

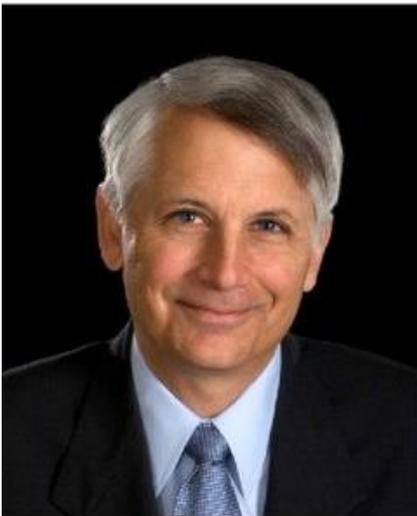
Теория поколений

●

Создана в 1991 г. американскими учеными – демографом Нейлом Хоувом и историком Вильямом Штраусом (на стыке с экономикой)

●

В России адаптирована через проект «RuGenerations» Евгенией Шамис и Евгением Никоновым



Вильям Штраус



Нейл Хоув



Евгения
Шамис

Евгений
Никонов

Сейчас в России живут и работают представители следующих поколений

- Поколение GI (1900-1923 г.р.)
- Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.)
- Поколение Бэби-Бумеров (1943-1963 г.р.)
- Поколение X (1963-1984 г.р.)
- Поколение Миллениум или Y (1984-2003 г.р.)
- Поколение Хоум-лэндер или Z (2004-2025 г.р.)

Теория поколений

ЦЕННОСТИ
ФОРМИРУЮТСЯ
ВНЕШНИМИ ФАКТОРАМИ

- Изменения
- Оптимизм
- Общительность
- Уверенность в себе
- Разнообразие
- Подчиненность
- Ориентация на улице
- Немедленное вознаграждение
- Гражданский долг
- Мораль
- Достижение
- Наивность
- Профи в технике

- Изменения
- Выбор
- Глобальная информированность
- Технограмотность
- Индивидуализм
- Выживание
- Обучение в течение всей жизни
- Неформальность
- Поиск эмоций и страха
- Прагматизм
- Надежда на себя
- Унисекс
- Равноправие

1983–2000 гг.
 Поколение Y
 Осень, Герои

1965–1982 гг.
 Поколение X
 Лето, Кочевники

1901–1922 гг.

1943–1964 гг.
 Поколение бумеров
 Весна, Пророки

1923–1942 гг.
 Молчаливое поколение
 Зима, Художники

2001–...

- Преданность
- Соблюдение правил
- Закон и порядок
- Уважение к должности и статусу
- Жертвенность
- Подчинение
- Честь
- Терпение
- Экономность
- Религиозность или Партийность

- Идеализм
- Оптимизм
- Имидж
- Молодость
- Здоровье
- Работа
- Ориентация на команду, личный рост
- Личное вознаграждение и статус
- Вовлеченность
- Отличные характеристики
- Профессионалы в СМИ
- Подчеркивают гендерную привлекательность
- Ностальгия и религиозность

Общие особенности поколений

	61+ (Молчаливое поколение) ЗИМА	45-60 (беби-бумер) ВЕСНА	30-45 (Поколение X) ЛЕТО	17-30 (Поколение Y) ОСЕНЬ
Технологии	Виниловая пластинка	Кассета	CD	MP3
Оптимальный способ коммуникации	Лично	Телефон	Сотовый телефон	SMS, эл. почта
Время на работе	Точно по часам	Быть на виду	«Какая разница? Главное, чтобы работа была сделана»	«Уже 5 вечера, у меня есть другие дела»
Поощрения	Уважение	Должность, признание	Гибкая работа, позитивная среда	Работа должна иметь смысл
Общий настрой	Практичный	Оптимистичный	Скептический	Оптимистичный, высокая самооценка
Отношения к власти	Уважение	Ровное равнодушие	Вежливость	Открытое безразличие
Отношения	Самопожертвование	Личное вознаграждение	Нежелание брать обязательства	Разнообразие, общение, находчивость
Изменения	Ставят под сомнения	Сопrotивляются	Принимают	Стремятся к переменам

Признаки поколений

Поколения	Позитивные признаки	Негативные признаки
Поколение GI (1900-1923 г.р.)	Защита	Упрямство
Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.)	Сострадание	Разочарование
Поколение Бэби-Бумеров (1943-1963 г.р.)	Энтузиазм	Эгоизм
Поколение X (1963-1984 г.р.)	Изобретательность	Суицид и депрессия (самоосуждение)
Поколение Миллениум или Y (1984-2003 г.р.)	Терпимость	Гнев (специфическая раздражительность)
Поколение Хоум-лэндер или Z (2004-2025 г.р.)	Адаптивность	Страх (беззащитность)
Поколение α (2023-2043 г.р.)	Гуманность	Нестабильность (кризис)

Поколение GI (поколение Победителей)

События,
сформировавшие
ценности

Ценности

Дефицит

- революционные события 1905 и 1917 годов
- коллективизация,
- электрификация

- трудолюбие
- ответственность
- почти религиозная вера в светлое будущее
- приверженность идеологии
- семья и семейные традиции
- доминантность и категоричность суждений

Вера

Молчаливое поколение

События, сформировавшие ценности	Ценности	Дефицит
<ul style="list-style-type: none">• сталинские репрессии• Вторая мировая война• восстановление разрушенной страны• открытие антибиотиков	<ul style="list-style-type: none">• преданность• соблюдение правил, законов• уважение к должности и статусу• честь• терпение	Свобода

Поколение беби-бумеров

События, сформировавшие ценности	Ценности	Дефицит
<ul style="list-style-type: none">• советская "оттепель"• покорение космоса• СССР – мировая супердержава• "холодная война"• первые пластические операции и создание противозачаточных таблеток• единые стандарты обучения в школах• гарантированность медицинского обслуживания <p>В результате появилось поколение с психологией победителей.</p>	<ul style="list-style-type: none">• оптимизм• заинтересованность в личностном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух• культ молодости	<ul style="list-style-type: none">• уважение• признание

Поколение беби-бумеров

Ценности (формировались до 1973 года)

Мотивация

- ✓ Оптимизм;
- ✓ Персональное развитие
- ✓ Заинтересованность в личностном росте и вознаграждении;
- ✓ В то же время коллективизм и командный дух: принятие правил эффективной команды, распределение ролей, соединение ожиданий индивидуальных и групповых;
- ✓ Культ молодости;
- ✓ Успех в карьере

- ✓ Давать возможность совершенствоваться.
- ✓ Поощрения в виде видимых символов: сертификаты, награды, почетные значки, трофеи.
- ✓ Наградой будет получение работы с БОльшей ответственностью, они заинтересованы в продвижении.
- ✓ Давать обратную связь, о сделанной хорошо работе.
- ✓ Им нужно много материальных вещей, которые являются осязаемым подтверждением их упорной работы, они заинтересованы в большем количестве денег. Деньги «двигают» их. Это награда за их усилия и мера успеха.
- ✓ Давать возможность построить карьеру, в которой будет продвижение по служебной лестнице и рост профессионализма, они становятся трудоголиками.



Поколение X

События, сформировавшие ценности	Ценности	Дефицит
<ul style="list-style-type: none">• продолжение "холодной войны"• перестройка• СПИД• наркотики• война в Афганистане	<ul style="list-style-type: none">• готовность к изменениям• возможность выбора• глобальная информированность• техническая грамотность• индивидуализм• стремление учиться в течение всей жизни• неформальность взглядов• поиск эмоций• прагматизм• надежда на себя• равноправие полов	<ul style="list-style-type: none">• деньги• статус

Поколение Y

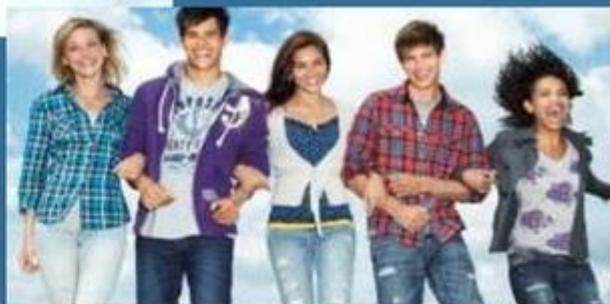
События, сформировавшие ценности	Ценности	Дефицит
<ul style="list-style-type: none">• распад СССР• теракты и военные конфликты• атипичная пневмония• развитие цифровых технологий <p>Мобильные телефоны и интернет – их привычная действительность.</p> <p>Эпоха брендов.</p>	<p>в систему ценностей этой группы уже включены такие понятия, как гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться.</p> <p>На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение.</p>	<ul style="list-style-type: none">• общение

Поколение Y

Ценности (заканчивают формироваться)

Мотивация

- ✓ Fun (веселье);
- ✓ Результат как таковой;
- ✓ Гражданский долг и мораль;
- ✓ Ответственность;
- ✓ Наивность и умение подчиняться.



- ✓ Неформальный подход ко всему: от описания вакансии до оформления интерьера.
- ✓ Гибкий (свободный) график работы: «плавающее», в пределах 1–2 часов, начало и окончание рабочего дня.
- ✓ Удаленная работа и образовательные программы
- ✓ Удобные, красивые, комфортные офисы
- ✓ Мелкое дробление целей, которые ставятся перед сотрудниками
- ✓ Не строить долгосрочных планов (максимум - год)
- ✓ Подбор кандидатов с повышенным вниманием к интересу выполняемой работы (падает интерес - уходит сотрудник).
- ✓ Корпоративные СМИ, порталы, группы в социальных сетях (для ощущения себя «в обществе»).
- ✓ Активная форма наставничества
- ✓ Активное использование устного поощрения-благодарности
- ✓ Вознаграждение - за конкретные достижения, за результат

Теория поколений и ценности сотрудников



Поколение победителей



Поколение «На перепутье»



Поколение Перестройки



Поколение Сети



Поколение селфи

Поколения	Терминальные ценности		Сферы жизни	
	значимо	незначимо	значимо	незначимо
1-е поколение (люди старше 61 года)	<ul style="list-style-type: none"> Собственный престиж Активные социальные контакты 	<ul style="list-style-type: none"> Высокое материальное положение Развитие себя 	<ul style="list-style-type: none"> Общественная жизнь Семейная жизнь 	<ul style="list-style-type: none"> Обучение и образование Профессиональная жизнь
2-е поколение (люди от 46 до 60 лет)	<ul style="list-style-type: none"> Высокое материальное положение Собственный престиж 	<ul style="list-style-type: none"> Развитие себя Достижения 	<ul style="list-style-type: none"> Семейная жизнь Профессиональная жизнь 	<ul style="list-style-type: none"> Обучение и образование Общественная жизнь
3-е поколение (люди от 31 до 45 лет)	<ul style="list-style-type: none"> Высокое материальное положение Креативность Развитие себя 	<ul style="list-style-type: none"> Собственный престиж Активные социальные контакты 	<ul style="list-style-type: none"> Профессиональная жизнь Обучение и образование 	<ul style="list-style-type: none"> Общественная жизнь Увлечения Семья
4-е поколение (люди от 16 до 30 лет)	<ul style="list-style-type: none"> Развитие себя Достижения 	<ul style="list-style-type: none"> Собственный престиж 	<ul style="list-style-type: none"> Сфера образования и обучения Сфера общественной жизни 	<ul style="list-style-type: none"> Сфера семейной жизни

Отношение к работе поколений Y, X и беби-бумеров

	ПОКОЛЕНИЕ Y (31 И МЛАДШЕ)	ПОКОЛЕНИЕ X (32–47)	БЕБИ-БУМЕ- РЫ (48–65)
Принадлежность к организации	Ценности и корпоративная культура компании критичны при принятии решения о работе в ней	Самодостаточен и независим. Редко остается верным компании	Лоялен к организации
Стиль работы	Высокая потребность в похвале, трудно воспринимает критику. Предпочитает вовлекающее управление	Для достижения цели готов пренебрегать правилами	Прилежный работник. Склонен к микроменеджменту. Хороший наставник
Мотивация на работу	Главное в работе – реализация творческого потенциала. Важно обучение и развитие	Стремится найти более интересную работу и более высокую зарплату	Ориентирован на материальный успех
Соотношение работы и личной жизни	Приоритет личной жизни над работой	Ценность работы и ценность личной жизни равны	Приоритет работы над личной жизнью

Отношения поколений к обучению

Поколения	Корпоративное обучение	Формы обучения
Бэйби-Бумеры Baby Boomers	Не интересуются в полной мере, больше интересен академический формат	<ul style="list-style-type: none">✓ Групповые упражнения;✓ Массовое участие (просмотр фильма);✓ Тренер - помогает создать команду
Х	Систематическое, теоретическое, фундаментальное	<ul style="list-style-type: none">✓ Упражнения в малых группах;✓ Индивидуальные упражнения;✓ Фильмы;✓ Тренер - помогает достичь индивидуального результата
Y Generation why?	Постоянное, мобильное, модульное, практическое	<ul style="list-style-type: none">✓ Упражнения на развитие навыков решения рабочих ситуаций;✓ Короткие, модульные программы;✓ Динамичность;✓ Яркость в оформлении учебного материала;✓ Игровой формат, с чередованием реальных наглядных примеров;✓ Тренер - дает постоянную оценку действиям каждого

товар поколение	Продукты	Автомобили	Лекарства	Врачи
Р	<ul style="list-style-type: none"> • знакомые, проверенные • на упаковке: срок годности 	лишь бы ездил	рецепты от Малахова	святые почти как Геннадий Петрович
ВВ	<ul style="list-style-type: none"> • натуральные и «деликатесные» • на упаковке: польза 	большие семейные	настои, отвары и невкусные таблетки	вынужденная необходимость
Х	<ul style="list-style-type: none"> • новые, вкусные, интересные • на упаковке: состав 	малолитражки	суспензии, быстро снимающие симптомы	в крайних случаях
У	<ul style="list-style-type: none"> • новые, вкусные, полезные • на упаковке: % жирности 	экологичные (электромобили)	распиаренные	чтобы не идти на пары

BB, X, Y, Z:
сравнительный анализ поколений

Поколение	BB 1943-1963 1946-1964	X 1964-1983 1965-1979	Y 1984-2000 1980-1996	Z 2001... 1997...
Параметр				
Иерархия	Вертикаль	Больше вертикаль	Горизонт	?
Общение	Уважение власти	Уважение авторитета	Равенство	?
Оргкультура	Бюрократия	Семья	Рынок	?
Взгляд на мир	Оптимизм	Прагматизм	Оптимизм	?
Стиль управления	Авторитаризм	Больше авторитаризм	Демократия	?
Совместная работа	Коллектив	Индивид	Команда	?
Обучение	Разовое	Многократное	Непрерывное	?



До 10-12 лет еще не формируется мировоззрение, т.к. еще продолжается формирование мышления, рефлексия только развивается. Все, что ребенок воспринимает, хранится в подсознании, действует в течение всей жизни, оказывая влияние на выбор, поступки, облик, на все, что мы делаем.

Цифровое поколение: какие они?

РОДИТЕЛИ

ДЕТИ

47-69
лет



Бэби-бумеры

Дайте пожить, а уж место для подвига мы найдем

Кредо: активность и любознательность

- Коллективизм
- Соблюдение режима дня
- Культ молодости

28-47
лет



Поколение X

Хочешь сделать хорошо – сделай сам

Кредо: самостоятельность

- индивидуализм
- опора на собственный опыт
- ценность выбора

12-29
лет



Поколение Y

В чуваке все должно быть в кайф: и фейс, и нутро, и прикид

Кредо: мода

- здоровое питание
- модные виды спорта
- мобильные телефоны и интернет

0-11
лет



Поколение Z

Кредо: ???

- индивидуализм
- на «ты» с компьютером
- на «вы» с домашним хозяйством



Поколение Z: «думающие исполнители»

(с 2000 г.р.)

По закону цикличности похожи на **«молчаливое поколение»** (1923 – 1943 г.р.)

«Гиперопека» - **дефицит общения со сверстниками** – менее общительны

Преобладание виртуальной коммуникации над реальной.
Социальные сети держат в курсе тенденций

Ценности: физический и психологический комфорт, персональная свобода, возможность «посмотреть мир»

Амбициозны и самоуверенны

Высокая социальная ответственность («зеленое поколение»)



Высокая скорость восприятия информации и трудность с удержанием внимания

Быстро анализируют большие объемы информации, выдают новые оригинальные решения

Как они мыслят

Поколение Z не похожее ни на кого

Разносторонние интересы

Поколение Z доросшее до 9-11 лет уже в значительной степени интересуется меняющимся на глазах миром. Они обеспокоены: глобальным конфликтом, образованием, окружающей средой и экономикой.

Многозадачность

Внимание фокусируется на каком либо посте или объявлении не более 8 секунд (тогда как еще в 2000г. было 12 секунд). Исследования показывают, что поколение Z способны обрабатывать больше информации на более высоких скоростях, но сохранить свое внимание долго на чем-либо, является для них проблемой, поскольку они, как правило, работают в многозадачном режиме одновременно, минимум, на пяти экранах.



Предпримчивость

72% младших учеников средней школы хотят начать когда-нибудь свой бизнес. Воздействие постоянного специального образования и краудсорсинга, заставляет 80% поколения Z чувствовать себя более осведомленными, чем их сверстники.

Общительность

Для поколения Z диджитал технологии являются природным. Они не знают жизни без существования интернета, смартфона и социальных сетей. Они воспринимают все это с помощью скорости и символов. Очень часто общение происходит с помощью символов и видео, их привлекает эфемерный контент, который быстро исчезает. Это поколение, которое не хочет быть обнаружено в интернет-среде. 25% детей в возрасте 13-17 лет покинули Facebook в 2014 году.

Ценности поколения Z

- ✓ Дематериализация ценностей - размывание жизненных принципов и жизненных ориентиров. Причины: быстрое изменение жизни, мировоззренческий разрыв с родителями и информационная перегруженность.
- ✓ Получение опыта и впечатлений
- ✓ Самореализация
- ✓ Лидерство, а не руководство
- ✓ Партнерство, коллективное принятие решений на основе обсуждений и экспертных оценок
- ✓ Быстрый обмен информацией
- ✓ Ценности здоровья - актуальны, семейные - постепенная девальвация, социальные - карьера и благосостояние с персональной конкуренцией, духовная - обесценивается.

Психографика поколения Z



- ✓ Страх перед взрослением
- ✓ Недостаток эмоциональных контактов (особенно со стороны матери) и переизбыток информации – нарушение в развитии нервной системы.
- ✓ Синдром “переполненного гнезда”
- ✓ Замена героя на кумира
- ✓ Мировоззренческий конфликт
- ✓ Завышенная самооценка
- ✓ Исчезновение традиционной семьи – сурогатные формы брака (семья выходного дня).
- ✓ Политическая индифферентность
- ✓ Психологический комфорт, ненасильственность
- ✓ Дефицит внимания и гиперактивность (СДВГ), как следствие – низкая успеваемость (возможна одаренность в определенных сферах)
- ✓ Мультиканальность и многозадачность
- ✓ Потребность в обратной связи
- ✓ «Клиповое» мышление (А. Ашкеров) – поверхностный подход к анализу информации и принятию решений.
- ✓ Аутизация – как способ отгораживания от мира, десоциализация. Противоречие – стремление быть в обществе и быть свободны от общества.
- ✓ Интровертированный индивидуализм
- ✓ «Рабы общественного мнения» - интернета, податливые для манипуляции, с инфантильными ожиданиями.

Отношение к работе поколения Z

- ✓ Не привязаны к рабочему месту
- ✓ «Взрослые дети»
- ✓ Менее ответственны и исполнительны
- ✓ Формирование себя как мульти-специалиста
- ✓ Не привязаны к конкретной сфере деятельности
- ✓ Важна брендованность работодателя и морально-этическая сторона бизнеса
- ✓ «Проектная» работа
- ✓ Готовы работать для «большой» компании, но не в «большой» компании
- ✓ Ожидают от руководителя безусловной положительной оценки
- ✓ Виртуальная работа с «виртуальным результатом»
- ✓ Поменьше напрягаться, вообще поменьше делать и за это побольше получать.



Поколение Z



Они родились с компьютерной мышкой в руках.

Им проще задать вопрос Google, чем собственным родителям.

Поколение Z – инопланетяне для детей, читающих БСЭ энциклопедию.



Выросшие в эпоху тотального интернета, дети 6-13 лет привыкли, что их желания в виртуальной реальности исполняются.

Этого они ждут и от жизни.

Как управлять поколением Z

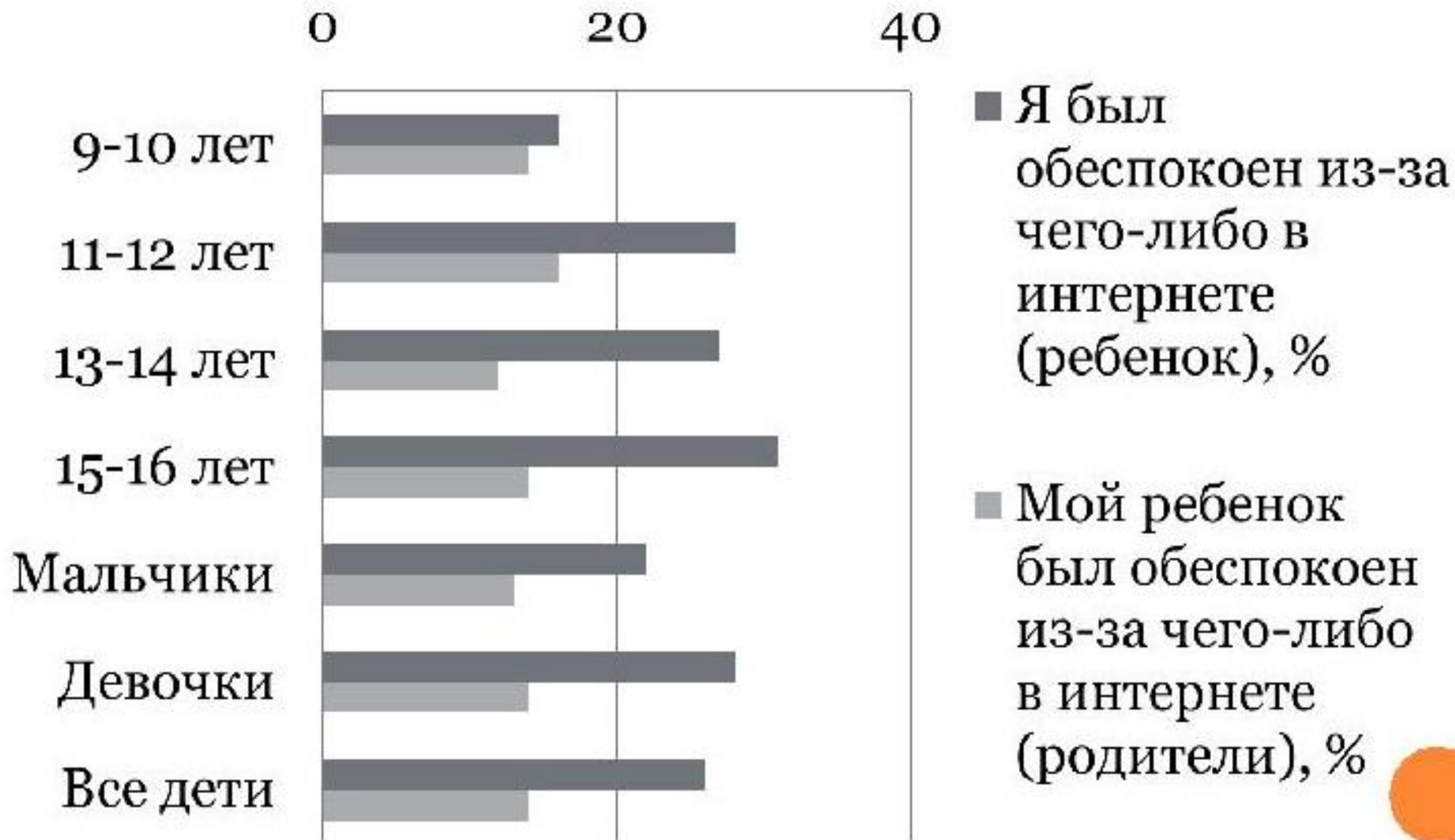
Позволяйте сотрудникам Z работать удалено, или хотя бы по гибкому графику. Они не любят, когда их загоняют в рамки.



Общение с сотрудниками нового поколения должно происходить тет-а-тет. Найдите уникальные черты своего подчиненного, интересуйтесь его жизнью и интересами.



Знают ли родители?



**Анализ
профессий**

**Способы
профессиональных
проб**

**Образ Я – использование
индивидуальных особенностей в
профессиональном выборе**

Прогноз по поколению Z

С точки зрения коммуникации:

- Большинство современных условий предполагают множество ситуаций, замкнутых на одного ребенка (взаимодействие человек-компьютер, человек-игры, человек – музыкальный инструмент, человек – игровая приставка, человек – природа), либо на небольшой круг людей рядом с ним (родители, несколько друзей). В результате получается ориентировочное вовнутрь, на себя поколение.
- Смена акцентов сохраняется – предыдущее поколение Y было наоборот ориентировано в общество.

x

y

z

α

1960

1970

1980

1990

2000

2010

2020