

УДК 37.013.42

DOI: 10.32342/2522-4115-2019-2-18-13

**О.О. РЕЗВАН,**

*доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри мовної підготовки, педагогіки та психології Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова*

**О.О. ЖИГЛО,**

*кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри мовної підготовки, педагогіки та психології Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова*

## РЕФЛЕКСІЯ ЩОДО ПРОБЛЕМ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МІЖ КОЛЕГАМИ В АСПЕКТІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ

У статті порушено проблему соціальної комунікації фахівців одного професійного колективу як представників різних поколінь. В аспекті теорії поколінь Нейла Хоува (Neil Howe) та Вільяма Штросса (William Strauss) порушено проблему взаємодії працівників в одній організації з молодими фахівцями, що представляють покоління Z та виходять наразі на ринок праці. Визначено основні риси молодого фахівця – представника покоління Z, які заважають встановлювати конструктивні відносини з колегами: егоїзм, невміння домовлятися, мала тривалість концентрації уваги, інфантилізм, споживацька філософія, соціальна спрямованість. Подано рекомендації для керівників організацій щодо інтеграції працівників покоління Z у колективі: доведення до молоді основних цінностей організації; внесення «табу» на обговорення гострих соціально-політичних тем у колективі; доведення до свідомості молодих фахівців необхідності самовиховання щодо нівелювання егоцентризму на користь спрямованості на командну роботу.

*Ключові слова: соціальна комунікація, взаємодія, теорія поколінь, покоління Z, молодий фахівець, працедавець, організація.*

В статье представлена проблема социальной коммуникации специалистов одного коллектива как представителей разных поколений. В аспекте теории поколений Нейла Хоува (Neil Howe) и Вильяма Штросса (William Strauss) определена проблема взаимодействия работников одной организации с молодыми специалистами, представителями поколения Z, которые сейчас выходят на рынок труда. Определены основные качества молодого работника, мешающие ему устанавливать конструктивные отношения в коллективе: эгоизм, неумение договариваться, малая концентрация внимания, инфантилизм, потребительская философия, социальная направленность. Представлены рекомендации для руководителей организаций, позволяющие интегрировать поколение Z в коллектив: доведение до сознания молодых специалистов основных ценностей организации; внесение «табу» на обсуждение острых социально-политических тем в коллективе; требование самовоспитания для нивелирования эгоцентризма в пользу направленности на командную работу.

*Ключевые слова: социальная коммуникация, взаимодействие, теория поколений, поколение Z, молодой специалист, работодатель, организация.*

**Актуальність.** Проблема конструктивної взаємодії між працівниками у колективах завжди викликала інтерес у науковців та управлінців. Останнім часом вона деталізувалась у питанні акцентуації випадків непорозумінь між працівниками різних поколінь, що вимагає від менеджменту організації знаходження можливостей для забезпечення комфортного співіснування працівників у колективах.

© О.О. Резван, О.О. Жигло, 2019

**Аналіз наукових праць з проблеми дослідження.** Проблеми взаємодії працівників є предметом вивчення соціальної психології (М. Вебер, В. Дільтей, Е. Дюркгейм, Г. Зіммель, О. Конт, Ч. Кулі, В. Парето, П. Сорокін, Г. Спенсер, Г. де Тард). Особлива роль у вивченні феномену соціальної взаємодії належить американському соціологу, фундатору інтегральної соціології П. Сорокіну. Так, науковець першим звернув увагу на абсолютну залежність якості соціальної взаємодії від рівня культури (людських цінностей, моралі і моральності). Саме ним була розроблена перша класифікація соціальних взаємодій, що залишається актуальною і в наш час: за кількістю суб'єктів (взаємодії двох індивідів, одного і багатьох, багатьох і багатьох індивідів); за характером взаємовідносин, або спрямованості (односторонні – двосторонні; солідарні – ворожі); за тривалістю (тривалі, короткочасні); за організованістю (організовані – сім'я, партія та неорганізовані – натовп); за свідомістю (свідомі і стихійні); за «матерією» обміну (інтелектуальні (ідейні), чуттєво-емоційні і вольові) [3].

У сучасній соціально-психологічній та педагогічній науках розглядаються різні типи соціальної взаємодії. Найбільш поширеним є дихотомічний поділ усіх можливих видів взаємодій на два протилежні види: кооперація (співробітництво) і конкуренція (суперництво). Крім кооперації і конкуренції, говорять про згоду і конфлікт, пристосування і опозицію, асоціацію та дисоціацію та ін. Усі ці поняття дають змогу ясно побачити принцип виділення різних видів взаємодії. У першому випадку аналізуються так звані «позитивні» її прояви, що сприяють організації спільної діяльності. До другої групи потрапляють взаємодії, що так чи інакше «розхиляють» спільну діяльність і являють собою певного роду перешкоди для неї [2].

Отже, слід виокремити важливість забезпечення позитивної соціальної взаємодії як фактора забезпечення балансу у відносинах працівників професійного колективу.

**Метою статті** є аналіз теорії поколінь щодо визначення причин проблемної інтеграції у професійні колективи молодих фахівців.

**Основна частина.** Проблема взаємодії працівників однієї організації частково може бути обумовленою різницею психотипів особистостей, які змушені комунікувати між собою з метою досягнення загальних цілей. Але слід зробити наголос також на глобальних викликах, які стосуються не стільки взаємодії конкретних фахівців, стільки проблем, які можна віднести до загальних у комунікаціях між різними поколіннями працівників. Урахування у комунікації людей особливих цінностей, які становлять засади розвитку й реалізації цілих поколінь представлено в теорії американських вчених Нейла Хоува (Neil Howe) та Вільяма Штросса (William Strauss). Основою цієї теорії є цінності людей, схожість яких формує і визначає покоління як групу людей, народжених у певний віковий період, що зазнавали впливу одних і тих же подій і особливостей виховання, зі схожими цінностями. Згідно зі зміною ціннісних систем авторами виділено шість поколінь – з тих, що живуть сьогодні у світі:

- покоління переможців або G1 (народилися в 1901–1922);
- мовчазне покоління (1923–1942);
- покоління бебі-бумери (1943–1963);
- покоління X (1963–1983);
- покоління Y (1983–2003);
- покоління Z (2003–2023) [5].

З представлених поколінь чотири останні відносимо до тих, що є активними у професійній діяльності. Оскільки нас цікавить, яким чином здійснюється спілкування між працівниками як представниками різних поколінь, важливим визначаємо характеристику змісту їх ціннісних систем та факторів, які вплинули на створення цих систем. Зважаючи на те, що для населення нашої країни факторами формування цінностей поколінь більшою мірою є події, пов'язані з історією та особливостями національної культури, вважаємо доцільним адаптувати теорію Хоува-Штросса в аспекті факторів формування цінностей стосовно українських реалій. У виборі акцентів щодо подій, які можна вважати стрижневими щодо формування цінностей конкретного покоління ми спиралися на працю Ю. Асташової [1], у якій представлено умови історичного розвитку поколінь у Росії, оскільки покоління «бебі-бумерів» та X дорослішало в умовах єдиної країни. Водночас для вибору факторів розвитку поколінь Y та Z було визначено фактори української історії та глобальних світових перетворень.

Згідно з аналізом праць [1; 5], складено таблицю змісту цінностей та факторів розвитку поколінь (табл. 1).

Таблиця 1

**Зміст цінностей та факторів розвитку поколінь**

| Покоління               | Цінності  | Фактори розвитку  |
|-------------------------|---|---|
| Бєбі-бумери (1943–1963) | Ідеалізм, оптимізм, молодість, здоров'я, робота, залученість, імідж, особиста винагорода і статус, ностальгія, сім'я, орієнтація на команду, праця, грамота, медаль   | Закінчення Другої світової війни, Радянська «відлига», підкорення космосу, супердержава СРСР, холодна війна, створення протизапліднювальних пігулок, єдині стандарти навчання у школах, гарантованість медичного обслуговування |
| Покоління X (1963–1983) | Самостійність, зміни, вибір, надія на себе, індивідуалізм, виживання, навчання протягом усього життя, прагматизм, рівноправність, свобода, споживання, неформальність поглядів, різкі, люблять командувати, чекають від інших самостійності   | Продовження холодної війни, Перебудова, наркотики, війна в Афганістані, бардівська культура   |
| Покоління Y (1983–1995) | Зміни, оптимізм, жити сьогоднішнім днем, комунікабельність, впевненість у собі, різноманітність, підпорядкування, мораль, негайна винагорода, громадянська свідомість, досягнення, наївність, профі у техніці, креативність, їм важливо бути собою разом із командою ( <i>«Не важливо, скільки я коштую, важливо – скільки мені потрібно»</i> ), життя – це свято | Розпад СРСР, розквіт бандитизму, дефолт, перші заробітчани, атипова пневмонія, розвиток цифрових технологій, мобільний зв'язок, початок ери Інтернету, перші протести проти влади, перші закордонні туристи                     |
| Покоління Z (1995–2015) | Відданість, дотримання правил, закон і порядок, жертвовність, честь, терпіння, економність, підприємницькі якості, тривалість уваги 8 секунд, самостійні у побуті, люблять готувати, досвідчені споживачі, економічно грамотні, зрілі та здатні до самоконтролю, хочуть отримати освіту та знання, їм не все одно, реалісти, дивляться у майбутнє                 | Розвиток Інтернету, смартфони, розвиток великих торгівельних мереж – філософія споживання, кредити, Революція гідності, війна на сході, анексія Криму   |

Означені цінності обумовлюють поведінку індивіда в його комунікації з іншими людьми, визначають вибір стратегії ведення конфліктів, діяльності в команді, побутових та ціннісних виборів тощо.

Проблема, що постає перед сучасними працедавцями, пов'язана з виходом на ринок праці так званого покоління Z, яке народилося після 1995 р. Представники цього покоління у своєму загалі вже виявили основні акцентуовані особистісні якості у процесі навчання в університетах, і, зважаючи на те, що ці якості не можна назвати соціально толерантними, є великі ризики, що в трудових колективах представники покоління Z стануть причиною конфліктів і непорозумінь.

Основними причинами критики на адресу цього покоління є притаманний їм егоїзм та невміння домовлятися або йти на компроміс. Дослідник особливостей поведінки молоді, що належить до зазначеного покоління, Джонатан Хайдт (Jonathan David Haidt) зауважує, що причиною проблем із її поведінковими моделями є ідеї, які останнім часом стають досить популярними в процесах виховання та освіти: «Все, що нас не вбиває, робить нас слабкішими»; «Завжди довіряй власним почуттям», «Життя – це боротьба між гарними та поганими людьми».

На думку Хайдта, ці три неправди породжують культуру «сейфізму» – захисту себе від неприємної інформації, в результаті чого для молоді складним видається процес дорослішання, що містить обов'язкове долання перешкод. Така філософія, закладена у підсвідомість з дитинства, у дорослому житті призводить до складнощів у соціальній взаємодії, зокрема у професійних колективах. Робота у компанії вимагає від людини високого рівня співробітництва й жертвовності власними інтересами на користь команди. Усе це стає несумісним з ігноруванням та бойкотуванням нещодавніми випускниками закладів вищої освіти слів або ідей, які не сподобалися.

На перший погляд, стає зрозумілим, що це покоління у професійних відносинах слід контролювати (деякі експерти вважають, що цих молодих працівників не можна допускати до роботи в організації, успіх яких залежить від командної діяльності). Однак, зважуючи на те, що зовсім скоро покоління Z стане основним споживачем товарів та послуг, маємо навчитись взаємодіяти з ним.

Особливістю ціннісного ряду покоління Z є умови його зростання: тотальна цифровізація простору, що проявляється у створенні ілюзійного світу онлайн-дружби, кохання; переживання ситуацій булінгу, тролінгу в інтернет-спілкуванні, а іноді – і в реальному житті; створення стереотипів ідеалу (зовнішності або способу життя) та переживання власної недосконалості порівняно з красивою картинкою. Такий більшою мірою віртуальний спосіб життя, з одного боку, забезпечує молодь від шкідливих звичок (меншою мірою проявляється потяг до алкоголю, наркотиків), а з іншого – посилює певний інфантилізм: молодь цього покоління з меншим бажанням ставиться до керування автомобілем, досить повільно сепарується з батьківської родини (що проявляється навіть у наданні переваги способу відпочивати з батьками).

У цього покоління молоді особливим способом проявляється увага: вона є більш вузької концентрації і працює як фільтр, що допомагає знайти необхідний контент швидше й точніше, аніж це можуть зробити представники будь-якого іншого покоління.

Однак при всій своїй інфантильності, покоління Z є досить небайдужим до проблем соціуму, активно використовуючи свій голос у різних соціальних, екологічних або культурних акціях.

Дорослішання в умовах постійних фінансових, економічних, політичних криз, акцій тероризму, та війн дало результат – покоління Z характеризується наляканістю, обережністю та гіперчутливістю до конфліктних ситуацій. Вони можуть раз по раз змінювати роботу, звільняючись після кожного зауваження, висловленого в агресивній формі. Основною філософією молоді цього покоління у професійних відносинах є меседж: «Що компанія може мені дати?» (на відміну від попередніх поколінь, які сповідували і сповідують філософію «Що я можу дати компанії?»).

Працедавцям, які планують працювати з представниками покоління Z, Д. Хайдт пропонує усвідомити певні правила, які дозволятимуть пристосувати новачків у колективах. По-перше, слід чітко визначити цілі і цінності організації, навіть якщо вони будуть категорично протилежні цінностям молодого фахівця покоління Z – це відразу внесе ясність у робочі відносини й забезпечить певною мірою від образ і конфліктів. По-друге, молодих фахівців слід вчити працювати в команді, при цьому зауважити про табу обговорення у професійних колективах тем, які є досить дискусійними у соціумі й можуть стати причиною розбрату між працівниками. По-третє, перед тим, як запросити на робоче місце працівника покоління Z, слід проаналізувати його сторінки в соціальних мережах на предмет уміння йти на компроміси. У цьому аспекті Хайдт зауважує: «Якщо ми хочемо залишатися командою, ми маємо ставити інтереси компанії вище, аніж свої власні. Це може означати, що ви маєте залишити “важливу частину самого себе” за дверима» [4].

Отже, інтеграція молоді у сталі професійні колективи вимагає від керівників додаткових зусиль та знання психології впливу сформованих у неї цінностей на особливості прояву комунікації у відносинах з іншими людьми.

**Висновки.** Урахування працедавцями особливостей ціннісної системи представників покоління Z дозволяє виокремити рекомендації щодо взаємодії з цими молодими фахівцями, які сприятимуть їхній швидкій інтеграції у професійний колектив: використання зображень (смайлики, стікери тощо) для привернення уваги молодого фахівця (з урахуванням особливостей концентрації його уваги); враховувати думку молоді щодо шляхів виконання завдань та стратегії розвитку організації; залучення їх до вирішення соціальних проблем, благодійності.

Зважаючи на надмірно розвинений індивідуалізм представників зазначеного покоління, керівникам слід здійснювати вплив на молодь з метою організації ефективної соціальної взаємодії між працівниками різних поколінь у колективах. Так, вважаємо можливим надати рекомендації для керівників організацій, які допоможуть інтегрувати працівників покоління Z у колективи: доведення до молоді основних цінностей

організації, що стосуються ефективної комунікації між працівниками; внесення «табу» на обговорення гострих соціально-політичних тем у колективі; доведення до свідомості молодих фахівців необхідності самовиховання щодо нівелювання егоцентризму на користь спрямованості на командну роботу.

#### Список використаної літератури

1. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге [Електронний ресурс] / Ю.В. Асташова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2014. – № 1, т. 8. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-v-marketinge>
2. Моргунова С.О. Суть соціальної взаємодії як педагогічної категорії / С.О. Моргунова // Наукові записки: [зб. наук. статей]. Серія «Педагогічні та історичні науки» / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М.П. Драгоманова; упор. Л.Л. Макаренко. – Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. – Вип. СХХІХ (129). – С. 114–122.
3. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / П.А. Сорокин. – СПб.: Изд-во РХГИ, 2000. – 1056 с.
4. Jonathan David Haidt. The Coddling of the American Mind. How Good Intentions and Bad Ideas Are Setting Up a Generation for Failure / Haidt Jonathan David. – Allen Lane, 2018. – 432 p.
5. Howe Neil. Millennials & K-12 Schools: Educational Strategies for a New Generation. Great Falls: LifeCourse Associates / Neil Howe, William Strauss. – 2007. – 432 p.