

# GLOBALIZĀCIJAS PROCESU IETEKME UZ SKOLAS JAUNIEŠU VĒRTĪBU IZVĒLI

## IMPACT OF GLOBALIZATION PROCESSES ON THE CHOICE OF VALUES OF YOUNG PEOPLE

**Spodra Austruma**

**PhD student of the Rezekne High Institut in Latvia**

**The State Education Centre in the Ministry of Science and Education of Latvia**

**Valņu 2.Rīga, LV1050**

**E-mail: [spodra.austruma@visc.gov.lv](mailto:spodra.austruma@visc.gov.lv); [spodraa@yahoo.com](mailto:spodraa@yahoo.com)**

**Abstract.** In the context of the consumer culture, young people learn new lifestyle philosophy as a result of globalization processes and cultural changes. Values and morality, their study mechanisms and needs are historically predisposed. Every socialization and communication begins with self-analysis, the same as competence of every culture is examined within the specific culture-historical circumstances.

In modern globalization circumstances in social life is dominated economic activities, economic goals and economic criteria. The main concern of society is not innovation of education or solution of issues related with existence of nation, but the production of goods and consumption. Expansion of consumer values is expansion of principles of globalization in space. In the globalization culture needs of the individual are supreme, not the tribe, group or nation. Individual in global space frees himself/herself from connection with groups, he/she chooses his/her own values, social associations acts independently and individually takes responsibility for his/her choices and actions.

These types of culture may be correlation with the character of education and teaching. The content of mass communication and the market studies determine the wants of consumers; and not notions about what information would be necessary for a more worthy human life.

The politics of education should be given a special importance in the age of economic crisis when mass thinking and wants are formed by the system of globalization and the media.

There exists a social mythology that math and natural sciences will guarantee you all the competences. It clearly shows in a document such as „Latvia’s membership in the European Union, aims, priorities and actions from 2007 to 2013” in chapter „Education and science development”, where it is emphasized that natural sciences and math has a priority role in Latvia. This kind of setting works as a direct reflection of process of globalization – money attraction to a certain system of administration, only one education role and one administrative principle.

Value of education and value definitions defined by educational documents, affected by post-modern culture, are open, general and abstract, concentrated to acknowledgment of cultural inheritance, leaving the development of the individual's personality in the background.

**Key words:** value education, education, mass thinking, consumer society, globalization

### **Ievads**

Visu kultūrlaikmetu spilgtākās idejas saglabājas un transformējas nākamajām paaudzēm. Šobrīd veidojas jauna sociālo attiecību, komunikācijas satura, sociālo aktivitāšu un savstarpējo zināšanu, pieredzes apmaiņas procesu pārstrukturizēšana. Šie procesi raksturīgi globālajai kultūras telpai.

Paradigmu maiņa globālajā kultūrtelpā, pasaules uzskata maiņa, postmateriālo vērtību nomaiņa uz materiālajām vērtībām vai arī to paritāte mainās līdz ar kultūras sociālpolitiskajiem, to starpā, patērētājsabiedrības nosacījumiem.

Izglītība ir viena no kultūras formām, kas mainās līdzī globalizācijas procesiem un tās visaptverošais saturs kalpo ne tikai sabiedrības izglītošanai, integrēšanai, sociālo tīklu paplašinājumam, bet arī kultūras atmiņas uzturēšanai un pārnesi, kas ir viena no būtiskākajām izglītības funkcijām. Un ne tikai izglītības saturs, bet „sociālo prasmju saturu nosaka arī attiecīgās sabiedrības tradīcijas un paradumi (Andersone, 2004.). Tāpēc īpaši nozīmīgs faktors vērtību adaptācijā ir socializācijas procesam, kurš norit zem patērētājkultūras zīmes.

### **Pētījuma metodes**

Lai apzinātu skolas jauniešu vērtību prioritātes pētījumā izmantotas kvantitatīvās metodes – anketēšana un kontentanalīze, kā arī kvalitatīvās pētījumu metodes - fokusa grupu diskusijas un teoriju metode-teoriju analīze.

### **Rezultāti un diskusijas**

Pētījuma ”Jauniešu vērtību izvēle process patērētājsabiedrībā” rezultāti uzrādīja jauniešu vērtību izvēles ciešo sasaisti ar sabiedrībā noritošajiem patērētājsabiedrības procesiem un ekonomiskās krīzes izraisītajām psiholoģiskajām sekām- nedrošību par nākotni un tādu prioritāri izvēlēto vērtību kā *nauda, karjeras* un *izglītības* lomu savas nākotnes eksistences nodrošinājumam. Diskusijas jautājums noskaidrot kā veidot līdzsvarotību starp vērtību prioritātēm, kas ir definētas vidusskolas mācību priekšmetu saturā un sasniedzamajos rezultātos un laikmetam raksturīgajām sabiedrības normētām vērtībām, kuras nespēj pilnībā nodrošināt jauniešu pašu izvirzītos vērtību kritērijus. Kāpēc radies pārrāvums starp izglītības faktisko saturu un sasniedzamo rezultātu?

#### *Vērtības kā sociāla transmisija*

Izglītības kvalitātes uzlabošana valstī ir ne mazāk svarīga zināšanu pārneses funkcija kā valsts konkurētspējas palielināšana globālajā ekonomikā. Vērtības kā socializācijas procesa transmisija starp indivīdu un sabiedrību, to apgūšana un reāla īstenošana izglītības telpā nodrošina katra indivīda socializācijas kvalitāti. „Socializācija ir jēdzieniska konstrukcija, teorētisku jautājumu un problēmu nostādņu kopums (..), varētu teikt tas ir modelis, kas tēlaini izsaka to, ko nevar attēlot uzskatāmā veidā (Hurrelman, 1986, 18). Ar vērtību izvēli jaunieši nosaka savu sociālās rīcības modeli, tās izvēloties un pieņemot kā savas, pakārtojot sev. Skolas programmās vērtībuzglītība ir iekļauta kā viena no caurviju tēmām, kas paredz, „tikumiskas personības attīstību, kura balstās uz morālām vērtībām un sekmē spēju atbildīgi veidot attiecības ar citiem cilvēkiem, ģimeni tautu, valsti un sabiedrību kopumā. Vērtību izpausmes uzrādās sociālā rīcībā, kā to uzsver pedagoģijas un

izglītības profesors Herberts Gudjons, tomēr diskutabla ir nostādne, ka „procesi, kuri to rada, nav novērojami”(Gudjons 1998,166.).Lai socializēšanās notiktu tiek pētīta cilvēka izaugsmes „aktīvā forma”(Gudjons 1998, 167). Šo jēdzienu ieviesa franču sociologs E.Dirkerms1907.gadā ,lai raksturotu indivīda sabiedrības nosacījumu lomu cilvēka personības veidošanā.

Vērtību adaptācijai kā socializēšanās nosacījumam nav diverģences raksturs. Vienkāršojot var runāt par veidu ,par indivīda tapšanu par sabiedrības locekli. Un to var skatīt 3 perspektīvās:

1. cilvēka konfrontācija ar vidi – uzrādot cilvēku aktīvo lomu šai konfrontācijā;
2. uz institūcijām orientēta perspektīva – kādas funkcijas un mērķi ir sabiedriskām institūcijām;
3. uz kultūru orientēta perspektīva-kas vieno indivīdu ar kultūru, uzrādot kā šī kultūra tiek nodota tālāk.

Tāpēc lai sekmētu skolas vidē vērtību sasaisti ar skolas programmās, mācību priekšmetu standartos definēto ar reālo kultūrvidi, skolas vidē jāsekmē kultūrkompetenču attīstība. Bet, lai attīstītu kultūrkompetences kā izmērāmu un pārbaudāmu rezultatīvu prasmi, skaidri jāapzinās – ko mācīt gan saturiski, gan metodiski, gan saistībā ar kultūras tradīciju un sociālo vidi.

### *Globalizācija un vērtību pieņemšanas komponentes*

Globalizācijas attīstība ir uzrādījusi nepieciešamību pēc noteiktām un visiem pieejamām vērtībām (Rudzīte,K., 27) savas būtības arī ir patērētājkultūras sastāvdaļa. Saskaņā ar sociologa R. Ingelhartas (*Inglehart*) vērtību teoriju 20.gs. 2.pusē Rietumu civilizācija pakāpeniski notikušas vērtību maiņas. Notikusi pāreja no materiālajām (kas ietilpina arī drošības vērtības) uz postmateriālajām (dzīves kvalitātes nodrošinājuma)vērtībām, kas atbilst globālās patērētājsabiedrības vērtību uzstādījumam un dzīves modelim. (Inglherts 22, 161) Tādējādi var runāt par to, ka vērtību darbība vērsta uz cilvēku vēlmju mērķa apzināšanu, kļūdamā par personības struktūras sastāvdaļu.

Humānpedagoģijas postulētais izglītības mērķis ir sevis pašrealizācija, nevis zināšanu apguve kā mērķis par sevi. Kā vēsta Dž. Džui (*Dewey*) teorijas – jaunas zināšanas indivīds var iegūt nevis balstoties uz vecām zināšanām, bet problēmsituācijā, kad rodas jaunas idejas, piemēram, krīzes ekonomiskā situācijā – kāda eksistē mūsu valstī pēdējos trīs gadus.

Veids kā globālā telpa nodrošina komunikāciju ar vērtībizzglītojošiem mācību standartiem un saikni ar patērmiecisko vidi, sākot ar tiešu valodisku saskarsmi un beidzot ar mediatizēto, plurālo globālās kultūras komunikatīvo dzīves telpu, kas savā ziņā ir normativizēta, tomēr negarantē garīgo vērtību prioritāti.

Tradicionāli vērtības apzināti tiek dalītas divās grupās – garīgās un materiālās vērtības, lai noteiktu to mērķi un raksturu. Garīgās vērtības formē cilvēka garīgo pamatu, bet to pārākā pakāpe - vispārcilvēciskās jeb klasiskās vērtības ir pamats visām vērtību sistēmām, kas veido kultūras un komunikācijas morāles pamatu un ir universālas. Dažādu paaudžu vērtību prioritāšu saskaņošana, piemēram, materiālisma vērtību maiņu uz postmateriālās vērtībām teorētiski uzrāda to, ka postmateriālās vērtības rodas no cilvēku augošām vajadzībām izcelt savas eksistences pamatu autonomiju, pašizteiksmi un dzīves kvalitāti. Šīs izmaiņas ir saistītas ar kultūras un cilvēku eksistences stāvokļu maiņu – mainoties sajūtām attiecībā uz vērtībām, aug tā vērtību kopa, kura cilvēkam liek mainīt domāšanu. Hipotēze par materiālo vērtību nozīmību tādi sociologi kā R. Ingleherts saista ar nepietiekamības un trūkuma izjūtu, augstāko vērtību deficītu, kad virtuāli cilvēki tiecas pēc brīvības un neatkarības, cēlas rīcības, tomēr par prioritārām atzīst eksistences pamatvajadzības – uzturu un fizisko drošību, kuru indivīds saistīta ar izdzīvošanu. Ja šīs pamatvajadzības netiek nodrošinātas, tās ir nepietiekamas, tad sabiedrība šiem materiālistiskajiem mērķiem sāk piedēvēt galveno lomu. Šāda nostāja pārsvarā izpaužas postpadomju sabiedrībās. Bet veiksmes un materiālās nodrošinātības sabiedrībās cilvēki par prioritārām izvēlas postmateriālās vērtības, piemēram, iekļaušanos sabiedrībā ar tās noteiktām normām, augstu pašnovērtējumu, mākslinieciskās, estētiskās un intelektuālas baudas, kas pēc savas būtības arī ir patērētājkultūras sastāvdaļa ar vajadzību socializēties. Attiecības starp materiālo stāvokli, materiālajām vērtībām un garīgajām vērtībām netiek vienlaicīgi noregulētas. Kopumā ņemot, indivīda bāzes prioritātes attiecībā uz vērtībām socializācijas procesā atspoguļo tos pamatstāvokļus, kas dominēja bērnības un pusaugu gados, un šīs vērtības, galvenokārt, mainās caur starppaudžu populācijas aizvietošanu. (Inglehart, R. 1980).

Ingleherts uzsver, ka cilvēki parasti adoptē tās vērtības, kas ir savienotas ar pieredzēto tā saucamajos izaugsmes gados. Jauniešu vērtības mainīsies šajos ‘starppaaudžu stāvokļos’ – vecumā no 16 - 18 gadiem, kas īpaši tos atšķir no iepriekšējo paaudžu domāšanas, uztveres un vērtību kodola attiecīgā jauniešu vecumā, tātad visa sabiedrība pakāpeniski mainīsies tad, kad pieņems un aizvietos esošās vērtības ar jaunām vērtībām, kas pakāpeniski sāk notikt vadoties no pētījumā iegūtajām atziņām un globālajai patērētāju kultūrai.

### *Sociālā mijiedarbība un vērtību pieņemšana*

Globalizācija mācību procesā palīdz attīstīt sociokultūras kompetences, kuru veido četri galvenie komponenti:

- sociālā konteksta faktori- nosaka attieksmju un līdzekļu izvēli atbilstoši aktoru vecumam, dzimumam, sociālajai situācijai;
- vērtību atbilstības faktori – ietekmē indivīda darbību un dzīves stila elementus – morāli, tikuma robežas, nosacījumus, stratēģijas, mērķtiecības pakāpi;
- kultūras faktori – neverbālās komunikācijas īpatnības, ietver vispārēju izpratni un zināšanas par kultūras notikumiem, vēsturi, reģionālajām īpatnībām, tradīcijām un paražām;
- neverbālajā komunikācijā- ietilpst ķermeņa valoda, acu kontakts, personīgās telpas izmantojums, pieskārieni, žesti, sasveicināšanās veidi, kuru pamats ir iepriekš minēti faktori un esošās kultūras normatīvs.

Šīs kompetences apguves vērtību komponentes ietilpst humanitāro mācību priekšmetu mācību saturā. Pētījums „Jauniešu vērtību izvēle patērētājsabiedrībā” uzrāda jauniešu vērtību prioritātes un nākotnes tendences, kopumā demonstrējot specifiskas sociālkultūras kompetenču apguves robežas.

Sociālā mijiedarbība vērtībuveidošanās procesā notiek ar vairāku sociālo aģentu starpniecību, mācību satura un dominējošās patērētājkultūras palīdzību.

Tabula Nr.1.

Pieredze	Pieredzes paraugi, nostādnes Zināšanas ,emocionālās struktūras Kognitīvās spējas
Mijiedarbība, sociālās attiecības	Attiecības starp skolēniem, skolotāju Attiecības starp vecākiem, bērniem Komunikācija starp draugiem, vienaudžiem
Institūcijas	Skolas, augstskolas, masu mēdiji, uzņēmumi Baznīca, armija
Visas sabiedrības struktūras	Komponenti: sociālā, ekonomiskā, politiskā struktūra

Tab. Nr.1. Indivīda vērtību pieņemšanas process caur socializēšanos. Pēc Tilmāņa. (Tilmann,1994,18)

Indivīda dzīves pieredzes apgūstamie elementi ne vienmēr kļūst par vērtību. No pieredzes iegūtu faktu vērtība veidojas vienīgi refleksijas laikā. Tas ir uztvertā subjektīvas novērtēšanas process atkarībā no tā, kā skolēnu kā personību ietekmē. Tātad attieksmē uz kādu faktu, kurš nozīmīgs skolēna personības attīstībā nosaka tā vērtību. Mūsdienās patērniecība izslēdz citādo un

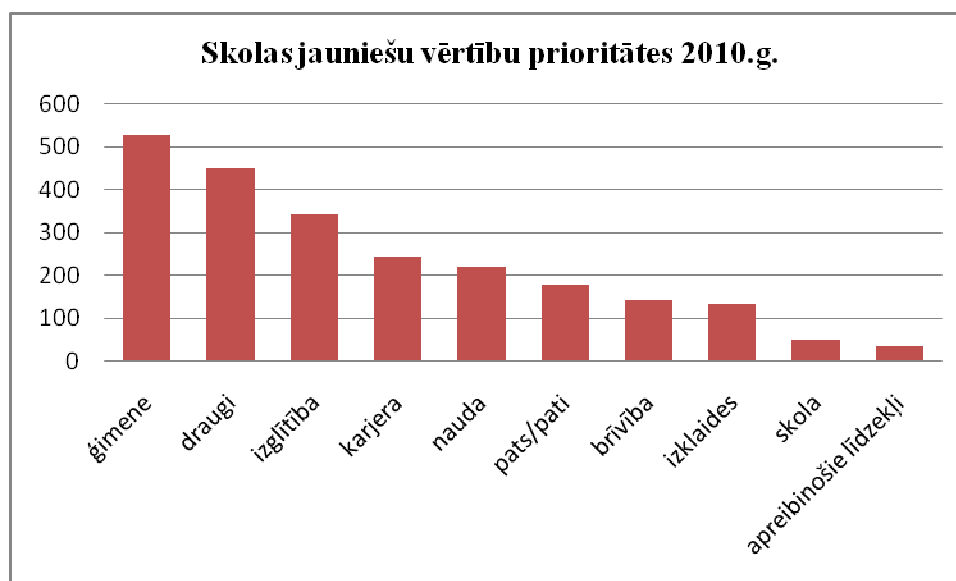
rosina domāt sabiedriski. Ikvienu mācību priekšmeta saturu apguve attīstīt skolēnā specifisku domāšanas veidu, kas saistīts ar ilgtermiņa domāšanu izglītībā, pie kam, saistīti starptautiskā izglītības sistēmā. Noņemot no sevis atbildību par vērtību izpratnes ekonomiski patērniecisko paplašināšanu, nemazinās patērniecības, pārfrazējot Ortegu i Gasetu, „nākšana pie apsolītās varas.”

### *Jauniešu vērtību prioritātes*

Pētījumā respondentu ģenerālkopu veidoja 626 vispārējās vidējās izglītības jaunieši no visiem Latvijas reģioniem. Savos spriedumos skolēni orientējās pēc noteiktām kategorijām: „derīgi”, „nederīgi”, „labi”, „slikti”. Šīs kategorijas pašas par sevi nav saistošas, atsevišķi neeksistē. Tās vienmēr saistītas ar priekšmetiem un parādībām, apstākļiem – notikumu vai kultūras kontekstu.

Pētījuma rezultātā 243 respondenti no 626 par prioritāti izvēlējās vērtību „karjera”, ko perlokutīvajā komunikatīvajā aspektā jaunieši fokusa grupās saistīja ar „labas dzīves nodrošinājumu”. Pie kam, 15% no šīs atlasē grupas, vērtību „karjera” izvēlējās kā prioritāro vērtību, minot to 1.vietā. Veiksminieks, skolēnuprāt, ir tas, kurš spēj karjeru saistīt ar labu cilvēka cienīgu atalgojumu, nodrošināt savu ģimeni, būt brīvs un neatkarīgs.

Tabula Nr.2



Tab. Nr.2. Skolas jauniešu prioritārās vērtības. Austruma S.2010.gada pētījums

Jauniešu vērtības nav hierarhiskas un to izvēles motivācija ir ciešā sasaistē ar sabiedrībā definēto vērtību normatīvu. Tomēr daudzas no skolēnu vērtībām nav tieši empīriskas – akceptētas

kā personiskās pieredzes rezultāts. Rezultāti uzrāda, ka vērtības var mantot kā tradīciju turpinājumu, kā ieražu. Ka "ģimene" kā vērtība eksistē kā postfiguratīvās kultūras tradīcijas pārmantošanas elements. Tradīciju percepcija raksturīga kultūras mantojuma uzturēšanā. Pētījumā „Jauniešu vērtību izvēle patērētājsabiedrībā” 526 no visas ģenerālkopas kā personīgi nozīmīgu vērtību pirmajā vietā izvēlējās vērtību „ģimene”, no visiem respondentiem 48% to uzrādīja kā 1.nozīmīgāko vērtību. Šī izvēle norāda uz vietējo tradīciju sociālo ievirzi. Bet vērtības karjera un nauda stādot augstāk par indivīda humānajām vērtībām „atspoguļo laikmeta pārrāvumu. 2011.gada 7.jūnijā konferencē – diskusijā par Polijas un Latvijas mūsdienu jauniešu vērtībām ekonomikas un kultūras augstskolas rektora vietas izpildītāja Gunta Veismane savā runā uzsvēra, ka "patērētāju kults un dzišanās pēc materiālās labklājības ir atstājis milzīgu iespaidu uz indivīdu garīgo izaugsmi. Vērtības tiek aizstātas ar ērtībām, kas ilgtermiņā cilvēcei neko labu nesola."

Tomēr skolēnu vērtību prioritātes uzrāda citu ainu. Starp fokusa grupās 20 aprobētajām vērtībām, 449 izvēlējās vērtību „ draugi” kā vienu no sešām prioritārām vērtībām, bet 22 no tiem vērtību draugi izvēlējušies 1.vietā kā galveno. Vērtība „draugi” kā otru nozīmīgāko vērtību nosauca - 107 ,bet kā trešo – 119 respondenti. Draugi kā vērtība uzrādās gan saistībā ar izklaidēm, gan saistībā ar atbilžu variantu ”cilvēks, kuram vienmēr var uzticēties”; 0,7% no respondentiem atbildes variantā ”cita atbilde” atzīmēja, ka „draugi viņiem aizstāj ģimeni” laikā, kad vecāki peļņas nolūkos devušies uz ārzemēm. Savdabīgs rādītājs parādās analizējot patērētājuvērtību „ārējais izskats” saistībā ar „draugi”. Kur no visiem četriem reģioniem tieši Rīgas skolās ārējā izskata nozīmība tiek saistīta ar draugu vērtību, tātad skolēni vēlas pielīdzināties draugiem.

## **Secinājumi**

1. Globalizācijas un ekonomiskās krīzes sekas uzrāda jauniešu vērtībizvēli saistībā ar personīgo drošību – draugi ir tie, kas spēj sniegt morālo atbalstu un nereti aizstāj ģimeni, bet tādas vērtības kā karjera un izglītība atbildēs parādās kā labas dzīves nodrošinājuma garants.
2. Globalizācijas tīklojums kultūras telpā – tirdzniecības, preču un finanšu plūsma, investīcijas un starpvalstu aizdevumu komercdarbība un konkurence skar un ietekmē visus sociālos procesus, sekmējot ne tikai kultūru integrāciju, bet arī izglītības standartizāciju, tomēr skolēnu izvēlētās vērtību prioritātes tikai daļēji atspoguļo skolas jauniešu standartizētus vērtību izvēles normatīvus.

3. Vidusskolēni nepieņem tās vērtības, kuras sabiedrībā nav reprezentablas un kurām viņu attiecīgajā vecuma posmā nav nozīmes. Vienpersonīgo vērtību pieņemšanā svarīgi ir gan ārējie, gan iekšējie faktori, kuri nemitīgi atrodas mijattiecībās.

### **Izmantoto literatūras avotu saraksts**

1. Andersone, R. (2004). *Pusaudžu sociālo prasmju veidošanās*. Rīga: RaKa.
2. Bauman, Z.(1993) *Postmodern ethics*. Wiley-Blackwell. 110-138 pp.
3. Inglehart, R. (2000). *Globalization and Postmodern Values*. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Hurrelman, K., Engel U.(Eds.) (1989) *The social world of adolescents: International perspectives* (18-26pp). Berlin: Walter de Gruyter.
5. Rudzīte. K.(2006) *Globalizācija. Globālās pārvērtības un globālā dienaskārtība*. Stratēģiskās analīzes komisija, Rīga: Zinātne.
6. Riley-Tillman T. C (2003) *School Psychology Review*. Volume 32, No. 1, 57-76 pp.
7. Meredith A.. Bak, (2005) New York University, (USA *Globalisation and Representation*, 3rd International Conference on Globalisation and Resistance, University of Brighton, UK, 12th-13th March, 2005
8. Trapeniece, I.(2009). *A portret of Latvian youth today: integration in society and marginalization risks*, Riga: LU akadēmiskais apgāds, 13-21 pp. (in Latvian)
9. Zimmels, G.(2000). *Nauda modernajā kultūrā. Nauda, dzīvesstils, identitāte*, Rīga: Latvijas universitātes zinātniskie raksti, 629. sējums., Stepčenko, A. zinātn.red.
10. Konference-diskusija <http://www.catholic.lv/main.php?parent=4048>