



WIOLETA DUDA*, DANIEL KUKLA*

WOLONTARIAT POKOLENIA Y – W PERSPEKTYWIE FUNKCJONOWANIA NA ZMIENIAJĄCYM SIĘ RYNKU PRACY

ABSTRAKT

Opracowanie jest charakterystyką pokolenia Y, które stanowi grupę niejednorodną, gdyż obejmuje zarówno nastolatków, młodzież, studentów, jak i młode osoby wchodzące na rynek pracy i zakładające rodziny. To zróżnicowanie powoduje trudności w określeniu ich jednoznacznych determinantów w zakresie funkcjonowania na rynku pracy. Przedstawiono podejście do pracy wybranej grupy przedstawicieli pokolenia Y w kontekście aktywności wolontarystycznej, będącej podstawą, a zarazem wyznacznikiem przygotowania zawodowego. Próba owej charakterystyki dokonana została na podstawie analizy literatury przedmiotu, dostępnych raportów.

SŁOWA KLUCZOWE: wolontariusz, student, rynek pracy, pokolenie Y, tranzycja

WPROWADZENIE

W e współczesnym świecie obserwujemy dynamiczne zmiany, jakie dokonują się w funkcjonowaniu jednostki w społeczeństwie, zarówno w sferze życia rodzinnego, sposobu spędzania wolnego czasu jak i budowania ścieżki kariery zawodowej. W dobie szybkich przemian, zmianom ulegamy my sami. Niestety nie pozostaje to bez negatywnego wpływu na środowisko naturalne i na postrzeganie jednostki w kategorii jej podmiotowości.

* Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza w Częstochowie, Wydział Nauk Społecznych; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0984-304X>

** Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza w Częstochowie, Wydział Nauk Społecznych; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1907-0933>

Wyłania się obraz rynku pracy o globalnym zasięgu. Oczekuje on przede wszystkim elastycznego i dynamicznego podejścia do zadań zawodowych. Jest to zjawisko niezależne od stanowiska pracy czy też zawodu. Zachodzące przemiany dotykają każdą gałąź gospodarki, a tym samym są nieuniknione dla każdego pracownika. Do tych przemian człowiek musi zostać dobrze przygotowany. Tylko wtedy szybko zaadaptuje się w świecie pracy, w nowych warunkach społeczno-gospodarczych. „Umiejętność adaptacji nie jest dla współczesnej jednostki nowym zjawiskiem. Na przełomie ostatnich kilkunastu lat nasz system gospodarczy i sposób funkcjonowania pracowników w organizacji uległ ogromnym przemianom. Podobnie jest z systemem społecznym oraz politycznym. Zupełnie odmienną kwestią jest strach przed zmianą, w tym szeroko rozumianą mobilnością. Wciąż zmiana kierunku kształcenia, miejsca pracy z wyboru, zmiana miejsca zamieszkania jest dla wielu osób wyzwaniem, stresem. Staramy się raczej ograniczać poziom niepewności niż oswoić się z nim” (Kukła, Duda, 2012, s. 52), co jest naturalne, biorąc pod uwagę hierarchię potrzeb człowieka. Świadomość, że raz wybrana ścieżka edukacyjna, zajmowane stanowisko pracy nie są czymś danym raz na zawsze wiele ułatwia. Wskazuje bowiem człowiekowi, że zmiany są czymś naturalnym i nieuniknionym.

Obserwując aktualne pokolenia, można zauważyć dużą różnorodność. Według *Słownika języka polskiego* (<https://sjp.pwn.pl/sjp/pokolenie;2503544.html>) pokolenie to „grupa ludzi będących mniej więcej w tym samym wieku, która ukształtowana jest przez podobne lub te same przeżycia, doświadczenia”. To oznacza, że kryterium demograficzne, jakim jest rok urodzenia, jest wskazywane jako główne spoiwo.

Zdaniem Magdaleny Kachniewskiej i Anny Pary (2014, s. 154) „ludzie pozostają pod wpływem otoczenia historyczno-społecznego (zwłaszcza ważnych wydarzeń, które bezpośrednio ich dotyczą) determinującego warunki życia w czasie ich dojrzewania i rozwoju osobowości. Teoria pokoleń pozwala scharakteryzować członków generacji identyfikowanych na podstawie roku urodzenia. Każda generacja cechuje się odmiennymi przekonaniami, cechami, zainteresowaniami, oczekiwaniami i przekonaniem, wspólnymi dla ogółu jej przedstawicieli”. Prowadzi to w konsekwencji do zróżnicowania społeczeństwa, bogatego w inne doświadczenia, w inny system wartości, a tym samym odmienne kształtowanie rzeczywistości.

W KRĘGU WOLONTARIATU POKOLENIA Y

Czasy, w których przyszło nam żyć, oczekują od młodych zgoła innych postaw życiowych, dostosowanych do teraźniejszości i dynamiczności zachodzących zmian społeczno-kulturowych. Pokolenie Y obejmuje obecnych 14–32-latków. To pokolenie stanowiące grupę niejednorodną, gdyż obejmuje zarówno nastolatków, jak i młodzież, studentów, młode osoby wchodzące na rynek pracy oraz zakładające rodziny. Są to w większości osoby, które czeka jeszcze wiele życiowych decyzji, wyborów i doświadczeń. To osoby otwarte na nowości i innowacje, gotowe na gwałtowne zmiany oraz zawirowania sytuacji. Jednakże można tu również mówić o osobach, których doświadczenie zawodowe jest bogate, sterujące swoją karierą zawodową zgodnie z przyjętym planem rozwoju (szerzej Poczynajło-Kabaliuk, 2017; Kachniewska, Para, 2014, s. 154–155). To, co ukształtowało owo pokolenie, to zacieranie się barier między krajami, internacjonalizacja przedsiębiorstw, scalanie się kultur oraz wzrost dostępności usług z całego świata, co sprzyjało nawiązywaniu międzynarodowych kontaktów oraz mobilności rozwoju (Poczynajło-Kabaliuk, 2017; Kachniewska, Para, 2014, s. 154–155). Pokolenie Y, „pracuję, aby żyć”, wyznacza wartości takie jak: optymizm, idealizacja, różnorodność, ambicje, kreatywność, inicjatywa, innowacyjność, edukacja i kształcenie (Woszczyk, 2013, s. 45). To urodzeni zwycięzcy; nacechowani charyzmą, aktywnością na wielu płaszczyznach, oryginalnością, dążący do celu. „Złota młodzież”, bo i tak się o nich mówi, potrafi świetnie zorganizować sobie życie, w którym godzi obowiązki rodzinne i zawodowe. Ludzie z pokolenia Y są indywidualistami, nie zrażającymi się przeciwnościami losu, potrafią odnaleźć się w sytuacji ciągłej rywalizacji, wiedzą, czego chcą i nie boją się o to walczyć. Cechuje ich wysoki poziom motywacji do pracy i elastyczność. W osiągnięciu sukcesów bez wątplenia pomaga im wysokie wykształcenie i jeszcze wyższe aspiracje.

Warto w tym miejscu przywołać za Michałem Kwiatkowskim (2019, s. 26) definiowanie pokolenia Y w literaturze zagranicznej, w której kładzie się akcent na kwestie aktywności społecznej owego pokolenia: „Są bardzo świadomi swoich praw i dobrze wiedzą, co im się należy – a mianowicie wszystko, co najlepsze. [...] Jest wykształcone, ambitne, tolerancyjne, obeznane z nowoczesnymi technologiami oraz, o dziwo, świadome problemów społecznych. [...] Pokolenie Y jest obdarzoną sumieniem, aktywną społecznie generacją”. Wydawałoby się, że to idealne pokolenie do zarządzania w aspekcie budowa-

nia kapitału każdej organizacji. Niemniej jednak należy zaznaczyć, że chęć do budowania kariery zawodowej niekoniecznie w przypadku przedstawicieli pokolenia Y jest skorelowana z chęcią rozwoju organizacji, w której pracują. Bardzo dbają o własne korzyści, szczególnie materialne (Duda, 2018, s. 80).

W rozważaniach nad tym, dlaczego ludzie działają społecznie, mówi się o dobroci, potrzebie serca, miłości do bliźniego, ale i o egoizmie (własnych korzyściach). Warto w tym miejscu przypomnieć wielkiego klasyka filozofii greckiej – Arystotelesa ze Stagiry (384–322 r. p.n.e.). U podstaw jego filozofii antropologicznej tkwiło założenie, że człowiek jest *politikon zoon*, tzn. zwierzęciem społeczno-politycznym, czyli istotą społeczną. Według Arystotelesa, człowiek pozostający poza wspólnotą może być albo zwierzęciem, albo bogiem, gdyż tylko życie w społeczeństwie zapewnia dojście do natury, czyli człowieczeństwa. Społeczeństwo jest wspólnotą samowystarczającą, co według Arystotelesa oznacza, że może w pełni zaspokoić potrzeby istoty ludzkiej, konieczne do stawania się człowiekiem. I właśnie to, ta filozofia, po części wyjaśnia chęć bycia wolontariuszem (Kukła, 2005, s. 151).

Wolontariat najczęściej jest definiowany jako „świadome, dobrowolne i bezpłatne podejmowanie pracy w różnych obszarach życia społecznego” (Panas, 2013, s. 50) i wynika z chęci oraz potrzeb danej jednostki. To niesienie pomocy z własnej woli.

Wolontariat może być zorientowany na zatrudnienie – w prezentowanym opracowaniu właśnie ten kontekst będzie rozpatrywany. To działania wolontarystyczne dają możliwość samorealizacji, doskonalenia i dokształcania własnego warsztatu pracy. Zazwyczaj jest to pierwsze zetknięcie się z czynnościami zawodowym, których doświadczają studenci, chcący zdobyć już na etapie edukacji wyższej doświadczenia, tak istotne w realiach współczesnego rynku pracy.

Nie jest to działanie bezinteresowne. Przyszłe oczekiwania związane są z zatrudnieniem. Ważnym etapem na mapie rozwoju zawodowego pokolenia Y jest moment przejścia z roli studenta do roli pracownika; z edukacji na rynek pracy. To bodaj najważniejszy moment kształtowania się tożsamości zawodowej, w której jednostka staje się produktywnym członkiem społeczeństwa. To przejście ze świata edukacji na rynek pracy jest dla wielu bardzo trudnym i złożonym etapem. Niewątpliwie dokonuje się przełom w rozwoju zawodowym, ale i spostrzeganiu realiów funkcjonowania w codziennym życiu, nie brakuje też pewnych barier oraz ważnych, przełomowych decyzji życiowych.

Młody człowiek, który chce wkroczyć na rynek pracy i budować swoją ścieżkę kariery edukacyjno-zawodowej nie tylko musi być przygotowany na zmiany, na częstą reorientację zawodową, lecz przede wszystkim posiadać orientację na cele. Jak podkreśla Violetta Drabik-Podgórna (2010, s. 100), „zmianom, przejściom towarzyszy pewnego rodzaju dysonans pomiędzy tym co było, co jest znane i oswojone a tym co nowe i nieznanne, często budzące niepokój. Takim sytuacjom mogą towarzyszyć zarówno pozytywne, jak i negatywne emocje, które mobilizują jednostkę do zidentyfikowania istotnych dla siebie ról, do określenia kierunku podjętych działań i redefiniowania swoich oczekiwań”, co w konsekwencji sprzyja ukształtowaniu tożsamości zawodowej młodego człowieka, niekoniecznie związanej z jednym zawodem, jednym stanowiskiem pracy.

Dla wielu młodych ludzi to wolontariat stanowi pierwszy krok na rynek pracy. Podobnie jak praktyki zawodowe, stwarza uczniom/studentom możliwość poszerzenia dotychczas zgromadzonej wiedzy o aspekty praktyczne, a zarazem wcielenia posiadanej wiedzy w określone działania. Ponadto jednostka ma możliwość poznania przyszłego pracodawcy, jego potrzeb oraz oczekiwań (Sałata, 2007, s. 38). Niewątpliwie wszystkie aktywności podejmowane w trakcie nauki akademickiej wzmacniają efekty kształcenia (Baczyńska, 2008, s. 147). Istotne jest bowiem faktyczne wykorzystanie zgromadzonej wiedzy i umiejętności, co sprawia, że posiadane kwalifikacje nabierają większego znaczenia. Wolontariusz „uczestnicząc w procesach pracy, stale i bezpośrednio styka się z innymi pracownikami, którzy wprowadzają go w treść pracy i środowisko zawodowe. Obserwuje ich działania umysłowe i praktyczne z zastosowaniem określonych metod, procedur i technik. Studentowi pomagają kontakty i współpraca z bardziej od niego doświadczonymi i kompetentnymi pracownikami” (Baczyńska, 2008, s. 147). Poznaje zatem zarówno środowisko pracy, sposób wykonywania zadań, jak i rozmaite opinie o danym zawodzie.

Wolontariat może być traktowany jako swego rodzaju trening przed faktycznym poszukiwaniem zatrudnienia. Ochotnik spotyka się z pracodawcami, przeprowadza z nimi rozmowy, przedstawia swoją ofertę. Dzięki temu nabywa wprawy, która może w przyszłości przyczynić się do powodzenia na rozmowie kwalifikacyjnej (Wróblewska, 2017, s. 167–168; Kukła, 2005, s. 150 i nast.). Wolontariat jest formą zapoznania się z rynkiem i specyfiką wykonywania określonych czynności zawodowych. „Podczas pracy wolontariusz nabywa często umiejętności, które stają się bardzo przydatne w póź-

niejszej karierze zawodowej, czasami nawet są czynnikiem decydującym przy ubieganiu się o konkretną pracę. Pomoc wolontaryjna jest cenionym sposobem odbycia praktyk studenckich oraz staży zawodowych. Coraz częściej poszukujący pracowników kierują się ich ewentualnym doświadczeniem w pracy na rzecz organizacji pozarządowych. Praca taka wiąże się bowiem z chęcią działania, kreatywnością, odpowiedzialnością, umiejętnością samodzielnego myślenia i pracy w grupie, a są to cechy, jakimi powinien charakteryzować się każdy wolontariusz” (Kukła, Duda, 2010, s. 115).

Zatem wolontariat to możliwość wykorzystania własnej wiedzy i umiejętności, a także wzmacniania własnych zasobów. Praca, nawet nieodpłatna, przyczynia się do zebrania doświadczeń z zakresu różnych dziedzin. Ponadto możliwe jest zawieranie znajomości, czasem również przyjaźni. Co ważne, pomaganie innym, które wynika z autentycznych chęci, jest sposobem rozwinięcia własnych zainteresowań (Kukła, Duda, 2010, s. 115). Warto zatem promować ten rodzaj działalności wśród studentów, pokolenia Y. Młody człowiek, który już na etapie zdobywania wykształcenia stara się o nabycie praktycznych umiejętności, jest świadomy zagrożeń wynikających z rynku pracy. Aktywnie przyczynia się także do zwiększenia swoich szans na znalezienie wymarzonego zatrudnienia (Wróblewska, 2017, s. 168). Jak stwierdził La Rochefoucauld (1968, za: Aronson, Wilson, Akert, 1997, s. 461), „Co wydaje się wspaniałomyślnością, często nie jest niczym więcej jak zamaskowaną ambicją”.

POKOLENIE Y W REALIACH RYNKU PRACY

Charakteryzując młode pokolenie pod kątem jego aktywności na rynku edukacyjnym oraz rynku pracy, należałoby stwierdzić, że powstało wiele typologii współczesnych pokoleń. W prezentowanej publikacji zostanie scharakteryzowana generacja Y. To ludzie urodzeni po roku 1980, którzy wychowani byli w erze globalizacji i powszechnego dostępu do nowoczesnych technologii (szczegółowo generacje obecnych pokoleń na rynku pracy przedstawiają m.in. Borges i in., 2010, s. 570–576; Espinoza i in., 2016, s. 47; Hardey, 2011, s. 749–751; Lyons, Schweitzer, Eddy, 2015, s. 8–21; Reisenwitz, Iyer, 2009, s. 91–103; Bolton i in., 2013, s. 245–267; Shih Yung, 2012, s. 72; Smolbik-Jęczmień, 2013a, s. 89).

Współczesny rynek pracy ulega ciągłym zmianom. Decydują o tym nie tylko uwarunkowania gospodarcze, lecz także zróżnicowanie struktury

osób aktywnych zawodowo. Na rynku pracy są pracownicy w różnym wieku, o różnych umiejętnościach, doświadczeniu oraz mentalności społecznej (por. Cwynar-Kepa, Rychel, 2012, s. 48; Doraczyńska, 2012, s. 58–60; Stachowska, 2017, s. 33; Stuart-Kotze, Dunn, 2013, s. 106–107).

Według Beaty Hysy (2016, s. 386) „duży wpływ na obecną sytuację na rynku pracy mają różnica pokoleń i funkcjonowanie na nim równocześnie kilku generacji pracowników. Na rynku pracy obecnie stykają się trzy odmienne generacje: starsza tzw. *baby boomers* – często piastujący kierownicze stanowiska, generacja X, czyli tzw. pokolenie sukcesu, oraz generacja Y. Każde z tych pokoleń zostało ukształtowane przez inne wydarzenia społeczno-gospodarcze czy polityczne. Różnice między pracownikami widoczne są w wielu sferach dotyczących etapu życia, kariery zawodowej czy doświadczenia. Istotne kontrasty widoczne są przede wszystkim w obszarze takich wartości, jak: rodzina, praca, stosunek do autorytetów, podejście do zmian, poziom zaangażowania, lojalność wobec pracodawcy czy współpracowników”.

Dokonujące się zmiany pokoleniowe i czynniki ekonomiczne w znacznym stopniu przekształcają rynek pracy.

Współczesna młodzież zaliczana do tzw. pokolenia Y charakteryzuje się tym, że „część współczesnej młodzieży [...] postrzega życie jak drabinę, po której szczeblach należy się wspinać, a ludzi jak konkurentów” (Kwieciński, Śliwerski, 2007, s. 88). „Wierzą w zasadę – jeśli stoisz w miejscu, to się cofasz. Lubią wyzwania, a nie lubią stagnacji i rutyny. [...] dla Pokolenia Y autorytet nie wypływa z władzy, raczej z posiadanych umiejętności i wiedzy” (Skarul, 2009).

Przedstawiciele Y wchodzili w dorosłość (a tym samym na rynek pracy) na przełomie wieków. Mają inną mentalność niż poprzednie pokolenia, inne priorytety i wartości, a co za tym idzie, charakteryzuje ich inna postawa wobec pracy. Mówią, co myślą. Są promotorami zmian, nie odpowiada im monotonia i rutyna. „Jest jednak niezaprzeczalnym faktem, że duże firmy mają obecnie problem z utrzymaniem wykwalifikowanych pracowników z pokolenia Y, którzy nigdy nie stają się «pracoholikami», nigdy nie zostają «po godzinach» i którzy wówczas, gdy równowaga praca–życie prywatne zostanie zakłócona – po prostu zmieniają tę pracę. Również wymagania płacowe są dla tego pokolenia specyficzne. Jeśli poziom płacy osiągnie pewien indywidualny poziom, pozwalający na zaspokojenie zestawu podstawowych (dla tego pokolenia) potrzeb – roszczenia te nie będą rosły,

jednak z drugiej strony – nie ma takiej siły, która utrzyma pokolenie Y w pracy, w której płaca nie osiągnie tego, silnie zindywidualizowanego, ale dającego się przewidzieć, poziomu” (<http://www.bankier.pl/wiadomosc/Oto-pokolenie-Y-2531947.html>).

Pokolenie Y jest więc niezwykle wymagającym pokoleniem. Oczekuje dużo zarówno od swojego otoczenia, rynku pracy, jak i od siebie. Osoby z pokolenia Y mają wysokie aspiracje i wysoką samoocenę. Można wnioskować, że dla nich największą wartością są oni sami. Nazywani są zdolnymi, ambitnymi, ale i niełojalnymi wobec pracodawcy. Czynniki, jakie są dla nich znaczące w pracy, to: „atmosfera w pracy; możliwość rozwoju kariery zawodowej; poziom wynagrodzenia; możliwość rozwoju i szkoleń; employer branding (budowanie wizerunku pracodawcy); prestiż pracodawcy; zgodność wykonywanych zadań z własnymi zainteresowaniami; praca pełna wyzwań; duży zakres samodzielności i odpowiedzialności; elastyczne godziny pracy” (Pawłowska, 2012).

Warto w tym miejscu zasygnalizować, że to, co ukształtowało i jest ważne dla pokolenia X nie musi być motorem do działania dla pokolenia Y. Osobom starszym rocznikowo często bliżej jest do cech charakteryzujących pokolenie X (Poczynajło-Kabaliuk, 2017). To pierwsza generacja wychowana w warunkach kapitalizmu, wolności słowa, otwartych granic, możliwości zarobkowania poza krajem (Poczynajło-Kabaliuk, 2017; Stachowska, 2017, s. 34). „Przedstawiciele pokolenia Y szanują tych, którzy doceniają ich za to, kim są teraz, i za to, kim chcą być” – przekonuje Peter Sheahan (za: Smolbik-Jęczmień, 2013a, s. 95). Preferują otwartą komunikację i współpracę opartą na synergii (łatwość w komunikowaniu swoich potrzeb i oczekiwań, otwartość i ufność w relacjach zawodowych); lubią różnorodne wyzwania, eksplorację otoczenia (Rzechowska i in., 2017, s. 14; por. też Smolbik-Jęczmień, 2013b, s. 230), przedstawicielom tej „generacji brak umiejętności samodzielnego podejmowania decyzji, bowiem to rodzice planowali ich życie w najmniejszych szczegółach. Dlatego też oczekują tego od pracodawcy, który powinien wyznaczać im cele i pomagać w rozwoju zawodowym. Z drugiej strony, cenią sobie niezależność, nie lubią ograniczeń i barier” (Baran, Kłós, 2014, s. 925).

Generacja Y to pokolenie kreatywne, nie biorące pod uwagę ograniczeń, posiadające wysoki poziom energii życiowej; dorastając, myślało o sobie w sensie globalnym. Przedstawiciele tego pokolenia często demonstrują wrażliwość na problemy występujące w skali światowej (Stachowska, 2017,

s. 36). Mimo „przebojowości i ambicji, które charakteryzują pokolenie Y, coraz częściej mówi się o pokoleniu Y jako «straconej generacji», (aktualne problemy rynku pracy), czyli młodych, dobrze wykształconych ludziach, którzy nie znajdują dla siebie miejsca na rynku pracy. Dostępne w Polsce oferty czy wyjazdy za granicę nie zawsze wiążą się z ambitną i rozwijającą pracą. Często oznacza to zatrudnienie na stanowisku zdecydowanie poniżej kwalifikacji, co rodzi frustrację” (Kot, 2016, s. 33). Jak czytamy w wywiadzie Agnieszki Wądołowskiej (2019) z Łukaszem Komudą, ekspertem ds. rynku pracy w Fundacji Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych: „30-latkowie to pokolenie, o którym można powiedzieć, że zostało oszukane przez system edukacyjny i przez obowiązujący powszechnie stereotyp, że studia oznaczają automatyczny awans społeczny i ekonomiczny. Niestety, taki łatwy awans dzięki dyplomowi był możliwy, ale jedynie dla osób, które kończyły studia w końcu lat 80. i na początku lat 90. Po przemianach ustrojowych mieliśmy bowiem ogromny deficyt osób, które mogły zająć stanowiska kierownicze i specjalistyczne. Posiadanie dyplomu ukończenia np. warszawskiego SGPiS-u dawało na początku lat 90. ogromne możliwości na rynku pracy. Zachodnie koncerny wchodzące na nasz rynek po prostu potrzebowały kadry. A że nie było u nas właściwie ludzi z doświadczeniem w pracy w korporacjach, to tego rodzaju dyplom był bardzo silną kartą przetargową”.

„Wśród przedstawicieli pokolenia Y można zatem zauważyć zjawisko devaluacji wykształcenia – «efekt windy w dół» – we współczesnym świecie nie istnieją bowiem «pewniacy», którzy poradziłoby sobie na rynku pracy, tylko dlatego, że skończyli określony kierunek studiów. Co więcej, szkoły wyższe często określane są dziś «wylęgarniami bezrobotnych», a ich ukończenie nie daje przewagi na rynku pracy. Określony poziom wykształcenia często wręcz utrudnia awans (np. ukończone studia doktoranckie często są ukrywane przez pracowników). Milenialsi nie mają długoterminowych planów na karierę. Praca, w mniemaniu «igreków», ma sprawiać przyjemność, być ciekawa, dobrze jeśli społecznie użyteczna, inspirująca. Dobrze jeśli to krótkotrwały projekt. Z kolei w szkolnictwie «igreki» wymuszają wprowadzenie zmian w sposobach nauczania – w centrum uwagi musi przestać być nauczyciel. To uczeń musi być najważniejszy. Dzięki temu będzie efektywniej przyswajając wiedzę” (cyt. za: Ratajczak, 2017, s. 107–108).

„Analiza sytuacji młodych na rynku pracy wydaje się szczególnie ważna nie tylko w kontekście przemian w zakresie struktury i dynamiki zatrud-

nienia, lecz także w obliczu powstających mitów i przekonań dotyczących funkcjonowania omawianej grupy w obszarze aktywności zawodowej. Warto podkreślić, że analizowana grupa społeczna jest niezwykle zróżnicowana, a rozpoznanie czynników różnicujących tę grupę jest szczególnie ważne w świetle proponowanych strategii bądź mechanizmów edukacyjnych, które powinny być precyzyjnie dopasowane do odbiorców” (Wawrzonek, 2016, s. 216–217). Współcześnie samych „młodych postrzega się często w kategoriach «straconej generacji»” (Szafraniec, Boni, 2011, s. 135). Istotnym zagrożeniem obecnie nie jest już brak pracy, miejsc pracy, ale umiejętność i szybkie zajęcie określonej pozycji w strukturze zawodowej i zaaklimatyzowanie się, które rzutuje na przebieg i funkcjonowanie w określonych rolach społeczno-zawodowych. Młodzi ludzie, świadomi zmian na „rynku pracy, stają się architektami własnej kariery zawodowej, a podejmowane przez nich aktywności nie są przypadkowe, ale starannie zaplanowane” (Wawrzonek, 2016, s. 218).

Młodzi posiadają wiedzę i umiejętności w zakresie nowoczesnych technologii, na których opiera się większość narzędzi współpracy (Rzechowska i in., 2017, s. 14; por. też Stachowska, 2017, s. 34). „Na ukształtowanie owego pokolenia bez wątplenia miała wpływ kultura masowa i dążenie do dobrobytu, postępująca komputeryzacja i digitalizacja, powstanie Internetu czy komercjalizacja licznych wynalazków. Technologie informacyjno-komunikacyjne w naturalny sposób stały się narzędziem poznawania świata i interakcji z otoczeniem, potęgując u pokolenia Y następujące cechy: wielozadaniowość, prędkość zorientowane na zabawę czy preferowanie grafiki zamiast tekstu” (Poczynajło-Kabaliuk, 2017). Wskazane cechy bez wątplenia sprzyjają adaptacji do wymagań rynku pracy, a „wiedza i umiejętności niezbędne do komunikacji oraz pracy w środowisku wirtualnym, w tym wirtualna skuteczność (sprawność w obsłudze komputera, korzystanie z oprogramowania, Internetu, zarządzanie informacjami), umiejętność pracy w trybie zdalnym czy wirtualna inteligencja emocjonalna (zdolność adaptowania się do warunków współpracy w środowisku sieci) wraz z wirtualnymi kompetencjami społecznymi (umiejętność nawiązywania i utrzymywania relacji w trybie *online*)” (Poczynajło-Kabaliuk, 2017) to kompetencje umożliwiające sukces zawodowy niemalże w każdej branży.

Chcąc utrzymać harmonijne proporcje między życiem osobistym a pracą zawodową, przedstawiciele pokolenia Y bardzo cenią własne wartości

i cele życiowe, rozważają wpływ obowiązków zawodowych na ich funkcjonowanie w życiu osobistym (rodzinnym) (Stachowska, 2017, s. 36; Woszczyk, 2013, s. 45; Baran, Kłos, 2014, s. 924).

Wiek czy status społeczny nie są dla nich istotnymi punktami odniesienia w relacjach interpersonalnych i zawodowych (Rzechowska i in., 2017, s. 14; Smolbik-Jęczmień, 2013b, s. 230).

Jak zauważają Małgorzata Baran i Monika Kłos (2014, s. 924), wymienione „pokolenia pracowników w znaczącym stopniu kształtowane są przez technologie. Oznacza to, że umiejętności i cechy danej generacji są pochodną rozwoju techniki dokonującego się w ich czasach. Z tej perspektywy szczególnie dla pracodawców grupę osób stanowią przedstawiciele pokolenia Y”.

Zmiany w podejściu młodych do życia rodzinnego, do pracy uwarunkowane mogą być kontekstem kulturowych. „Trwałość przyzwyczajień, wierność zasadom, przywiązanie do miejsca i ludzkiego otoczenia, szacunek do tradycji i doświadczenia, mocno osadzone nawyki, wydają się być już niezasadne” (Bauman, 2001, s. 21).

Podsumowując, w takich to nowych, bardzo skomplikowanych czasach przyszło wychowywać się, dorastać i wkraczać w dorosłość osobom młodym. Otoczenie zewnętrzne, nowe warunki zapewne determinują ich światopogląd, system wartości oraz postawy, także te względem pracy, planów na życie. Młodzi ludzie zdają sobie sprawę z tego, że nowe czasy, postęp technologiczny, cywilizacyjny dają im dużo nowych możliwości. Dlatego muszą być gotowi na reagowanie na zmiany i dostosowywanie się do obowiązujących norm społecznych, warunkujących ich funkcjonowanie społeczno-gospodarcze.

ZAKOŃCZENIE

Współcześni młodzi to pokolenia wewnętrznie zróżnicowane, posiadające specyficzne potrzeby, żyjące w bardzo dynamicznych czasach, a co za tym idzie przyzwyczajone do natychmiastowości – oczekujące szybkich, prostych wskazówek, spędzające wiele czasu w sieci. Znajomość charakterystyki współczesnych młodych – pokolenia Y – oraz świadomość ich oczekiwań może stanowić niejako punkt wyjścia do podjęcia działań mających na celu przygotowanie młodych do funkcjonowania na dynamicznie zmieniającym się i coraz bardziej wymagającym rynku pracy.

BIBLIOGRAFIA

- Aronson, E., Wilson, T.P., Akert, R.M. (red.). (1997). *Psychologia społeczna – serce i umysł*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Baczyńska, M. (2008). Doradztwo zawodowe konieczne obecnie we współczesnej szkole! *Edukacja i Dialog*, 2, 27–28.
- Bauman, Z. (2001). Wieczność w opałach, czyli o wyzwaniach pedagogicznych płynnej nowoczesności. *Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja*, nr specjalny, 21, 11–32.
- Baran, M., Kłós, M. (2014). Pokolenie Y – prawdy i mity w kontekście zarządzania pokoleniami. *Marketing i Rynek*, 5, 923–929.
- Bolton, R.N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova Loureiro, Y., Solnet, D. (2013). Understanding generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), 245–267.
- Borges, N., Manuel, R., Elam, C., Jones, B. (2010). Differences in motives between millennial and Generation X medical students. *Medical Education*, 44, 570–576.
- Cwynar-Kepa, M., Rychel, P. (2012). Godzenie pokoleń: zarządzanie międzypokoleniowe w Nokia Siemens Networks – studium przypadku. *Personel i Zarządzanie*, 4, 48–50.
- Doraczyńska, N. (2012). Generacje X, Y, C. *Personel i Zarządzanie*, 12, 58–60.
- Drabik-Podgórna, V. (2010). Tranzycja jako nowa kategoria biograficzna we współczesnym poradnictwie zawodowym. *Edukacja Dorosłych*, 1, 91–104.
- Duda, W. (2018). Zarządzanie różnorodnością w organizacji. W: M. Janas, W. Duda, K. Skelnik, *Zarządzanie innowacją w otoczenia organizacyjnym*. Katowice: Wydawnictwo Naukowe Sophia.
- Espinoza, Ch., Miller, P., Bateman, C., Garbett, C. (2016). *Milenialsi w pracy*. Warszawa: Studio EMKA.
- Hardey, M. (2011). Generation C content, creation, connections and choice. *International Journal of Market Research*, 53, 749–751.
<http://www.bankier.pl/wiadomosc/Oto-pokolenie-Y-2531947.html> (dostęp: 12.12.2019).
- Hysa, B. (2016). Zarządzanie różnorodnością pokoleniowa. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Organizacja i Zarządzanie*, 97, 385–398.
- Jordan, K. (2014). Pokolenie Y na rynku pracy. *Think*, 3, 13–15.
- Kachniewska, M., Para, A. (2014). Pokolenie Y na turystycznym rynku pracy: fakty, mity i wyzwania. *Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu*, 45, 153–166.
- Kosa, U. (2017). *Zarządzanie pracownikami pokolenia Y*. <http://Inf.pl/manager/zarządzanie-pracownikami-pokolenia-y,2,10308,147> (dostęp: 19.08.2017).
- Kot, P. (2016). Preferencje typu kultury organizacyjnej u przedstawicieli różnych generacji. *Marketing i Rynek*, 2, 32–39.

- Kukla, D. (2005). Współczesny wolontariat w pomocy rodzinie. W: S. Czarnecka, R. Majer, M. Mirowska (red.), *Rodzina w lokalnym systemie pomocy społecznej* (s. 149–162). Częstochowa: AV Centrum.
- Kukla, D. (2006). Perspektywy (nie tylko zawodowe) młodych w ponowoczesności. W: S.M. Kwiatkowski, Z. Strojć (red.), *Młodzież na rynku pracy od badań do praktyki* (s. 29–40). Warszawa: Wydawnictwo KG OHP.
- Kukla, D., Duda, W. (2010). Wolontariat pierwszym krokiem do zatrudnienia. W: M. Mirowska (red.), *Praca socjalna i wolontariat w pomocy społecznej* (s. 105–122). Częstochowa: Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza.
- Kukla, D., Duda, W. (2012). Kompetencje przyszłości jako wyznacznik sukcesu zawodowego. *Edukacja Ustawiczna Dorosłych*, 4, 46–60.
- Kubiak, E. (2014). Pokolenie X na rynku pracy. W: A. Rogozińska-Pawelczyk (red.), *Pokolenia na rynku pracy* (s. 39–64). Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Kwiatkowski, M. (2019). *Pokolenie Y na współczesnym rynku pracy. Psychospołeczne uwarunkowania startu zawodowego*. Warszawa: Wydawnictwo APS.
- Kwieciński, Z., Śliwerski, B. (2007). *Pedagogika. Podręcznik akademicki*. T. 2. Warszawa: WN PWN.
- Lyons, S.T., Schweitzer, L., Eddy, S.W. (2015). How have careers changed? An investigation of changing career patterns across four generations. *Journal of Managerial Psychology*, 30, 8–21.
- Pawłowska, M. (2012). *Nadchodzi generacja Y – młodzi, zdolni i nieojalnia. Pracodawcy w strachu, bo nie są gotowi na ich przyjęcie*. <http://natemat.pl/6547,nadchodzi-generacja-y-mlodzi-zdolni-i-nieojalnia-pracodawcy-w-strachu-bo-nie-sa-gotowi-na-ich-przyjecie> (dostęp: 12.10.2019).
- Panas, K.T. (2013). Psychologia wolontariatu. W: A.K. Sadowska (red.), *Implikacje teoretyczne i praktyczne wolontariatu* (s. 50–63). Radom: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej.
- Poczynajło-Kabaliuk, B. (2017). *Pokolenie Y na rynku pracy – co o nim wiemy?*. <http://www.doradca.up.gov.pl/pliki/Pokolenie%20Y%20na%20rynku%20pracy.pdf> (dostęp: 31.07.2017).
- Reisenwitz, T.H., Iyer, R. (2009). Differences in generation X and generation Y: Implications for the organization and marketers. *Marketing Management Journal*, 19, 91–103.
- Rzechowska, E., Garbacz, A., Kajda, M., Zaborek, K. (2017). *Osoby 50+ na rynku pracy: intermentoring jako model budowania dojrzałej współpracy międzypokoleniowej*. http://www.lbs.pl/projekt/dezaktywizacja/files/Zaborek_art.pdf, s. 1–21 (dostęp: 31.07.2017).
- Sałata, E. (2007). Kształtowanie aktywności zawodowej i przedsiębiorczości studentów. *Edukacja. Studia – Badania – Innowacje*, 3, 33–38.
- Shih Yung, Ch. (2012). Millennials in the workplace: A conceptual analysis of millennials' leadership and followership styles. *International Journal of Human Resource Studies*, 2(2), 71–83.

- Skarul, B. (2013). *Pokolenie Y – przytłoczeni rzeczywistością*. <http://www.gs24.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090207/REPORTAZE/87811343> (dostęp: 27.03.2013).
- Smolbik-Jęczmień, A. (2013a). Podejście do pracy i kariery zawodowej wśród przedstawicieli generacji X i Y – podobieństwa i różnice. *Nauki o zarządzaniu. Management Sciences*, 1, 89–97.
- Smolbik-Jęczmień, A. (2013b). Rozwój kariery zawodowej przedstawicieli pokolenia X i Y w warunkach gospodarki opartej na wiedzy. W: M.G. Woźniak (red.), *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Społeczeństwo informacyjne – rozwój e-gospodarki i gospodarki opartej na wiedzy. Zeszyt Naukowy Uniwersytetu Rzeszowskiego*, 36, 228–238.
- Słownik Języka Polskiego. <https://sjp.pwn.pl/sjp/pokolenie;2503544.html> (dostęp: 17.08.2017).
- Sowa, M. (2014). Pokolenie Y na rynku pracy. W: A. Rogozińska-Pawelczyk (red.), *Pokolenia na rynku pracy* (s. 66–74). Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Stachowska, S. (2017). Oczekiwania przedstawicieli pokolenia Y wobec pracy i pracodawcy. http://www.ipiss.com.pl/wp-content/uploads/downloads/2015/01/ZZL_2-2012_Stachowska-S_pdf, s. 33 (dostęp: 1.08.2017).
- Stuart-Kotze, R., Dunn, Ch. (2013). *Skuteczne zarządzanie talentami. Odkryj potencjał swoich pracowników*. Warszawa: Wydawnictwo Wolter Kluwers Business.
- Szafraniec, K., Boni, M. (2011). *Młodzi 2011*. Warszawa: Kancelaria Prezesa Rady Ministrów.
- Tabor, J.A. (2013). *Zarządzanie talentami w przedsiębiorstwie. Koncepcje, strategie, praktyka*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Wawrzonek, A. (2014). Młodzi dorośli wobec zmian na rynku pracy. *Studia Edukacyjne*, 33, 305–320.
- Wawrzonek, A. (2016). Wymiary tranzykcji młodzieży na rynku pracy. W: D. Kukła, W. Duda (red.), *Poradnictwo zawodowe – rozwój zawodowy w ujęciu przekrojowym* (s. 214–241). Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Wądołowska, A. (2019). *To pokolenie oszukane przez system i stereotyp*. http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,14035258,Ekspert_ds__rynku_pracy__To_pokolenie_oszukane_przez.html (dostęp: 28.12.2019).
- Woszczyk, P. (2013). Zarządzanie wiekiem – ku wzrostowi efektywności organizacji. W: P. Woszczyk, M. Czernecka (red.), *Człowiek to inwestycja. Podręcznik do zarządzania wiekiem w organizacjach* (s. 33–64). Łódź: Wydawnictwo HRP Group.
- Wróblewska, K. (2017). Wolontariat studencki szansą na zdobycie doświadczenia zawodowego. W: D. Kukła (red.), *Młodzież akademicka na rynku pracy – aspiracje i wyzwania* (s. 153–175). Częstochowa: Wydawnictwo AJD.

GENERATION Y VOLUNTEERING – IN THE PERSPECTIVE OF FUNCTIONING IN THE CHANGING LABOUR MARKET

ABSTRACT

The study is a characteristic of generation Y, which is a heterogeneous group, as it includes teenagers, youth, students, young people entering the labour market and starting families. This diversity causes difficulties in determining their clear determinants in terms of functioning on the labour market. The approach to work of a selected group of representatives of generation Y in the context of voluntary activity, which is the basis and a determinant of professional preparation, was presented. An attempt at this characterization was made based on an analysis of the literature on the subject and available reports.

KEYWORDS: volunteer, student, labour market, generation Y, transition