



## Lidské zdroje pod lupou

# Akcelerovaná generace X: Práce až na prvním místě

*Po několika dílech naší Personální poradny věnovaných procesům přijímání a adaptace nových pracovníků se tentokrát zamyslíme nad obecnějším tématem. Koho označuje známý pojem „generace X“ a jakými specifiky se její příslušníci vyznačují na pracovním trhu?*

S pojmem generace X se setkáváme v demografii, sociálních vědách, marketingu a v neposlední řadě tento pojem výrazně zasáhl popkulturu. Generace lidí narozených v období od sklonu šedesátých let do začátku let osmdesátých se zdánlivě neidentifikovala s žádným společenským proudem, odtud označení X. U nás se pro označení generace lidí narozených v druhém poválečném baby boomu vžil označení „Husákovy děti“ a oproti západním současníkům si s sebou česká generace X nese určitá specifika. Podívejme se právě na ně.

Generace X u nás stála na prahu dospělosti uprostřed pohnutých politických a společenských změn začátku devadesátých let. Otevřely se před ní možnosti, které byly generaci jejich rodičů upřeny. Zatímco jejich rodiče uzavírali sňatky a zakládali rodiny v poměrně nízkém věku 20+, nová generace upřednostnila kariéru. Po dokončení školy se někteří vrhli na lákavou vidinu podnikání, jiní využili otevřených hranic a vyrazili na Západ – ať už za dalším studiem, prací, nebo jen „na zkušenou“.

Ženy namísto mateřství upřednostnily manažerský kostýmek a myšlenky na založení rodiny vytěšňovaly s pocitem, že na to bude dostatek času po dosažení vysněného pracovního postu. Všichni byli navyklí pracovat z pohledu generace svých rodičů neuvěřitelný počet hodin a rádi to dávali ostentativně najevo: „Nemám čas,“ bylo heslem doby. Pracuji, tedy jsem. Workoholismus byl sexy. S trochou paušalizace byla generace Husákových dětí dlouho bezdětnou generací. Založit rodinu až s blížící se čtyřicítkou bylo dříve naprostou výjimkou, pro tyto lidi se to však stalo běžnou praxí.



Foto: Shutterstock.com

**Cestovní ruch, hospitality a gastronomie byly od začátku devadesátých let pro tuto generaci velmi atraktivními obory.**



Cestovní ruch, hospitality a gastronomie byly od začátku devadesátých let pro tuto generaci velmi atraktivními obory. Lidem se nabízelo nové a neotřelé mezinárodní prostředí s atraktivními platy. Kdo ovládal některý ze světových jazyků a byl aktivní, měl kariérní úspěch napůl jistý. Dnes se příslušníci této generace tak trochu rozhlíží kolem sebe – zkušeností mají dost, už nechtějí riskovat a i při výběru zaměstnání hledají stabilitu a ukotvenost – životní prvky, kterým dlouho nevěnovali pozornost. Na roveň práce, sice se zpožděním, ale přece, začali stavět osobní život. Výslednou architekturou jejich životů je vzájemné doplňování práce, osobního života a rodiny.

Znakem generace X přesto zůstává podnikavost, flexibilita a ochota riskovat.

Samostatná práce bez dohledu je pro ně samozřejmostí, nemají problém porušit zaběhnutá pravidla, pokud poznají, že se takto rychleji dostanou k cíli. Chtějí si užívat života, a to i v práci. Postupem času se jejich modlou stal pojem „work-life balance“. Chtějí pro sebe – a nutno dodat, že i dokážou – vytěžit ze svých pracovních i volnočasových aktivit maximum. Jejich hnacím motorem jsou vnitřní otázky, zda je jejich talent v práci dostatečně oceňován a odměňován. Peníze jsou pro ně důležitou hodnotou. Nechtějí zůstat ve vleku, chtějí o svých životech rozhodovat sami. Z těchto důvodů se z příslušníků této generace často rekrutuje střední management, který si zakládá na své inovativnosti a nebojí se zodpovědnosti.

Dnešní letní díl personální poradny považujte spíše za lehce úsměvné letní zamyšlení, protože každé označování „generace“ s sebou nese značnou porci paušalizace. Jinak řečeno, v každé generaci je stejné zastoupení jedinců pracovitých a líných, aktivních a pasivních, flexibilních a zkostnatělých. Generace X je především marketingové označení a nemůže tomu být jinak, že po generaci X se ke slovu přihlásila generace Y a nejnověji i generace Z. Co přijde poté? Jak jinak než generace Alfa. K rozdílu mezi těmito generacemi se vrátíme v příštím, stále ještě letním díle personální poradny. ■

AUTORKOU TEXTU JE  
**Ing. Pavla Hodinková,**  
managing director  
Agentura Dream Job s.r.o.  
pavla@dream-job.cz  
tel.: +420 602 723 046

