dziewcząt i chłopców uzyskuje te same notowania (po 57%), młodzież wiejska i z dużych miast nieznacznie bardziej ceni tą

wartość, niż z Warszawy (61/62/ 53%).

W zestawieniach dotyczących innych wartości ciekawym jest, że:
-**radość** jako taka, jest ważniejsza dla młodszych niż starszych (49/42%); chłopaków niż dziewcząt (48/42%), mieszkańców wsi niż większych miast (43/38/36%);
-**życie w zgodzie z własnym sumieniem**, z natury rzeczy ważniejsze dla starszych, niż młodszych (61/53%); dziewcząt, niż chłopców (61/51%), z większych miast, niż ze wsi (53% Warszawa/ 55% Piotrków/Zielona Góra 52%/ Gorzów 49%; 49% wieś);
Na kolejnym poziomie znajdują się **wartości autoteliczno- transcendentne: między innymi wiara, Bóg, czyste środowisko, kultura, sztuka**

Zauważalna jest tendencja do minimalizowania znaczenia **wiary/ Boga** w życiu respondentów. Wydaje się, że jest to dość powszechna cecha dla młodszych, którzy deklarują w niewielkim stopniu uznanie, że wiara jest ważną wartością (36%), podczas gdy jednocześnie w największym stopniu po władzy, uznali, że jest otwartość najmniej ważną (3,3% / władza 5,5%). W przypadku młodych dorosłych wskaźniki te wyniosły: wiara 28% jako najważniejsza wartość, 3,0% najmniej ważna; w odniesieniu do władzy: najważniejsza wartość: 28%, najmniej ważna: 6,8%. W obu przypadkach zatem wartości te znalazły się na najniższym poziomie listy najważniejszych wartości i na najwyższym poziomie najmniej ważnych.

Do tej „czarnej listy” wartości należy dodać jeszcze kulturę sztukę oraz patriotyzm. Kultura jest wartością mało istotną dla chłopców głównie (3,2% jak najmniej ważna/ dziewczęta 1,8%), z miasta dużego, niż aglomeracji i ze wsi (Piotrków- 4,8%; Wawa- 2,2%; wieś- 2,0%). Patriotyzm natomiast najmniej istotny w wielkim mieście (Warszawa- 2,3%), niż w Piotrkowie, Zielonej Górze, Gorzowie (0,7%; 0,9%; 1,0%), ma natomiast istotne znaczenie dla mieszkańców wsi. Nie zaskakuje fakt, że bardziej uznawany jest

przez chłopców niż dziewczęta, starszych niż młodszych.

Triplet wartości czysto konsumpcyjno-ekspresyjnych, takich jak: atrakcyjny wygląd, atrakcyjne życie, oraz kariera znajdują się w środku listy wartości najmniej ważnych, jednocześnie pod koniec listy wartości najważniejszych. Może znamionować to, sytuację odejścia od hedonistycznych uciech i potrzeby zaistnienia pod każdym względem, na rzecz bardziej racjonalnych i ugruntowanych przesłanek ku temu, żeby liczyć na to, że w przyszłości będę miał dobrą (tzn. zgodną z

zainteresowaniami badanych i jednocześnie atrakcyjną finansowo pracę).

Mamy do czynienia z młodzieżą, która wykazuje duże nastawienie **prospółnotowe**, dominującymi wartościami są te, które odnoszą się do **wspólnoty w przyjaźni, czy rodziny**.

Każdorazowo nasycone jest to także kontekstem emocjonalnym, z wysokim uplasowaniem **Miłości, Szacunku i Godności**, jako tych wartości, które towarzyszą tym relacjom. Mamy zatem przed sobą człowieka bardzo wychylonego ku innym- pragnącego więzi, bliskości ale nie iluzorycznej, tylko namacalnej, opartej na fundamencie **zaufania, szacunku i wierności!**

Bardzo interesujące jest także to, że są to ludzie, którzy mimo inwazji kultury konsumpcji, nowego hedonizmu, **nie ulegają mu beznamiętnie**, a wprost przeciwnie zanim oddadzą się mu (konsumpcji) potrafią najpierw rozejrzeć się wokół, zobaczyć komu czego potrzeba i zadbać o to, żeby zarówno zdobywać wiedzę, poszerzać zakres swoich kompetencji, jak i nawiązywać żywe i dobre relacje z innymi ludźmi skądkolwiek by byli i jacy byli **(tolerancja społeczna i szacunek)**;

W zakresie hedonistycznych wartości nie wykazują szczególnych przesterowań w kierunku egzaltacji nadmiernym posiadaniem, gdyż koreluje to z niską pozycją takich wartości jak pieniądze, władza, czy siła, które to wartości określone jako pragmatyczno-utyłitarne znajdują się na najniższej pozycji w uzyskanym rankingu.

Wśród wartości autotelicznych znajdują się Bóg, wiara, kultura, czy sztuka, ale także te, które są wynikiem najnowszej edukacji i świadomości ekologicznej młodego pokolenia,

gdyż chodzi o czyste środowisko.

Czas wolny

Przyglądając się deklaracjom badanych co robią w wolnym czasie uzyskujemy wskazania, które prowadzą do następujących wniosków szczegółowych: generalnie można powiedzieć, że dysponują dość sporym budżetem czasu wolnego (17 h- 3,5/ dzień; w weekendy 16 h – 8/ dzień), tylko, czy:

- są wystarczająco wypoczęci, żeby z niego skorzystać (nie!);
- dysponują kasą żeby ten czas jakoś na bogato zagospodarować (nie!);
- mają go z kim konsumować (Tak!)

Czas wolny cd.

- b) wykazują dużą potrzebę 3 x A, czyli **afiliacji, akceptacji, admiracji (słowem kochać i być kochanym i to nie w sensie czystym tego słowa, ale w sensie szerokim- posiadać krąg osób, które lubię, one mnie lubią, akceptuje, one mnie akceptują, mam sympatię; jestem czyimś partnerem;);** dzięki temu mogą spędzać czas, głównie na :
 - * Spotkaniach z PRZYJACIÓŁMI (75%);
 - * spotkaniach z Rodziną (33%);
 - * spotkaniach z sympatią (29%);
- c) oczywiście czas spędzają także biernie konsumując go, na:
 - * oglądaniu TV (65%);
 - * oglądaniu- korzystaniu z Internetu (64%);
 - * słuchaniu muzyki (63%);
- w/w elementy wpisują się pewną konieczność i szczególną cechą młodego człowieka, **MUSI BYĆ NA BIEŻĄCO**, wiedzieć co i gdzie się dzieje.
- d) spora liczba respondentów wskazuje na inne aktywności, które pochłaniają ich czas wolny są to:
 - - czytanie książek (28%);
 - - pomaganie w domowych pracach (27%);
 - - uprawianie sportu (23%);
 - - shopping (26%).

Niesie w sobie to informację o **dużej potrzebie aktywności badanych, coś MUSI SIĘ DZIAĆ, TRZEBA DZIAŁAĆ, NIE NUDZIĆ SIĘ!** Są to swoiste imperatywy, które nakręcają **Młodych!**

Na zapytanie co stanowi o tym, że spędzając czas można by go uznać za udany, badani wskazują kilka jego przesłanek:

Przyjemnie spędzić czas to tyle co spotkać się z przyjaciółmi lub w dobrym towarzystwie, w miłej atmosferze, by dobrze się czuć ale żeby i inni dobrze się ze mną tak czuli! Jest to bycie szczęśliwym, bez problemów i smutków.

Stanowi to antytezę świata ludzi dorosłych: narzekających, z nosami na kwintę, stale będących w konflikcie z kimś lub też mających do kogoś pretensję.

Zatem na pytanie czy jest to **HEDONIZM młodych ludzi, czy**

antyteza MALKONTENCTWA, to wskazałbym to drugie!

Relacje z otoczeniem

- Zapraszając - respondentów do oceny ich kontaktów z innymi ludźmi wskazali (ocenili w skali 1-5) swoje kontakty z najbliższymi (czyli w przywołanej wcześniej relacji wspólnotowo- rodzinnej) bardzo wysoki, dla :
- relacji z przyjaciółmi wystawili ocenę 4,43;
- ze znajomymi ocenę 4,28;
- z rodzicami 4, 01;
- z nauczycielami, wychowawcami 3,79
- W każdym przypadku uznać należy, że dla respondentów relacje z innymi ludźmi są ważne pod względem nie tyle ich ilości, ale głównie jakości bycia razem!
- W tym kontekście ważną informacją jest ta, że młodzież przykłada duże znaczenie do relacji z rodzicami. Być może zbyt rzadko dostrzegamy ich starania, nie zmienia to faktu badawczego, który sygnalizuje, że:
- bardziej zażyłe kontakty mają badani z Matkami, niż z Ojcami (uznają ich za przyjaciół w przypadku Matek 28%, Ojców 18%);
- cenią ich szczególnie, bo mogą się zwierzyć ze spraw, z którymi nie dają sami rady (wobec Matki w 51%, wobec Ojca 45%) ;
- poza tym jeśli w budżecie czasu młodzi mieliby go więcej, to w 8% przeznaczyliby na bycie w Rodzinie;

Relacje z rodziną

- W odniesieniu do relacji rodzinnych w badaniu respondenci stanęli przed zadaniem wskazania różnicy pomiędzy tym czego doświadczają (co robią, gdy są z rodzicami), a co chcieliby z nimi robić (czyli deklaracje). Zdiagnozowana różnica usytuowana jest w przesunięciu owych aktywności z kontekstu codzienności, pewnej rutyny i ich powszedniości, w kierunku „Wydarzenia”, sytuacji, która nabiera znaczenia przez fakt, że jest nie codzienną, istotną dla młodego człowieka!!!! (odpowiada na jej/jego potrzebę);
- **Czyli zamiast:**
- **Pośpiesznego zjadania posiłków -----wspólne spędzanie wakacji/ weekendów;**
- **Codziennego niemego oglądania TV-podejmowanie rozmów na ważne tematy dla Dziecka (o jej/jego przyszłości; o jej/jego relacjach z innymi ludźmi);**
- **nic- nie –robienia ----- wspólne uprawianie jakiś pasji/ hobby/sportu; grania na komputerze, serfowania po necie dyskusowania o aktualnych wydarzeniach społeczno- politycznych i kulturalnych;**

*JEST TO SWOISTE ZAPROSZENIE:
„WEJDŹ DO MOJEGO ŚWIATA...NIE BÓJ
SIĘ...JA TU CZEKAM...ALE TRAKTUJ MNIE
PO PARTNERSKU, RESPEKTUJ GRANICE
MOJEJ PRYWATNOŚCI”*

Oczekują od rodziców, że oni będą:

TERAZ im towarzyszyć w sensownym, aktywnym, twórczym spędzaniu
wolnego czasu;

Staną się **pomocni** w oswojaniu nieprzyjaznej przyszłości, rozumieniu
teraźniejszości;

Pomocni w rozwiązywaniu dylematów rówieśniczych, szkolnych,
sercowych;

Znajdą czas aby pójść razem do kina, teatru, lub uprawiać sport!!!

Jest to generacja wzrostu oczekiwań wobec własnych Rodziców!!!!
Absolutnie wyszli już z zachowań, które związane były z zażenowania,
że się ma takich a nie innych rodziców. Obecnie młodzi uznają, że
doskonale, że są może, ale to oni właśnie potrzebują więcej wzmocnień
niż ich dzieci. W wielu przypadkach jest tak, że młodzi są dynamiczni,
kreatywni, a pokolenie ich rodziców staje się gnuśne, zmanierowane,
na wstecznym biegu. Bez konkretnej przyczyny, z lenistwa TYLKO!
Dodatkowo sprawę uzupełnia spostrzeżenie, iż **zaraz po intensywnych
kontaktach rówieśniczych, które dla młodzieży są priorytetem,
większość czasu spędzają korzystając z Internetu/ słuchając muzyki/
spędzając go z rodziną.**

Mamy zatem sytuację taką, iż fizycznie są w przestrzeni domu, jednak
czy jest to wspólnota mająca pełny wymiar obecności wobec siebie?
Zdaje się, że nie do końca, w efekcie zatem młodzież wskazuje, że
gdyby dysponowała godziną więcej w swoim budżecie czasu, to

przeznaczyłaby ją na intensyfikację kontaktów rodzinnych.

Słowem relacje z rodzicami są przyjazne. Oparte bardziej na przyzwalaniu, niż na ograniczaniu praw i przywilejów, bądź obarczaniem obowiązkami. Młodzi mają wolną rękę co do wyboru szkoły, uczelni, urządzenia własnego pokoju. Sprzeczki zdarzają się sporadycznie i jeśli już to z młodszymi niż starszymi. Obie strony unikają konfliktów. **Jedną z najczęstszych strategii rodzicielskich jest :**

Zostańmy Przyjaciółmi Naszych Dzieci!!!

I strategia ta jest przyjmowana coraz częściej ze świadomością, że PRZYJAŹŃ zobowiązuje obie strony! Zatem zarówno rodzice starają się stawać partnerscy wobec swoich dzieci, jak i one starają się być odpowiedzialne wobec swoich rodziców. Oczywistym jest fakt badawczy, że im młodsze dzieci tym rodzice bardziej rygorystyczni i restrykcyjni. Z wiekiem ich jurysdykcja staje się mniej opresyjna, a także stosowane jest stopniowanie wolności, np. poczynając od samodzielnych wakacji, kończąc na coraz późniejszym powrocie do domu z imprezy. Jednocześnie u dzieci wzrasta poczucie samodyscypliny i chęć nie zawiedzenia rodziców, zrozumienia dla ich troski o latorośle oraz kłopotu w

jakim się znajdują nie do końca czując współczesny świat

**Rozumieją, że zakazy ze strony Rodziców wobec nich są wynikiem:
naturalnej matczynej/ ojcowskiej troski o nich i odpowiedzialnością za nich;
wpisującymi się zachowaniami w rolę ojca/matki i muszą ją grać;
czasami zakazy są głupie i nie należy ich „głupio omijać”;**

**Idąc dalej młodzi twierdzą, że
bunt jest nie pragmatyczny, więcej przynosi szkody niż pożytku;
żadna ze stron nie wyjdzie z konfliktu bez szwanku, lepiej sobie tego zaoszczędzić;
rodzice czasami wolą nie wiedzieć i nie widzieć, zatem im nie mówię, po co ich drażnić;
czasami dzieci udają, że nie znają normy lub nie wiedziały o zakazie, to z kolei pozwala
rodzicom zawiesić wykonanie kary.**

Najczęściej zakazy jakie są przedkładane dzieciom, to:

- zakazy wobec nadużywania/ używania alkoholu, narkotyków, papierosów,
przedwczesnego seksu;**
- zbyt późnych powrotów do domu (młodsze);**
- spotykania się z nieznanym rodzicom towarzystwem (starsi);**
- siedzenia stale przed PC / TV (wszyscy);**
- wakacjami/wyjazdami z niesprawdzonymi koleżankami/kolegami;**

Do kluczowych obowiązków zaś zalicza się najczęściej:

- sprzątanie własnego pokoju, niekiedy domu;**
 - codzienne zakupy;**
 - wyrzucanie śmieci;**
 - troska o zwierzę domowe;**
- troska o kwiaty (częściej dziewczęta niż chłopcy, bo albo przelewają wodę, ale
zapominają zupełnie o kwiatkach);**
 - odwiedziny u babci;**
 - mycie samochodu;**
 - troska o młodsze rodzeństwo.**

Kontesktty medialne rodziny

- Ciekawym kontekstem dla analiz dotyczących renesansu Rodziny w perspektywie życia młodzieży, jest wskazanie, iż także w sferze wyborów programów telewizyjnych skupiają swoją uwagę głównie na serialach, programach, filmach o tematyce rodzinno- obyczajowej (M jak miłość- 27% / Na Wspólnej- 25% / Pierwsza Miłość- 20% / Brzydula- 15%), kolejnymi co do częstotliwości wyborów znalazły się programach, w których coś się dzieje, są dynamiczne, intrygują (np. sprawy społeczne, interwencje) włączają widza w sprawę (Mecze-sport- 15% / W11-13% / Detektywi- 11%) zaraz po nich rozrywka na dobrym poziomie (MTV i You can dance- 10%)
- Przywołując programy telewizyjne chcę wskazać także, że nie jest to tylko ich bierne oglądanie ale często pobudzenie motywacji, żeby z sobą coś zrobić. Zdają sobie bowiem sprawę, że brak im wytrwałości, że przy pierwszych trudnościach czy porażkach często „wymiękają i rezygnują”. Jednocześnie coraz częściej rozumieją, że bez wyrzeczeń nie ma sukcesów (paradoks You Can Dance czy Programów z karierami śpiewającej młodzieży). Wchodzą w obszary do niedawna dla siebie niedostępne, nie chciane- konfrontacji i próbowania się ze swoimi słabościami!!! Wchodzą zatem w obszary:
 - ciężkiej, długotrwałej pracy – treningi sportowe, taneczne, językowe;
 - doświadczają przełamywania własnych ograniczeń i słabości(j/w albo karaoke, albo castingi);
 - szukają niezależności od rodziców, gdyż zbyt często to oni są hamulcowymi w doświadczaniu życia przez dziecko, bo za mocno kochają, albo nie ufają w jej/jego możliwości;
 - budują relacje z innymi ludźmi (uczą się życia w partnerstwie);
 - szukają zmian w życiu by stawić im czoła (ze wsi do Piotrkowa, z Piotrkowa do Wawy, z Wawy do Londynu);
 - Dlatego też popularność i moda na sporty ekstremalne i chciałoby się na bungie (ale czasami za drogie).
 - I zaczynają rozumieć, kalkulować, że osiągnięcia na pierwszym progu (np. dobre LO), otwierają drogę dalszej kariery, do poziomu II (jak w grze komputerowej). W efekcie marzenia- cele są w stałym melanżu. Cechuje ich jednak stała (dla każdego pokolenia młodych) Niecierpliwość, Zapalczywość, Natychmiastowość.
 - Kłody stawiają czasami rodzice, system, kryzys.

Relacje rówieśnicze

- Kolejnym ważnym i badawczo rozpoznawalnym faktem jest
 - **MAGNETYZM GRUPY RÓWIEŚNICZEJ**
- Badanych cechuje konieczność posiadania różnych kręgów konfraterstwo- konfidencji- poziomu znajomości z rówieśnikami. Określiłbym je
 - **Kręgami wspólnoty,**
- W ich epicentrum, czyli w najbliższym sąsiedztwie jednostki znajdują się maksymalnie 2-3 osoby, które dopuszcza się do maksymalnej wiedzy na temat życia, problemów, marzeń, namietności, dylematach tożsamościowych, problemów z rodzicami, lęków i nadziei na coś. Jest to krąg:
 - **Maksymalnej bliskości- pełnego braterstwa**
- Nieco szerszy krąg, zakreśla grupa ok. 20 osób znajdujących się w realnym, bliskim kontakcie z jednostką, najczęściej rekrutują się z osób z tej samej klasy, szkoły, sąsiedztwa (blokowiska, wsi). Ich obecność ma charakter towarzysko- praktyczny, gdyż z nimi po prostu się „masuje czas”, „miksuje klimaty”, przesiaduje na miejscówkach, gada o wszystkim i o niczym, ale także w sytuacji gdy potrzeba jest wsparcia, pomocy (w szerokim zakresie czy sklepać kogoś kto podpadł, albo pożyczyć notatki ze szkoły bo było się na wagarach), to zasadniczo można na nich liczyć. Jest to krąg:
 - **Wspólnoty przeżyć**
- Najszerszy krąg wyznacza lista adresowa zarówno z komunikatorów internetowych, listy mailingowe, czy też talia znajomych na popularnych forach społecznościowych (np. Fotka.pl ; NaszaKlasa.pl ; Grono.pl itp..) W kręgu tym może znaleźć się rozmaita liczba osób (nawet 300,☺) o tą wielkość rywalizuje się, stanowi dowód bycia popularnym, dodaje osobie splendoru i sznytu kogoś o kogo się zabiega. Z punktu widzenia potrzeby psychologicznej opiera się ona na potrzebie uznania, bycia zaakceptowanym, dostrzeżonym, uznanym za kogoś kogo się lubi, lub co najmniej akceptuje, bo „bez tego nie wziąłbym cię na listę moich gadulców”. Jest to krąg:
 - **Wspólnoty kontekstowej**
 - **albo Kulturowych kontekstów (zobowiązań; mód);**

Do najczęstszych form aktywizowania się z rówieśnikami, zalicza się wspólne pogaduszki (dorostym z reguły wydaje się, że rozmawiają o dość błahych sprawach i nie ma nic bardziej mylnego, być może tematyka rozmów jest trywialna, ale co innego gra tutaj ISTOTNĄ rolę. **Jest to zaprzeczenie deficytu czasu dla siebie nawzajem, na które stale narzekają Rodzice, Nauczyciele, Opiekunowie. Rówieśnicy – ci z kręgu pełnego braterstwa są DOSTĘPNI STALE!!!** To jest także ich test weryfikacji w przyjaźni i ewentualnego przesunięcia w kręgach wspólnoty, **młodzi MUSZĄ MIEĆ kogoś na kogo mogą liczyć!** Powtarzają: „nie mów, że żyjesz tak szybko, że nie masz na nic czasu!
Powiedz wprost: nie masz czasu dla mnie!”

Koleżanki i koledzy z dwóch najbliższych kręgów różnicuje także dyspozycyjność wobec siebie wzajemnie. Z reguły jednak cenioną zaletą jest fakt, że są dla siebie **DOSTĘPNI, POD RĘKĄ, NA WEZWANIE!**

Wykorzystują do tej komunikacji wiele sposobów, przez co utwierdzają się w przekonaniu o lojalności wobec siebie np. sms'y; rozmowy przez telefony komórkowe; spotkania w realu; kontakt via Internet(komunikatory); portale społecznościowe.

Warto wskazać, że omówione kręgi tworzone są także gdyż:

- czują się w nich bezpiecznie;
- są w nich akceptowani;
- są lojalni wobec siebie;

Ale także można dodać, że:

- boją się obcych;
- w nowych środowiskach musieliby walczyć o swoją pozycję;
- nie mają dość kompetencji społecznych by zmieniać te kręgi;

Główne aktywności, które dotyczą życia wspólnotowego młodzieży mają charakter zabawowo- towarzyski.

Magnetyzm grupy rówieśniczej

jest na tyle istotny, że także w realizacji hobby, czy aktywności sportowej wpływ kolegów i koleżanek jest wyraźny.

Rówieśnicy są nośnikiem pomysłów i przykładem jak je realizować, stają się pierwszymi partnerami i/lub sparing partnerami wobec których mogą się konfrontować w danej dziedzinie/ dalej je uprawiać już razem.

W tym przypadku jest to stymulacja pozytywna, znajduje ona swoje odzwierciedlenie w wielu wskazaniach z badań: spędzania czasu wolnego, rozwoju kompetencji wszelakich, poczucia bezpieczeństwa i wsparcia, szukania przygód i ich przeżywania, obdarzenie uczuciem. Może jednak także spychać na manowce, ryzykowne zachowania.

Starannie przeanalizowano wpływ rówieśniczy w przypadku wspierania jednostki w tendencjach rozwojowych, podniesienia jej aktywności: 47% sumarycznych wskazań odnosi się do sytuacji, gdy rówieśnicy pozytywnie wpłynęli wzajemnie na swoją aktywność.

Formy aktywności młodzieży

- **domówki (49%) , co najmniej raz w tygodniu (51%);**
- Konieczne jest wskazanie na kryteria, które decydują o takim a nie innym rozwiązaniu:
- - bo lubię być w gronie przyjaciół, znajomych (92%);
- - bo jest bariera finansowa, żeby pójść do klubu (15%);
- - jesteśmy za młodzi i nie wpuszczają nas do klubu (7%);
- - bo czujemy się bezpiecznie (9%);
- - bo jest to dobra okazja do wypicia w domu (4%);
- **clubbing (43%), co najmniej 2-3 razy w miesiącu (57%);**
- - gdyż są tam moi znajomi (46%);
- - żeby uciec od codzienności (38%);
- - bo grają tam DJeje i robią show (26%);
- - bo lubię spotykać się ze znajomymi bez względu na rodzaj muzyki (21%)
- **miejscówki (dla tych, którzy nie mają szans na dwa poprzednie) (21%, codziennie);**
- - bo nie ma innego miejsca (21%) ;
- - bo to jest nasze terytorium (19%);
- - bo nikt tam nam nie przeszkadza i my nikomu nie wchodzimy w paradę(10%);
- Domówki, to spotkania podczas których najczęściej się rozmawia (zresztą można by odnieść wrażenie, że współczesna młodzież jest mocno rozdyskutowana!) konsumuje (alkohole, napoje gazowane, przekąski), słucha muzyki, jeśli można tańczy. Wskaźnik popijania jest wysoki (51%) w przypadku pobytu w klubie, z natury rzeczy, wyższy (63%).
- Życie klubowe jest bardziej dynamiczne i skupione na alkoholizowaniu się, tańcu, rozmowach, poznawaniu nowych ludzi, flirtowaniu.
- Zastanawiając się nad tym skąd pochodzą środki finansowe, którymi dysponuje młodzież, to:
- - kieszonkowe (46%);
- - dostaję na bieżąco (32%);
- - mam swoje zajęcie zarobkowe (17%);
- - cały czas coś zarabiam (15%);
- - proszę rodziców w razie potrzeby (15%).

MUZYKA zawsze i wszędzie

Aż 82 % respondentów uznaje, że jest ona WAŻNĄ w ich życiu!!!

Towarzyszy im wszędzie, jest narzędziem komunikacji o sobie i rozpoznawania siebie wzajemnie (np. Hip-hop, który Nb. uznany jest za najbardziej trendy nurt muzyczny); zaledwie 5% badanych deklaruje, że słucha jej na koncertach i spotkaniach o podobnym charakterze.

Warto podkreślić, że w przypadku 19 % respondentów wskazują oni, że muza towarzyszy im „gdy wstają i gdy kładą się spać”. Ciekawym jest, że rozpoznawalność festiwali głównie koncentruje się na dość tradycyjnej, zachowawczej ich formule: Opole (49%), Sopot (49%), PW (41%) , i dopiero Heineken Open'er Festiwal (30%), Top Trendy (26%). Znacząco to, że bardzo powoli, to się zmienia, że w zakresie gustów muzycznych (masowych), mamy ciągłość pokoleniową. Natomiast to co limituje udział młodzieży w tego typu imprezach: wysokie koszty uczestnictwa (41%), konieczność podróży (29%), brak zgody rodziców (23%), brak szczególnej potrzeby bycia na takiej imprezie (16%).

Młodzi a internet

Jest to pokolenie w pełni kompatybilne z nowoczesną technologią informacyjno- komunikacyjną ale także w innych obszarach np. motoryzacyjnym, elektronicznym, kosmicznym.

Zasadniczo techniki komputerowe i Internet są przestrzenią zagospodarowaną przez młodzież w pełni kompetentnie i skutecznie.

Jest to użyteczność oparta na następujących zaletach:

- umożliwia stałą komunikację ze znajomymi;
- umożliwia uczestnictwo w życiu społeczności internetowych;
- umożliwia wymianę korespondencji;
- korzysta się z niego w celu poszukiwania wiedzy, informacji, newsów;
- korzysta się z niego także w celach wyłącznie rozrywkowych, relaksacyjnych;

Popularność poszczególnych portali- profili internetowych. Oraz częstotliwość odwiedzin na nich wskazuje, że z natury tych społecznościowych portali wynika, że wiążą one ze sobą uczestników tej wspólnoty. Jest spotkaniem człowieka z drugim człowiekiem, co prawda w wirtualnej przestrzeni, jednakowoż znów potwierdza dążenie, zbliżanie się ludzi ku sobie.

Dziękuję za uwagę
Jacek Kurzepa

