



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ОВТИНА Александра Александровна

Выпускная квалификационная работа

Представления российского поколения Z о трудовых ценностях

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

ВМ.5589.2021 «Социология»

Научный руководитель:
доктор социологических наук, профессор
кафедры прикладной и отраслевой социологии
Сизова Ирина Леонидовна

Рецензент:
кандидат социологических наук, доцент
кафедры социологии и управления персоналом
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»
Тестова Вера Сергеевна

Санкт-Петербург
2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. Теоретико-методологические основания исследования трудовых ценностей российского поколения Z.....	9
1.1. Трудовые ценности: понятие, классификации.....	9
1.2. Труд и трудовые ценности работников в условиях современного общества.....	21
1.3. Поколение Z: характеристики и особенности социализации.....	34
1.4. Трудовые ценности современного российского поколения Z: обзор исследований.....	46
ГЛАВА 2. Эмпирическое исследование представлений российского поколения Z о трудовых ценностях на примере работающих молодых людей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.....	61
2.1. Проведение эмпирического исследования: сбор данных и методы анализа.....	61
2.2. Основные результаты анализа представлений о трудовых ценностях работающих жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.....	64
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	103
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	107
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	118

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Формирование постиндустриального общества сопровождается активными изменениями во многих сферах жизни людей, одной из которых является сфера труда и занятости. В данной сфере достаточно ярко проявляются такие тенденции, как цифровизация, виртуализация трудовых отношений, автономизация, интеллектуализация трудовой деятельности, уход от существовавших ранее норм и стандартов организации труда, что приводит к разнообразию форматов труда и занятости. В условиях выбора актуализируются ценности человека, и в данном случае трудовые ценности – связанные с трудовой деятельностью значимые факты, объекты или явления, которыми могут выступать как сама трудовая деятельность и ее компоненты, так и цели и состояния, достижению которых она способствует. Они могут отражаться в представлениях, убеждениях, действиях человека.

В настоящее время активно вступают на рынок труда и занятости представители поколения Z (с 2000 г.р.). Молодые люди в отличие от предыдущих поколений не имеют перед собой четких ориентиров в сфере трудовой деятельности со стороны социальных институтов. Поколение Z, и в первую очередь проживающее в крупных городах, помимо определения значимых для себя характеристик работы, столкнулось с возможностью определения того, насколько вообще необходимо быть занятым. Выбор того или иного варианта в трудовой сфере определяется возможностями человека и теми ценностями, которые у него сформировались ко времени принятия решения. От того, какие трудовые ценности были сформированы, зависит не только настоящее, но и будущее экономическое благосостояние общества.

Особый интерес представляет категория работающих молодых людей, так как их представления о желаемой работе также подкреплены опытом трудовой деятельности. Согласно опросу ВЦИОМ, около трети молодых людей в возрасте

18-24 лет хотели бы поменять место работы и сферу деятельности¹, что показывает актуальность исследования их трудовых ценностей. Молодые люди не останавливаются на одном рабочем месте, сменяя их в зависимости от своих возможностей и стоящих перед ними задач. Кроме того, актуальность исследования трудовых ценностей молодых людей подтверждается публикациями научных и научно-популярных работ, а также организациями конференций по данной тематике. Так, в рамках V Санкт-Петербургского международного молодежного форума труда одним из вопросов обсуждения стали ценности поколение Z и их карьерные траектории². При этом это поколение не так давно вышло на рынок, а потому проведенные ранее исследования требуют уточнения данных. Кроме того, данное исследование направлено на выявление представлений молодых людей о трудовых ценностях, то есть предполагает возможность взглянуть на данную тематику с точки зрения самих респондентов.

Степень разработанности темы. С точки зрения выявления трудовых ценностей в эмпирическом исследовании были рассмотрены результаты работ зарубежных авторов Д. Элизур³, М. Рос, С. Шварца, С. Суркисс⁴ и др. Отечественные исследователи В. С. Магун⁵, А. Н Покида, Н. В. Зыбуновская⁶ и др. рассматривают трудовые ценности населения России, а также особенности их трансформации в ближайшие десятилетия. Изучение отношения рабочей

¹ ВЦИОМ. Новости: Человек и его работа [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chelovek-i-ego-rabota> (дата обращения: 15.03.2023).

² Никифорова О.А. Баланс труда и жизни поколения перемен: об итогах V Петербургского международного молодежного форума труда // Социологический журнал. 2021. Том 27. № 2. С. 183–191.

³ Elizur D. et al. The structure of work values: A cross cultural comparison // Journal of Organizational Behavior. 1991. V. 12. N. 1. С. 21-38.

⁴ Ros, M., Schwartz, S. H., & Surkiss, S. Basic individual values, work values, and the meaning of work. Applied Psychology, 1999. N. 48(1). P. 49-71.

⁵ Владимир Магун. Трудовые ценности россиян [Электронный ресурс]. URL: <https://big-i.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/a10728/> (дата обращения: 01.04.2023).

⁶ Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Трансформация системы трудовых ценностей занятого населения // Социально-трудовые исследования. 2022. №. 1 (46). С. 164-176.

молодежи к труду в советское и постсоветское время проводили Бессокирная Г. П., Темницкий А.Л.⁷.

Изучением факторов формирования трудовых ценностей молодых людей занимались А.А. Поплавская⁸, В. В. Ретивина⁹, Попова И. П.¹⁰ и др. То, как происходит формирование образа труда и его ценности в представлении молодежи, анализировали Зубок Ю.А., Чупров В.И.¹¹. Противоречия в формировании трудовых ценностей молодых людей исследовались в работах Е.В. Андриановой, А.Н. Тарасовой, И.Ф. Печеркиной¹².

Особенности российского поколения Z и их социальные практики проанализированы в работах И. С. Заводян¹³, Н. Майоровой-Щегловой, С. Ю. Митрофановой¹⁴ и др. Трудовые ценности данной категории российской молодежи приведены в работах Г. И. Комаревцевой¹⁵, З. В. Якимова, М. Г. Масилова¹⁶ и др. авторов. Межпоколенческие сравнения трудовых ценностей

⁷ Бессокирная Г. П., Темницкий А.Л. Отношение к труду молодых рабочих в советское и постсоветское время // Ядовские чтения: перспективы социологии. Сборник научных докладов конференции, СПб, 14-16 декабря 2015 г. / Под ред. О.Б. Божкова, С.С. Ярошенко, В.Ю. Бочарова. СПб.: Изд-во «эйдос», 2016. С.136-155.

⁸ Поплавская А. А. Факторы формирования внутренних и внешних трудовых ценностей студентов российских вузов //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. №. 2. С. 181-206.

⁹ Ретивина В. В. Трансляция трудовых ценностей и установок в современной семье //Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. №. 1. С. 173-182.

¹⁰ Попова И.П. Профессиональный выбор: влияние культурных ресурсов семей российских специалистов // Социологические исследования. 2013. № 11. С. 130-140.

¹¹ Зубок Ю.А., Чупров В.И. Саморегуляция образа труда в культурном пространстве молодежи // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 6. С. 243-259.

¹² Андрианова Е.В., Тарасова А.Н., Печеркина И.Ф. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 324-343.

¹³ Заводян И. С. Поколение «Z»: обзор жизненных стратегий //Социально-экономические и гуманитарные науки. 2020. С. 92-94.

¹⁴ Майорова-Щеглова С. Н., Митрофанова С. Ю. Раннее взросление или инфантилизация: парадокс событийности современного детства //Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. №. 1. С. 25-39.

¹⁵ Комаревцева Г. И. Трудовые ценности поколения Z: сравнительный анализ и факторы формирования //Актуальные вопросы управления персоналом. – 2021. – С. 237-245.

¹⁶ Якимова З. В., Масилова М. Г. Поколение Z как потенциальный сегмент рынка труда //Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 6. №. 4 (21). С. 341-345.

проводили В. В. Аранжин, Е. В. Нехода¹⁷. Более подробно результаты эмпирических исследований трудовых ценностей российского поколения Z приведены в параграфе 4 первой главы данной работы.

Принимая во внимание существующие результаты исследований, в рамках данной работы планируется разобраться в трудовых ценностях с точки зрения самих респондентов.

Объект – представители российского поколения Z на примере работающих жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.

Предмет – представления российского поколения Z о трудовых ценностях.

Цель – выявить, какие существуют значимые характеристики работы с точки зрения представителей российского поколения Z, т.е. их представления о трудовых ценностях.

Задачи.

1. Проанализировать теоретические подходы к изучению трудовых ценностей.

2. Рассмотреть трудовую деятельность в современном обществе как условие формирования трудовых ценностей.

3. Изучить характеристики поколения Z и условия их социализации.

4. Проанализировать эмпирические исследования трудовых ценностей современного российского поколения Z.

5. Выявить особенности представлений российского поколения Z о трудовых ценностях на примере жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.

Теоретико-методологическую основу составляют положения символического интеракционизма, теорий постиндустриального общества, теории поколений, в совокупности с использованием качественных методов исследования.

¹⁷ Аранжин В.В., Нехода Е.В. Влияние трудовых ценностей различных поколений работников на выбор форм и видов занятости: результаты теоретического анализа // Экономика труда. Т. 9. № 1. 2022. С. 161-178.

Обозначим некоторые из ключевых положений символического интеракционизма, на которые будем опираться в ходе исследования¹⁸.

1. Люди действуют в отношении вещей исходя из того, какое значение они для них имеют. К вещам относится все, что присутствует в мире – от физических объектов до конкретных действий, идеалов, систем.

2. Главным инструментом конструирования значений в ходе взаимодействия с другими людьми является язык. Язык также выступает средством, подсказывающим как действовать в отношении конкретных явлений, приспосабливаться к точкам зрения других людей, коммуницировать и т.д. Хотя взаимодействия могут происходить и посредством использования цифровых устройств в медиапространстве без видимости конкретного человека, однако там все равно будут генерироваться значения и смыслы, воспринимаемые, а далее интерпретируемые людьми. Представления о трудовых ценностях, таким образом, так же конструируются посредством коммуникации.

Положения теорий постиндустриального общества, теории поколений, подробнее представлены в соответствующих параграфах теоретико-методологической главы работы.

Выбранный метод сбора данных – полуструктурированное интервью, позволяет респондентам развернуто отвечать на вопросы, а интервьюеру уточнять необходимую информацию в ходе разговора.

Эмпирическую базу исследования составили транскрипты интервью 10 работающих жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет. Гайд интервью приведен в Приложении 2.

Научна новизна заключается, во-первых, в том, что методики выявления трудовых ценностей, используемые в количественном подходе, адаптированы для качественной методологии данного исследования, во-вторых, в том, что полученные в результате исследования типы представлений о трудовых

¹⁸ Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод / Герберт Блумер; пер. с англ. А.М. Корбута. Москва; Элементарные формы, 2017. 346 с.

ценностях могут присутствовать у одного работника одновременно, влияя на его баланс жизни и работы. Практическая значимость работы состоит в том, что описание представлений трудовых ценностей российского поколения Z может быть использовано работодателями и специалистами по работе с молодежью.

ГЛАВА 1. Теоретико-методологические основания исследования трудовых ценностей российского поколения Z

1.1. Трудовые ценности: понятие, классификации

Прежде чем перейти к понятию трудовых ценностей, кратко рассмотрим, что понимается под ценностями. Ценности – это любые факты, обладающие значимостью, важностью для человека¹⁹. Согласно С. Шварцу, ценности выражаются в (1) убеждениях, (2) относящихся к желаемым конечным состояниям или способам поведения, которые (3) выходят за рамки конкретных ситуаций, (4) направляют выбор или оценку поведения, людей и событий, и (5) упорядочены по важности относительно других ценностей, чтобы сформировать систему ценностных приоритетов»²⁰.

Ценности часто рассматриваются с двух позиций – как ценностно-нормативные (задаются извне обществом) и ценностно-мотивационные (вызваны установками личности) образования.

В социологии выделяют три наиболее крупных направления, объясняющих ценности человека. Согласно первому, сформулированному преимущественно теоретиками структурного функционализма, ценности формируются сообществом в процессе социализации и регулируются коллективно. Так, Э. Дюркгейм рассматривал ценности как социальный факт²¹, Т. Парсонс – как один из компонентов в структуре социальной системы, благодаря которому регулируются процессы принятия определенных обязательств субъектами действия и происходит воспроизводство культурных образцов системы²².

¹⁹ Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки. Американская социологическая мысль. М., 1994. С. 354.

²⁰ Schwartz S. H. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? // Journal of social issues. 1994. V. 50. N. 4. P. 19-45.

²¹ Дюркгейм Э. Ценностные и реальные суждения // Социологические исследования. 1991. Т. 2. С. 106–114.

²² Лапин Н. И. Проблема ценностей в исследованиях В.А. Ядова и его коллег // Экономическая социология. 2009. Т. 10. №. 3. С. 82-93.

Согласно второму объяснению, ценности рациональны. М. Вебер видел в ценностях один из мотивов социального действия: оно основано на вере в «самодовлеющую ценность определенного поведения как такового, независимо от того, к чему оно приведет»²³. М. Рокич определил ценность как устойчиво и осознанно предпочитаемое благо²⁴. Им обозначены два класса ценностей – терминальные ценности-цели и инструментальные ценности-средства. Терминальные представляют собой высшие идеалы, к которым стремится человек, а инструментальные выражают допустимые и желательные способы их достижения. Иерархически терминальные ценности располагаются выше инструментальных, а следовательно, определяют их возможные варианты.

Согласно третьему объяснению, ценности формируются постоянно в контексте конкретных обстоятельств, а потому подвержены трансформациям. Такое объяснение соответствует положениям символического интеракционизма²⁵. Так, например, Х. Йоас²⁶ пишет, что ценности формируются каждым человеком индивидуально, что особенно очевидно в его теории креативного действия. Т.е. даже существующим в обществе утверждениям человек сам интерпретирует ситуацию с учетом собственного опыта и понимания. Вообще же ценности в его концепции не существуют как заранее данные объекты, и которые должны обнаружить люди в процессе взаимодействия или саморефлексии, напротив, они постоянно развиваются в ходе креативных процессов оценки ситуаций из опыта. В целом такая позиция как бы объединяет ценностно-нормативный и ценностно-мотивационные подходы к определению ценностей, т.к. учитываются и влияние взаимодействия с другими людьми, и роль самого человека в процессе формирования ценностей.

²³ Там же.

²⁴ Rokeach M. The Nature of Human Values. New York: The Free Press, 1973. Pp. 438.

²⁵ Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод / Герберт Блумер; пер. с англ. А.М. Корбута. Москва; Элементарные формы, 2017. – 346 с.

²⁶ Йоас Х. Возникновение ценностей / пер. с нем. К. Г. Тимофеевой. СПб.: Алетейя, 2013. 312 с.

Отечественные исследователи А. Г. Здравомыслов и В. А. Ядов писали о ценностных ориентациях, понимая под ними «установки личности на те или иные ценности материальной и духовной культуры общества»²⁷. Ценностные ориентации отражают «предпочтение или отвержение определенных смыслов как жизнеорганизующих начал и готовность или неготовность социальных субъектов вести себя в соответствии с ними»²⁸. В. А. Ядовым была разработана иерархическая структура диспозиций личности, основная идея которой состоит в том, что реальным поведением субъекта управляют не отдельные ориентации или социальные установки, но вся диспозиционная система в целом²⁹. В состав данной диспозиционной структуры входят следующие уровни.

Высший уровень диспозиций представляют ценностные ориентации, которые регулируют деятельность личности в наиболее значимых ситуациях и в целом определяют ее жизненную стратегию поведения. Ценности представляют тот «компонент структуры личности, который представляет собой некоторую ось сознания, вокруг которой вращаются помыслы и чувства человека и с точки зрения которой решаются многие жизненные вопросы»³⁰. На следующем уровне располагаются базовые социальные установки, определяющие направленность интересов и регулирующие поведение индивида относительно конкретной сферы социальной активности (например, трудовой), определяя серию однотипных поступков. Следующий уровень представляют социальные фиксированные установки («аттитюды»), которые формируются на основе потребности человека в общении и определяют поведение в сфере межличностных отношений в пределах малой группы. На нижнем уровне расположены ситуативные поведенческие установки, которые формируются на

²⁷ Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Отношение к труду и ценностные ориентации личности рабочего // Социология в СССР: Т. 2. М.: Мысль, 1965.

²⁸ Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. В. А. Ядов. СПб.: Наука, 2006. С. 393.

²⁹ Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности : Диспозиционная концепция. 2-е расширенное изд. М. : ЦСПиМ, 2013. 376 с.

³⁰ Лапин Н. И. Проблема ценностей в исследованиях В.А. Ядова и его коллег // Экономическая социология. 2009. Т. 10. №. 3. С. 86.

основе витальных потребностей и проявляются в виде единичных поведенческих актов в простейших ситуациях в условиях ближнего и семейного окружения³¹. Иерархичность диспозиций позволяет объяснить, например, почему неудовлетворенный работник остается на работе в течение нескольких лет, тогда как удовлетворенный сменит место работы в ближайшее время. Такая ситуация говорит о том, что удовлетворенность или неудовлетворенность могут определять ситуативные установки, тогда как на принятие решения о смене места работы оказывают наибольшее влияние более высокие жизненно важные ценностные ориентации.

Раскрываются ценностные ориентации через оценки, которые человек дает себе, другим людям, обстоятельствам и т. д. благодаря способности структурировать жизненные ситуации, принимать решения в проблемных ситуациях и выходить из конфликтных положений³². Непротиворечивость ценностных ориентаций является показателем устойчивости и автономности личности, а их противоречивость указывает на неустойчивость самосознания, маргинальность социального статуса.

Исследователи ценностей, проводя историко-социологический анализ, показывают, что вначале были сформированы классические ценности, такие как истина, добро, красота. Позже среди ценностей стали провозглашаться равенство, свобода, справедливость, после чего обозначались ценности труда и мира между народами³³. С общественными изменениями происходит сознание и актуализация определенного ряда ценностей.

Ценности охватывают все сферы жизни человека, одной из них является трудовая. Отношение работников к труду становилось предметом исследования

³¹ Бочаров В. Ю. Диспозиционная концепция В.А. Ядова как исследовательский инструмент для разработки категорий социологического анализа трудового поведения // Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. 2019. Т. 1. С. 43-49.

³² Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. В. А. Ядов. СПб.: Наука, 2006. С. 394.

³³ Лапин Н. И. Проблема ценностей в исследованиях В.А. Ядова и его коллег // Экономическая социология. 2009. Т. 10. №. 3. С. 82-93.

крупных советских ученых. А. Г. Здравомыслов и В. А. Ядов различали субъективные и объективные аспекты отношения к труду. К субъективным они относили понимание общественной значимости труда, степень удовлетворенности работой и специальностью, структуру и динамику мотивов трудовой деятельности; ко объективным – производительность труда, качество работы, степень инициативности, уровень ответственности, трудовую дисциплину³⁴. О. И. Шкаратан считал, что отношение к труду представляет собой ценностно-нормативное явление, основанное на актуальной для своего времени морали общества и социальной группы, и реализуется в поведении на производстве.³⁵

Несмотря на то, что ценности в целом рассматриваются как центральное и глубокое явление в диспозиционной структуре личности, определяющее поведение человека, понятие трудовые ценности не всегда относят к настолько глубоким составляющим.

Согласно Д. Суперу, трудовые ценности – это ценности, ради которых работник осуществляет свою трудовую деятельность³⁶. Трудовые ценности – это «цели или вознаграждения, к которым люди стремятся благодаря своей работе, и они являются выражением более общих человеческих ценностей в контексте рабочей установки. Они играют важную роль в формировании предпочтений и ожиданий людей, связанных с работой, и того, как они будут реагировать в рабочих ситуациях»³⁷. В данных определениях трудовая деятельность рассматривается как средство для достижения других целей.

Трудовые ценности – это «концепты, отражающие предпочтения в сфере труда, организующие поведение индивида и направляющие его на пути

³⁴ Здравомыслов А. Г., Ядов В. А. Человек и его работа в СССР и после. Общество с ограниченной ответственностью Издательство Аспект Пресс, 2003. С. 53.

³⁵ Бессокирная Г. П., Темницкий А. Л. Рабочие в реформирующейся России как объект управления и субъект труда // Мир России. Социология. Этнология. 2013. Т. 22. №. 3. С. 119.

³⁶ Темирбекова Ж. А., Смирнова Е. В. Трудовые ценности: генезис и эволюция взглядов [Электронный ресурс]. URL: <https://articlekz.com/article/15395> (дата обращения: 20.12.2022).

³⁷ de Boer P. et al. Generation Z work values: A cross-national analysis // CCBC 2021. 2021. P. 1-10.

построения карьеры»³⁸. Индивидуальные трудовые ценности представляют собой общие суждения человека, отражающие сравнительную важность для индивида различных аспектов работы, включая ее содержание, результаты и условия труда³⁹. Трудовые ценности являются «репрезентациями индивидуальных, групповых и межличностных ожиданий»⁴⁰. Они не характеризуют конкретное рабочее пространство, а подразумевают своего рода «представления о желаемом»⁴¹. В данных определениях трудовые ценности представляют собой желательные характеристики трудовой деятельности и работы, которые прослеживаются в суждениях работников.

Крупный отечественный исследователь трудовых ценностей В. А. Магун дает такое определение трудовым ценностям – это «эмоционально окрашенные представления и суждения людей о важности для них труда в целом и отдельных его сторон»⁴². Вообще ценности рассматриваются им как убеждения человека в значимости (или важности) лично для него некоторого объекта или явления, причем наличие той или иной ценности проявляется в равнодушии человека к тому или иному аспекту действительности. При этом обозначаются два случая для осознания и переживания значимости: во-первых, когда значимый объект или явление отсутствует, во-вторых, когда человек обладает тем, что необходимо, но это обладание не воспринимается как стабильное, раз и навсегда данное. Оба случая при определенных условиях могут побуждать человека к активности, тогда они становятся мотивом действия.

Таким образом, трудовые ценности – это связанные с трудовой деятельностью значимые факты, объекты или явления, которыми могут

³⁸ Поплавская А. А. Факторы формирования внутренних и внешних трудовых ценностей студентов российских вузов //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. №. 2. С. 181-206.

³⁹ Стребков Д. О., Шевчук А. В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости //Социологические исследования. 2017. №. 1. С. 81-93.

⁴⁰ Ros, M., Schwartz, S. H., & Surkiss, S. Basic individual values, work values, and the meaning of work. *Applied Psychology*, 1999. N. 48(1). P. 49-71.

⁴¹ Стребков Д. О., Шевчук А. В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости //Социологические исследования. 2017. №. 1. С. 81-93.

⁴² Магун В. С. Российские трудовые ценности: идеология и массовое сознание //Мир России. Социология. Этнология. 1998. Т. 7. №. 4. С. 113-144.

выступать как сама трудовая деятельность и ее компоненты, так и цели и состояния, достижению которых она способствует. Они могут отражаться в представлениях, убеждениях, действиях человека.

Трудовая деятельность может представлять ценность сама по себе, самым фактом ее наличия. Л. Фейджин и М. Литтл выделяют по крайней мере семь функций, которые она выполняет в жизни человека⁴³.

- 1) Источник идентичности. Через работу люди устанавливают место в социальной иерархии и групповых объединениях, из чего вырастает чувство безопасности, принадлежности, проистекает социальное узнавание и понимание. Трудовая идентичность является надежным и анонимным способом представления себя другим. Утрата трудовой идентичности воспринимается как беда.
- 2) Источник межличностных отношений. Работа обогащает рамки межличностных отношений за пределы семьи и ближайшего окружения.
- 3) Источник обязательной деятельности. Работа способствует организованной регулярной целенаправленной деятельности.
- 4) Труд создает условия для развития творческих способностей и профессиональных навыков.
- 5) Структурирует психологическое время, заполняет и организует день.
- 6) Источник целеполагания, связывает человека с миром, другими людьми. Труд дает смысл существования.
- 7) Источник дохода и средство контроля за своей ситуацией в жизни. Без него ощущение беспомощности и зависимости.

Наряду с трудовыми ценностями исследуются ценности труда – то, как труд воспринимается в обществе среди других жизненных ориентиров, таких как семья, здоровье, статус и др. В данной работе среди трудовых ценностей рассматривается значимость трудовой деятельности, однако не ставится цель проводить сравнение с значимостью других жизненных ориентиров.

⁴³ Полякова Н.Л. От трудового общества к информационному: западная социология об изменении социальной роли труда. М.: Наука, 1990. 132 с.

В литературе существуют различные классификации трудовых ценностей. Одна из них предполагает разделение трудовых ценностей на терминальные и инструментальные по аналогии с разделением ценностей по методике М. Рокича. К терминальным трудовым ценностям относят познавательные ценности, такие как: интересная работа, работа по развитию личных возможностей, сил и способностей, самосовершенствование, возможность творческой деятельности, самостоятельность, независимость, карьерный рост, достижение высокого профессионализма, расширение возможностей работы в престижной организации и др., а также хорошие взаимоотношения с коллективом, возможности расширения коммуникаций и др. Инструментальные трудовые ценности связаны с условиями труда, его оплатой, дополнительными формами социальной защиты и поощрения; к ним относят также аккуратность и четкость в ведении дел, исполнительность и дисциплинированность, независимость и возможность действовать самостоятельно, ответственность, рационализм, образованность, трудолюбие и продуктивность работы⁴⁴.

Инструментальные и терминальные трудовые ценности иногда называют внешними и внутренними. Д. Элизур с коллегами выделяют три следующих вида трудовых ценностей: когнитивные (например, заинтересованность, достижения, ответственность и независимость), аффективные (связаны с межличностными отношениями во время работы) и инструментальные (связаны с материальным вознаграждением за труд, выраженным в форме денежной оплаты или альтернативных льгот)⁴⁵.

Другие авторы, например, К. Габриелова и А. А. Бучко, рассматривают трудовые ценности внутренние (относятся к неотъемлемому психологическому удовлетворению работой, например, интересная работа, вызов, разнообразие и интеллектуальная стимуляция), внешние (касаются материальных аспектов

⁴⁴ Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Аксиологические и акмеологические основания эволюции трудовых ценностей // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №. 12-2. С. 74-81.

⁴⁵ Elizur D. et al. The structure of work values: A cross cultural comparison // Journal of Organizational Behavior. 1991. V. 12. N. 1. С. 21-38.

работы, таких как оплата, льготы и гарантии занятости) и социальные (такие как желание помогать другим и вносить вклад в общество, хорошие отношения с коллегами, руководителями и другими людьми)⁴⁶. Баланс жизни и работы авторы также отнесли к ценностям социальной работы. Он проявляется в возможности совмещать выполнение рабочих задач с любимыми занятиями – общением с близкими, хобби, отдыхом и т.д.

Внешние трудовые ценности также можно поделить на две подгруппы: ориентацию на материальную стабильность (оплата труда, стабильность занятости) и на удобство и комфорт (не слишком напряженная работа, удобный график, большой отпуск), тогда как внутренние следует определить как связанные с содержанием самой деятельности и отношением работника к ней. А. Вжесневски с коллегами определяют три ориентации в зависимости от того, как относится человек к своему труду: как к выполнению производственных обязанностей (с соответствующим фокусом на удовлетворении материальных потребностей), карьере (продвижение по социально-профессиональной лестнице) или призванию (удовлетворение от самореализации и социальной полезности труда)⁴⁷.

На основе исследования трудовых ценностей и установок молодежи, В. В. Ретивина выделяет пять групп трудовых ценностей: (1) «творческая»: заниматься лёгкой, необременительной работой; свободно использовать рабочее время; работать творчески; (2) «образовательная»: работать непосредственно по полученной в вузе специальности; (3) «общественная»: общаться с людьми; быть полезным обществу; быть полезным людям; (4) «статусная»: хорошо зарабатывать; иметь продвижение, служебный рост; заслужить уважение знакомых и друзей; жить спокойной и обеспеченной жизнью; добиваться высокого положения в обществе; (5) «трудовой самореализации»: заниматься любимым делом; постоянно самосовершенствоваться; применять свои

⁴⁶ Gabrielova K., Buchko A. A. Here comes Generation Z: Millennials as managers //Business Horizons. 2021. V. 64. N. 4. P. 489-499.

⁴⁷ Стребков Д. О., Шевчук А. В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости //Социологические исследования. 2017. №. 1. С. 81-93.

способности; совершенствовать свои навыки по специальности; видеть результаты своей работы⁴⁸.

Кроме того, В. С. Магун для исследования трудовых ценностей предлагает теорию эквивалентного и неэквивалентного обмена, сформулированную на основе теории социального обмена Дж. Хоманса. Она отражает, каким образом сочетаются вознаграждения за труд и способы их достижения (трудовые затраты)⁴⁹. Обмен происходит по двум полюсам – «социальности» и «индивидуализма». «Социальность», или социальная ориентация, предполагает, что обмен осуществляется через ценности заботы о других с одной стороны (проявляется, например, в создании благоприятного социально-психологического климата коллектива) и ожиданием заботы по отношению к себе с другой (отсутствие давления, вежливое общение и т.д.). «Индивидуализм», или индивидуалистическая ориентация, проявляется в достижении собственных целей (например, карьерный рост, высокая зарплата), когда отсутствует ожидание помощи со стороны, и работник полагается на себя, проявляя самостоятельность и показывая высокие результаты работы. При этом замечено, что как правило «люди, ценящие благополучие окружающих и помощь им, не ценят самостоятельную активность, предпочитая действовать по внешним программам, а те, кто ценит самостоятельное действие, наоборот, равнодушны к окружающим»⁵⁰. Таким образом проявляется эквивалентный обмен, когда трудовые затраты эквивалентны ожидаемому вознаграждению.

Неэквивалентный обмен присутствует в случае несоответствия выполняемой работы требуемому вознаграждению за нее, например, когда работник запрашивает от работодателя высокую зарплату и социальные гарантии, но не желает добросовестно работать на цели организации, проявлять активность и показывать высокую производительность. Кроме того, выделяется

⁴⁸ Ретивина В. В. Трудовые ценности и установки современной студенческой молодежи //Высшее образование в России. 2019. №. 1. С. 57-63.

⁴⁹ Магун В. С. Трудовые ценности российского общества //Общественные науки и современность. 1996. Т. 6. С. 17-28.

⁵⁰ Там же.

категория людей, у которых ценности заботы об окружающих присутствуют наравне с самостоятельной активностью, что также является примером неэквивалентного обмена.

Исходя из трудовых ценностей и типа эквивалентности обмена, В. С. Магун на базе исследований специфики трудовых ценностей российского общества, обозначает наличие двух «оппозиций» (условных типов) работников. Старая оппозиция – «энергичные материалисты» (высокая производительность за высокий заработок) противопоставляются тем, кто рассматривает работу как приятное времяпровождение (поддержка хороших отношений в коллективе за отсутствие социально-психологического давления от работодателя и коллег). Новая оппозиция – «комфортный материализм» (стремление больше заработать при комфортных условиях труда, например, при свободном графике и большом отпуске) противопоставляется «бескорыстной трудовой самоотдаче» («человек готов трудиться не покладая рук, с полной самоотдачей, добровольно брать на себя ответственность и инициативу – и все это бескорыстно», но считает, что когда-нибудь это обеспечит ему лучшую жизнь). Такое распределение по трудовым ценностям более характерно для молодого поколения.

Так или иначе, в работах, посвященных выявлению или анализу трудовых ценностей, авторы используют понятия и явления, относящиеся к трудовой деятельности. Во-первых, это перечисление компонентов организации трудовой деятельности, таких как график работы, заработная плата, построение карьеры, коллектив, руководитель, рабочее место, и т.д. Во-вторых, перечисляются характеристики самих людей, работников, выполняющих профессиональные задачи, например, профессионализм, психологическая устойчивость⁵¹, готовность затрачивать усилия на выполнение работы. В-третьих, приводятся характеристики организации, предоставляющей работу, например, стабильность, открытость изменениям, этическая оценка деятельности компании

⁵¹ Аранжин В. В., Нехода Е. В. Трудовые ценности и навыки будущего: структура и содержание // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. №. 48. С. 150-165.

(в том числе экологическое воздействие деятельности организации), форма собственности или местоположение. В-четвертых, рассматривается сама трудовая деятельность, рабочие задачи, их соответствие способностям и ожиданиям работника. В-пятых, перечисляются категории оценки и переживания работником своей деятельности, такие как интересная работа, ощущение смысла работы, принесение пользы окружающим. В-шестых, приводятся результаты, к которым приводит работа, такие как статус, возможность общаться, экономическое положение и т.д. Такое перечисление не является строгой последовательностью ценностей по их значимости или распространенности, а представляет один из возможных вариантов распределения ценностей по группам. Часто упоминаемая ценность баланса работы и личной жизни может как объединять в себе перечисленные ранее компоненты, так и определять саму ценность трудовой деятельности.

Рассмотрев, как определяют и классифицируют трудовые ценности разные исследователи, можем выделить три основных компонента: (1) значимость работы (что работник получает от ее выполнения), (2) характеристики желательной работы и (3) затрачиваемые ресурсы (что работник готов вкладывать в процессе работы).

В целом, можем видеть, что трудовые ценности связаны с той трудовой деятельностью, которая относится к занятости, или работе, т.е. производству товаров или услуг за плату или прибыль для удовлетворения общественных потребностей. Поэтому такие трудовые ценности, как заработная плата, возможность приносить пользу обществу являются неотъемлемыми компонентами самой трудовой деятельности. Как было ранее указано, в наибольшей степени осознается как ценность то, что находится в дефиците или потенциально может быть утрачено, поэтому осознание тех или иных трудовых ценностей и построение их иерархии будет указывать на то, какого компонента трудовой деятельности более всего недостает работнику исходя из его собственных представлений.

1.2. Труд и трудовые ценности работников в условиях современного общества

Труд является основой существования и развития общества. Он выступает «универсальным средством самовоспроизводства общества и человека»⁵². Сущность труда как общественно полезной деятельности остается неизменной на протяжении всей истории, при этом меняются его содержание, функциональное распределение, престижность и значимость в конкретном обществе. Подвержены изменениям и характеристики работников – их знания и навыки, стратегии достижения целей, способы взаимодействия в сфере трудовых отношений, трудовые ценности. Как ценности не являются один раз и навсегда заданными, так и трудовые ценности меняются с течением времени и отражают изменения в сфере труда и занятости.

Современное общество часто называют постиндустриальным, как обозначение нового типа, сформировавшегося после индустриального. Периодизация доиндустриальное – индустриальное – постиндустриальное общество рассматривает характер труда в качестве основного принципа градации в социальных отношениях.

Исследователи постиндустриального общества, такие как Д. Белл, О. Тоффлер и др. отмечают, что с развитием общества от доиндустриального к постиндустриальному происходит снижение зависимости человека от природных условий, в которых он проживает, и возрастает зависимость от взаимодействия с другими людьми и обществом в целом. Инструментом взаимодействия является коммуникация, передача знания. В этой связи проявляется значимость межличностной коммуникации, возрастает роль субъективных характеристик человека. Сфера товарно-материального производства уступает место сектору услуг и обслуживания, превращая жизнь человека, по словам Д. Белла, в «игру между людьми»⁵³. В постиндустриальном

⁵² Карапетян Р.В. Социологическая модель труда // Современное общество и труд. 2014. С. 35.

⁵³ Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism. N. Y.: Basic Books, 1976. 301 pp.

обществе преобладает работа с информацией и возрастает роль навыков взаимодействия с другими людьми.

Новый этап развития общества сопровождается изменением ценностей. Из современных исследований ценностей наиболее масштабным является исследование Р. Инглхарта. Проанализировав ценности населения стран с разным уровнем экономического развития и демократизации, Р. Инглхарт сгруппировал ценности по двум измерениям – традиционные/секулярно-рациональные и ценности выживания/самовыражения⁵⁴. Трансформация традиционных ценностей в секулярно-рациональные наблюдается в обществе, находящемся на стадии перехода от доиндустриального к индустриальному этапу, когда происходит урбанизация и рост промышленного производства. Формирование постиндустриального общества обозначается преобладанием в мировоззрении людей ценностей самовыражения (творчество, интеллектуальная независимость, гражданская активность, социальное равенство) по сравнению с ценностями выживания.

Изменения трудовых ценностей происходят под действием множества факторов, А. Д. Зарецкий и Т. Е. Иванова обозначают четыре важных группы системных факторов, влияющих на данный процесс⁵⁵.

1. Институциональные, связанные со сменой экономической парадигмы. К ним относятся формирование рыночных институтов, появление частной собственности, развитие предпринимательских интересов, тенденция перехода от коллективизма к индивидуализации, флексибилизация рынка труда. При этом новые трудовые ценности рыночного характера формируются с сохранением зависимости от устоявшихся ранее ценностей.

2. Техничко-технологические и организационно-экономические. Диджитализация, интернет, экономика знаний, развитие «креативного класса»,

⁵⁴ Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития М.: Новое издательство, 2011. 464 с.

⁵⁵ Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Аксиологические и акмеологические основания эволюции трудовых ценностей //Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №. 12-2. С. 66-67.

разработка новых продуктов, новые формы занятости приводят к повышению значимости образования, профессионализма, а следовательно, познавательных ценностей и нематериальной мотивации.

3. Повышение качества жизни. Движение к обществу потребления, расширение и изменение структуры потребностей и возможностей их удовлетворения, востребованность высококачественных товаров, рост значимости сферы услуг, престиж благополучия, гедонизм и др. расширяют разнообразие ценностей работников, формируя постматериальные ценности, стремление к получению удовольствия от трудовой деятельности.

4. Смена поколений. Данный фактор проявляется в повышении роли человеческого и социального капитала, формирование нового типа личности, кризис трудовых ценностей, новые возможности для самовыражения и личностного развития, расширение социальных связей, разнообразие систем мотивации. В результате происходит формирование поколенных ценностей, межпоколенческий ценностный разрыв.

Важность субъективного благополучия, качества жизни наблюдается в обществах с высоким уровнем физической защищенности и личной независимости, что особенно проявляется у представителей поколения, выросших в условиях гарантированного выживания⁵⁶.

Среди переменных, используемых при проведении Мирового исследования ценностей (World Values Survey) по методике Р. Инглхарта, присутствуют и относящиеся к трудовым ценностям. Это противопоставление гарантированной занятости с хорошей зарплатой удовлетворению от работы и необходимость воспитания у детей навыков усердного труда отсутствию такой необходимости. Данные переменные обозначены в измерении выживание/самовыражение и отражают тот факт, что в экономически развитых странах трудовая деятельность перестает быть необходимостью и становится

⁵⁶ Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития М.: Новое издательство, 2011. 464 с. С. 86.

предметом индивидуального выбора гражданина, раскрывающим его личностные достоинства.

Согласно другой точке зрения, трудовая деятельность связывается не столько с приложением больших усилий и проявлением усердия в работе, сколько с созиданием и проявлением творческого начала личности в интересах общества. И здесь проходит разделение «труда» и «работы». Работать может не только человек, но и машина или домашнее животное, а трудиться – только человек⁵⁷. Р. В. Карапетян отмечает, что в современном обществе наблюдается переход от ценностей созидания к ценностям потребления (праздности). Труд как проявление созидательной деятельности при этом либо противопоставляется потребительскому образу жизни, рассматриваемому как элитарный, либо является средством достижения такого образа жизни – «труд перестал отождествляться с жизнедеятельностью в ценностном и творческом плане, представ экономическим условием причастности к общественным благам»⁵⁸. Таким образом актуальность трудовой деятельности не пропадает с высоким уровнем жизни населения, но если в менее развитых странах труд служит целям выживания, то в более развитых экономически является необходимым условием самовыражения по существующим в обществе образцам потребления.

Об уменьшении роли труда можно говорить применительно к труду физическому, тогда как роль интеллектуальных усилий в современном обществе только возрастает. М. Кастельс, отмечая, что информация являлась важным элементом любого общества, называет современное общество информационным⁵⁹. Организации, действующие в пределах информационной экономики, стремятся к повышению производительности и конкурентоспособности. Производительность зависит от инновации, а

⁵⁷ Зубок Ю. А., Чупров В. И., Сорокин О. В. Смысловая саморегуляция жизнедеятельности молодежи: гендерные различия в сфере труда //Женщина в российском обществе. 2021. Специальный выпуск. С. 45.

⁵⁸ Карапетян Р.В. Социологическая модель труда // Современное общество и труд. 2014.

⁵⁹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

конкурентоспособность - от гибкости⁶⁰. Инновационный подход к решению задач и гибкость становятся востребованными качествами сотрудников.

Под воздействием цифровизации генерирование, обработка и передача информации становится решающим фактором повышения производительности организаций. В связи с этим М. Кастельс разделяет труд на «самопрограммируемый» и «родовой». Первым занимаются «информационные производители» - работники, на высоком уровне владеющие технологиями работы с информацией и знаниями, гибкие, способные к принятию решений в условиях неопределенности, инновационные, нестандартно мыслящие, получившие качественное образование. Работники «родового» труда выполняют простые, низкоквалифицированные задачи, не требующие тщательной подготовки, а потому таких работников легко заменить.

Критерием деления этих двух видов труда является образование и возможность доступа к более высоким уровням образования, т. е. включенные в структуру труда знания и информация. Причем образование рассматривается не как процесс воспитания школьников или студентов, а как процесс, направленный на приобретение способности постоянно изменять необходимые навыки для возникающей задачи и обращаться к необходимым источникам для обучения этим навыкам. Т.е. способность к самообучению. Получение такого образования наделяет работника свойством самопрограммирования, т.е. способности самостоятельно оценивать деловую среду и преобразовывать себя (свое мышление, знания, навыки) в соответствии с ее требованиями. Родовой же труд не требует дополнительной информации и знаний за пределами определенной задачи, потому у таких работников не развивается способность быстро адаптироваться под новые условия.

Кроме того, З. Бауман, называя современное общество «текучим», «жидким», обращает внимание на то, что происходит уход от жестких стандартов и стабильности в трудовой деятельности. Тем не менее общество

⁶⁰ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 496.

всегда формирует новые нормы взамен старых. В новых условиях человек должен становиться «неутомимым покупателем», т.е. быть включенным в постоянный процесс «покупания», а результат «покупки» перестает быть важным. В рабочем процессе таким образом главным становится постоянный поиск лучшего для себя места работы, а не нахождение его. Мобильность, возможность принимать решения на больших расстояниях становится еще одним важным фактором успешной деятельности⁶¹. Ориентация на краткие трудовые проекты, невозможность представить себя в рамках одной профессии на всю жизнь вполне отражает условия текучести современного общества, описанного З. Бауманом.

Уход от жесткой стандартизации и ослабление норм при организации трудового процесса и привело к тому, что Сизова И. Л. и Григорьева И. А. обозначили ломкостью труда и занятости⁶². Ломкость в данном случае предполагает дробление труда с изменением операций внутри профессии, а также поляризацию занятости на высококвалифицированную и не требующую квалифицированной подготовки, при том, что средняя категория будет постепенно сводиться к технологической безработице.

Современный высококвалифицированный труд требует особой предварительной подготовки, и постоянного поддержания уровня высококачественного специалиста. Гибкость, сложность, цифровая грамотность, коммуникабельность, повышение компетентности сочетается с постоянным поиском лучшего места работы, мобильностью работника. Работник является главным ответственным за свою работу и за свое карьерное продвижение. В случае с работой не требующей квалифицированной подготовки трудовая деятельность сводится к монотонным несложным операциям, не приносящим работникам удовлетворения, а потому не представляющей для них самооценности. Возможность работать в условиях нестандартных форм занятости

⁶¹ Бауман З. Текущая современность: пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.

⁶² Сизова И. Л., Григорьева И. А. Ломкость труда и занятости в современном мире // Социологический журнал. 2019. Т. 25. № 1. С. 48-71.

помимо профессиональных знаний и навыков требует от работников дополнительных умений, таких как самопрезентация, отслеживание тенденций, работа в цифровой платформе и т.д. Работники самостоятельно оценивают свои перспективы и выбирают подходящие для себя условия.

Трансформация труда в современном обществе носит двойственный характер: с одной стороны, происходит дегуманизация труда, его отчуждение, но с другой стороны, появляются новые возможности для трудовой самореализации⁶³. Возможность выбрать удобный для себя формат работы, регулировать свою включенность в работу, а также появление новых профессий и форматов трудовых отношений позволяет найти подходящий вариант под запросы самого работника.

В уже сложившиеся форматы организации трудовой деятельности встраиваются новые формы. К ним относят интернет-занятость, платформенную занятость, проектную работу и т.д. Для новых форм занятости часто характерны очень короткие контракты, посредничество через цифровые платформы, а также изменения в том, как организована трудовая деятельность и где она осуществляется⁶⁴. При этом появляются вопросы о том, как эти формы классифицировать, какие показатели использовать для измерения их состояния, где проходят границы занятости и самозанятости. Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций предлагает четыре возможных компонента, наличие хотя бы одного из которых позволяет отнести трудовую деятельность к новым формам занятости⁶⁵:

- 1) трудовые отношения, отличающиеся от традиционных отношений «работодатель – наемный работник» и отношений при самозанятости;
- 2) трудовые отношения, включающие третью сторону;

⁶³ Гнатюк М. А. Российская молодежь в условиях глобализации: особенности социализации и формирования трудовых ценностей // Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 17. №. 1. С. 219-228.

⁶⁴ Сизова И.Л., Русакова М.М., Александрова А.А. Рынок труда соискателей и трения в поиске работы на современных онлайн-платформах // Экономическая социология. 2022. Т. 23. № 5. С. 45-77.

⁶⁵ Новые формы занятости и качество занятости: последствия для официальной статистики. Серия рабочих документов ЕЭК ООН по статистике, выпуск 8, июнь 2021 г.

3) новые модели трудовой деятельности, а именно то, как распределяются задачи и где они выполняются, включая важное под-измерение степени организации труда вокруг коротких оплачиваемых «задач» по сравнению с более долгосрочными «рабочими местами»;

4) более слабый или несущественный охват системой социальной защиты.

Один из рисков для работников современного общества связан с диджитализацией труда. Возрастание требований к работникам со стороны работодателей, включенность в трудовой процесс за пределами рабочего времени приводит к эмоциональному выгоранию сотрудников⁶⁶. При этом одним из основных рисков новых форм занятости отмечается прекаризация трудовых отношений⁶⁷. Работодатели имеют возможность использовать новые форматы занятости исключительно в своих интересах, заключая устные договоренности или временные договора без обеспечения работникам гарантий, предусмотренных законодательством⁶⁸.

Основными признаками отнесения занятости к прекарной (прекариат от лат. – неустойчивый, нестабильный, негарантированный) являются следующие:

а) негарантированное социально-правовое положение (отсутствие или краткосрочные сроки трудового договора),

б) специфические формы и условия организации трудового процесса – длительность рабочего дня (недели, месяца, года, сезона),

в) произвольная оплата труда или оплата «в конвертах»,

г) полное или частичное отсутствие социальных гарантий,

д) отстраненность от принятия решений в своей организации⁶⁹.

⁶⁶ Никифорова О. А. Диджитализация труда и профессиональное выгорание: социологическая диагностика // Цифровое общество-новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития. 2020. С. 277-278.

⁶⁷ Зубок Ю.А., Чупров В.И. Саморегуляция образа труда в культурном пространстве молодежи // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 6. С. 243-259.

⁶⁸ Пахомова Е. И. Характер современных социально-трудовых отношений: пространство возможностей или ограничений? // Труд в современной российской экономике: социальное измерение. 2021. С. 14.

⁶⁹ Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Издательство «Весь Мир», 2021. С. 54.

Ситуация с распространением коронавирусной инфекции показала, что не только работники подвержены неустойчивому положению на рынке, но и работодатели, когда они вынуждены были по решению местных органов власти обеспечить дополнительные оплачиваемые отпуска работникам при отсутствии компенсации от государства⁷⁰. При этом и сами работники не всегда стремятся закрепляться за одной и той же организацией в течение многих лет, сохраняя возможность выхода на подходящую работу в любое время.

В целом, отмечается тенденция «прекаризации» занятости, происходящая уже несколько ближайших десятилетий и выражающаяся в неопределенном будущем работника и во все большей самостоятельности людей при решении их трудовых проблем⁷¹. При этом прекаризация становится общим трендом, распространяющимся не только на трудовые отношения.

Общее условие для современных работников – то, что труд индивидуализируется, в том смысле, что ответственность за его результаты работники несут индивидуально. Такое явление рассматривается в общем контексте индивидуализации общества. А. Реквиц рассматривает феномен сингулярности современного общества⁷². Если обществу индустриального капитализма была свойственна стандартизация – в товарах, поведении, организации, то характеристика общества позднего модерна – сингулярность, уникальность объектов, людей, событий. Более ценным становится нечто уникальное и аутентичное, тогда как стандартное и повторяющееся уходит на второй план. Данное явление затрагивает и сферу труда и занятости, когда сингуляризация труда проявляется в большой роли репутации в сетевом

⁷⁰ Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Издательство «Весь Мир», 2021. С. 13-14.

⁷¹ Сизова И. Л., Осипова О. С. Развитие прекарности в трудовых отношениях в сфере малого и среднего бизнеса // Ядовские чтения: перспективы социологии. 2016. С. 192-211.

⁷² Реквиц А. Общество сингулярностей. О структурных изменениях эпохи модерна / А. Реквиц : пер. с нем. Т. Ю. Адаменко, И. Г. Соколовской. Москва ; Берлин : Директмедиа Паблишинг, 2022. 400 с.

профессиональном сообществе, поляризации рабочих мест, устранении среднего класса как в обществе, так и на рынке⁷³.

Ступенчатую последовательную карьеру сменяет «построение карьеры», представляющее собой прерывистые отрезки карьерного роста, с периодами отхода от основной траектории в результате сочетания потенциала сотрудника, навыков самопрезентации, принимаемых решений, ситуации на рынке, включенности в сети и просто случая⁷⁴. А. Реквиц обращает внимание на две техники сингуляризации труда – высокорационализированные и рефлексивные. Рациональность «больше не служит для производства однородных предметов труда, а стала общей инфраструктурой для продвижения и выявления особенностей»⁷⁵. Одним из вариантов рационализации процессов и компетенций является формат управления человеческими ресурсами (HRM). Рефлексивная техника сингуляризации связана с самоменеджментом субъекта труда. Причем речь идет не только о способах управления собой, но и об анализе комплексных способностей и желаний отдельной личности, чтобы раскрыть неиспользованный потенциал, развить личностное видение, оценить альтернативы, шансы и риски, а также наметить стратегию карьерного роста.

Возможность проявлять индивидуальность в работе слабо реализуется на производстве с высокой стандартизацией. Г. П. Бессокирная и А. Л. Темницкий обратили внимание на отчуждение современной молодежи, в отличие от советской, от занятости на промышленных предприятиях, что вызвано не только непрестижностью профессии рабочего (при невысокой зарплате, тяжелых условиях труда, фиксированном графике работы и пр.), но изменением ценностной структуры в направлении индивидуализации⁷⁶. Ценности

⁷³ Реквиц А. Общество сингулярностей. О структурных изменениях эпохи модерна / А. Реквиц : пер. с нем. Т. Ю. Адаменко, И. Г. Соколовской. Москва ; Берлин : Директмедиа Паблишинг, 2022. С. 170.

⁷⁴ Там же, с. 172-173.

⁷⁵ Реквиц А. Общество сингулярностей. О структурных изменениях эпохи модерна / А. Реквиц : пер. с нем. Т. Ю. Адаменко, И. Г. Соколовской. Москва ; Берлин : Директмедиа Паблишинг, 2022. С. 172.

⁷⁶ Бессокирная Г. П., Темницкий А.Л. Отношение к труду молодых рабочих в советское и постсоветское время // Ядовские чтения: перспективы социологии. Сборник научных

самореализации, поиска собственной идентичности, развития личных способностей, все чаще вступают в противоречие с характерными для промышленных предприятий условиями стандартизации всех основных аспектов занятости (трудового договора, рабочего места и рабочего времени).

Появление новых форм труда и занятости привело к появлению новых трудовых ценностей. А. А. Александрова с коллективом соавторов рассматривает ценности классической и новой занятости⁷⁷. Среди ценностей классической занятости были обозначены следующие: постоянное место работы, стандартный график работы, подчиненность отношений, монотонный характер работы, выполнение обязанностей в рамках своей профессии, получение фиксированного уровня заработной платы, карьерные продвижения за количество отработанных в компании лет. К ценностям новой занятости были отнесены временная работа, гибкий график работы, креативность, разнообразность задач, нерегулярность доходов в виде премий, автономия при организации своего проекта, продвижения по результатам работы. Д. О. Стребков и А. В. Шевчук предлагают разделяют трудовые ценности в контексте самостоятельной и организационной занятости⁷⁸. Самостоятельная занятость (работа «на себя») в отличие от организационной дает свободу от работодателя, возможность устанавливать договорные отношения непосредственно с заказчиком, самостоятельно контролировать объем взятых на себя обязательств, время их исполнения, свои трудовые усилия и самостоятельно устанавливать адекватную своим вложениям оплату труда⁷⁹. Хотя трудовые ценности как значимые характеристики трудовой деятельности подвержены изменениям, ценность труда как правило остается относительно неизменной, обычно уступая

докладов конференции, СПб, 14-16 декабря 2015 г. / Под ред. О.Б. Божкова, С.С. Ярошенко, В.Ю. Бочарова. СПб.: Изд-во «Эйдос», 2016. С.136-155.

⁷⁷ Александрова А. А. и др. Диагностика изменений ценностных ориентаций школьников в сфере труда: сетевой подход //Аллея науки. 2018. Т. 1. №. 9. С. 368-380.

⁷⁸ Стребков Д. О., Шевчук А. В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости //Социологические исследования. 2017. №. 1. С. 81-93.

⁷⁹ Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Трансформация системы трудовых ценностей занятого населения //Социально-трудовые исследования. 2022. №. 1 (46). С. 164-176.

место среди жизненных ценностей семье, материальной обеспеченности и благополучию⁸⁰. Трудовые ценности варьируются в разных профессиональных группах. Внутренние трудовые ценности убывают от профессионалов к неквалифицированным работникам, а внешние наоборот⁸¹. Для работников-профессионалов большую значимость представляет содержание труда (его функциональные особенности, творческие возможности), чем размер заработной платы⁸². Наличие функционально-содержательных видов труда является базовым условием для формирования значимости труда и укрепления внутренних трудовых ценностей.

Образ труда, представление о наиболее востребованных профессиях и видах деятельности формируется в процессе социализации у работников еще задолго до их выхода на рынок труда⁸³. Потенциальные работники усваивают требования к кандидатам и, опираясь на собственные возможности и ожидания, трансформируют свои компетенции под возникающие условия. Возникают предпочтения относительно своей работы, обозначаются нежелательные характеристики, формируются трудовые ценности. В то же время изменение смыслов труда в обществе способно регулировать трудовые отношения⁸⁴, формируя новые форматы взаимодействий в трудовой сфере между работником, работодателем, заказчиком и другими участниками.

Труд усложняется, требует от работников владения все более сложными навыками. Чаще это интеллектуальный труд. Другая альтернатива – труд рутинный, не требующий сложной подготовки. Люди встают перед выбором – затрачивать ли им усилия на желательную работу либо приспособиться к более

⁸⁰ Полякова Н.Л. От трудового общества к информационному: западная социология об изменении социальной роли труда. М.: Наука, 1990. С. 64.

⁸¹ Там же, с. 65, 67.

⁸² Лапин Н. И. Проблема ценностей в исследованиях В.А. Ядова и его коллег //Экономическая социология. 2009. Т. 10. №. 3. С. 83.

⁸³ Корешева Е. В., Бирюкова Л. В., Филиппова К. В. Трудовые ценности молодежи: поколенческий аспект (на материалах исследования в Хабаровском крае) //Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №. 4. С. 44-49.

⁸⁴ Зубок Ю.А., Чупров В.И. Саморегуляция образа труда в культурном пространстве молодежи // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 6. С. 249.

комфортным и малозатратным вариантам. Возможен и другой вариант – самостоятельно разрабатывать и развивать условия труда, при которых возможны умеренные трудозатраты, приносящие удовлетворение работнику. Выбор того или иного варианта определяется возможностями человека и теми, ценностями, которые у него сформировались ко времени принятия решения.

Таким образом, можно видеть, что с изменениями в сфере трудовых отношений и особенностей производства происходит изменение трудовых ценностей работников. Трансформации, происходящие на современном рынке труда и занятости, дают основание для появления новых требований со стороны работодателей, заказчиков и новых ожиданий работников относительно своей деятельности. Такие составляющие трудовой деятельности, как единственное предприятие за всю трудовую карьеру, постоянная профессия, внимание к стажу и стабильная заработная плата если не заменяются, то как минимум дополняются такими элементами как проектный подход, частичная занятость, фриланс, гибкость рынка труда. Работники стремятся обладать качествами, востребованными в условиях современной социально-экономической ситуации и приближенными к запросам постоянно изменяющегося рынка, чтобы быть конкурентоспособными и занимать наиболее приемлемую для себя позицию.

В условиях современного общества, подверженного влиянию развития технологий, необходимыми для успешной трудовой деятельности работника становятся адаптивность к постоянно изменяющимся условиям, инновационность, способность действовать в условиях многозадачности и неопределенности, умение решать сложные интеллектуальные задачи и работать с большими объемами информации, умение работать в команде, а главное, способность к непрерывному самообучению и развитию своего потенциала. От готовности работников развивать эти навыки зависит состояние экономики и перспективы развития трудовых отношений. Такая готовность определяется ценностями человека, а именно трудовыми ценностями. И чем более содержательным является труд, тем выше вероятность его оценки как значимого

для работника, а следовательно, развития востребованных компетенций с учетом возможностей работника.

1.3. Поколение Z: характеристики и особенности социализации

Понятие поколения, предложенное В. Дильтеем и развитое в работах К. Мангейма, обозначает «совокупность возрастных когорт, переживших одни и те же значимые исторические события в возрасте наибольшей восприимчивости к ним»⁸⁵, т.е. в молодости. Чем чаще происходят крупные общественные изменения, тем сложнее выделить специфические черты возрастной группы и тем больше различий между людьми одного возраста. Н. Хоув и У. Штраус обозначили поколение как совокупность всех людей, рожденных в один промежуток времени протяженностью 15-25 лет или проживших в один исторический период как минимум одну фазу жизни: детство, молодость, средний возраст или старость⁸⁶. Ими также указаны три критерия определения, или идентификации, поколения: 1) принадлежность к одному историческому периоду, 2) общие убеждения и модели поведения, 3) отнесения себя к этому поколению исходя из общего опыта и особенностей⁸⁷.

По мнению данных авторов особенности поколений связаны со сменой двух противоположных периодов: подъема и кризиса. В периоды кризиса общество начинает объединяться, готово к самопожертвованию и стремится к консенсусу и порядку, а в периоды подъемов преобладает индивидуализм, а государственные институты подвергаются критике с точки зрения новых социальных идеалов и духовных парадигм. В основе циклических повторений

⁸⁵ Головин Н. А.. Современные социологические теории : учебник и практикум для вузов / Н. А. Головин. 2-е изд., испр. и доп. Москва. Издательство Юрайт, 2022. 461 с.

⁸⁶ Мирошкина М. Р. Интерпретации теории поколений в контексте российского образования // Ярославский педагогический вестник. 2017. №. 6. С. 30-35.

⁸⁷ Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. URL: https://archive.org/stream/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe/Generations+The+History+of+America%27s+Future%2C+1584+to+2069+by+William+Strauss+%26+Neil+Howe_djvu.txt (Дата обращения: 22.08.2022).

лежит желание молодых поколений исправить или компенсировать те черты старшего поколения, которые ему кажутся неприемлемыми.

Представители российской школы теории поколений Рудженерейшенс (RuGenerations) в качестве факторов формирования поколения считают (1) большие события-воспоминания, такие как полет человека в космос или 11 сентября 2001, которые остаются на слуху с детства, (2) набор сообщений общества, например, «миру-мир» или «голосуй сердцем» и (3) воспитание, в том числе развитие определенных навыков: иностранные языки, коммуникативные способности и т.д. В целом, авторы опираются на положение, что образующими ценностями поколения является то, что в период взросления было в дефиците⁸⁸.

Поколения рассматриваются и как группы «старших» и «младших». М. Мид выделяет три типа культур, которым соответствует определенный тип взаимодействия поколений исходя из доминирующих в обществе механизмов трансляции знаний: постфигуративная, кофигуративная и префигуративная культуры⁸⁹. В постфигуративной культуре большое значение придается передаче прошлого опыта от старшего поколения к младшему. В кофигуративной культуре опыта старших поколений уже не достаточно для принятия решений, и молодежь больше ориентируется на сверстников и на их одобрение, поэтому активно формируются молодежные группы, сильна молодежная солидарность. В префигуративной культуре темп социальных, экономических и технологических изменений настолько высок, что принятие жизненно важных решений относительно своего поведения и развития в обществе, опираясь только на опыт старших поколений, невозможно.

⁸⁸ Как возникают и как проявляются ценности поколений – RuGenerations – российская школа Теории поколений [Электронный ресурс]. URL: <https://rugenerations.su/2016/09/12/%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B5-%D1%87%D1%82%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D1%82-%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE/> (дата обращения: 29.10.2022).

⁸⁹ Мид М. Культура и мир детства / М. Мид ; пер. Ю.А. Асеева. Москва : Директ-Медиа, 2007. 878 с.

Считается, что термин «поколение Z» (Generation Z) впервые был предложен в 2012 году в журнале «USA Today», а его распространение связывают с крупным исследованием рекламного агентства Sparksand Honey в 2014 году⁹⁰. Согласно Оксфордскому словарю поколение Z – это «группа людей, родившихся в период с конца 1990-х по начало 2010-х годов, которые считаются очень хорошо знакомыми с Интернетом»⁹¹.

Поколение Z не имеет четких границ по году рождения, у одних исследователей нижний порог обозначается 1995 годом, у других он смещается до 2003 г.р. Соответственно верхние значения варьируются с 2010 до 2024 г.р. Названия поколения также разнообразны: Поколение MeMeMe (Generation MeMeMe), Net Generation, Internet Generation, iGen, Generation M (от слова «многозадачность»), Homeland Generation, Цифровые аборигены, Поколение большого пальца и т. д. В целом, при обозначении таких понятий авторами акцентируется внимание на том, что новое поколение сильно отличается от предыдущих, а потому требует тщательных исследований.

При этом если теория поколений выявляет некоторые закономерности в характеристиках поколений и закономерности их формирования и смены с течением времени, то концепция «поколение Z» носит дескриптивный характер. Поэтому сложно обойтись без описания его особенностей. Распространение характеристик этого поколения началось с зарубежной литературы, в том числе научно-популярной.

Среди особенностей «поколения Z» Л. Тидхар с соавторами рассматривают следующие: поколение Z характеризуется поведением, способствующим инновациям и быстрым изменениям; оно уважает социальное разнообразие; его представителям свойственны откровенность, порядочность,

⁹⁰ Шлегель Е. В. Подходы и маркеры в поколенческом анализе общества //Вестник Гуманитарного университета. 2019. №. 1. С. 103-109.

⁹¹ Generation-z noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/generation-z> (дата обращения: 08.02.2023).

юмор и склонность к суждениям; характеризуется задержкой взросления⁹². Т. Тео предложила четыре признака представителя данного поколения: (1) вырос на технологиях, (2) хорошо справляется с многозадачностью, (3) полагается на графические изображения для общения и (4) преуспевает в мгновенных удовольствиях и вознаграждениях⁹³. М. С. Салех, Н. Н. Махбоб, Н. С. Бахарудин, анализируя особенности поколения Z останавливаются на четырех основных признаках: гипертекстовое мышление, чрезмерная защищенность со стороны родителей, слабо развитые навыки общения и нетерпеливость⁹⁴. Это поколение, обладающее способностью формировать огромные сообщества и поддерживать постоянную связь с людьми, которых они никогда не встречали и никогда не встретят в сети; при этом сотрудничество и общительность в соцсетях не приводит к развитию навыков личного общения. Поколение Z представляется как индивидуалистичное, эгоцентричное и менее ориентированное на команду, чем предыдущее поколение. Нежелание подчиняться, непокорность прямым указаниям – еще одна черта этого поколения.

Владение цифровыми технологиями и заинтересованность в использовании современных гаджетов часто рассматривается как главный признак молодого поколения. Некоторые авторы отмечают, что цифровые технологии составляют часть идентичности поколения Z⁹⁵. Twenge J.M., на основе статистических данных, опросов и личных наблюдений, дает следующие характеристики поколения iGen⁹⁶: (1) высокая физическая безопасность: менее склонны попадать в аварии, не участвуют в вечеринках, употребляют меньше

⁹² Tidhar L. et al. Who is Afraid of Generation Z? The Intergenerational Gap Affecting the World of Work Post-COVID-19 Era //Logos, Universality, Mentality, Education, Novelty. Section Social Sciences. 2022. V. 11. N. 1. P. 1-17.

⁹³ Тео Т. Do digital natives differ by computer self-efficacy and experience? An empirical study //Interactive Learning Environments. 2016. V. 24. N. 7. P. 1725-1739.

⁹⁴ Salleh M. S. M., Mahbob N. N., Baharudin N. S. Overview of “generation Z” behavioural characteristic and its effect towards hostel facility //International Journal of Real Estate Studies. 2017. V. 11. N. 2. P. 59-67.

⁹⁵ de Boer P. et al. Generation Z work values: A cross-national analysis //CCBC 2021. 2021. P. 188.

⁹⁶ Twenge J.M. iGen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood - and What That Means for the Rest of Us. New York: Atria Books, 2017. 342 pp.

алкоголя, менее склонны к раннему сексу и беременностям, реже убивают друг друга; (2) подверженность психологическим рискам: более склонны к депрессиям и суицидам, менее счастливы; (3) отсутствие готовности к взрослой жизни, инфантильность; (4) меньшая вовлеченность в отношения со сверстниками, как дружеские, так и романтические. Стиллман Д. перечисляет следующие особенности данного поколения: восприятие реального и цифрового мира единым целым; стремление к поиску и созданию собственного имиджа, высоко ценится индивидуализация во всем; практичность; синдром упущенной выгоды; стремление преодолеть внутреннюю и внешнюю обособленность организации и взаимодействия в коллективе более удобным и экономически эффективным способом; уверенность, что способны самостоятельно сделать практически все; мотивированность и высокий уровень трудоспособности вследствие предыдущих факторов⁹⁷.

Поколение Z часто рассматривают как общемировую тенденцию, а потому сходные характеристики отмечают и у молодых людей в России. И. С. Заводян перечисляет следующие особенности: (1) в детстве им скучно играть в те игры и выполнять те занятия, которые были интересны детям предыдущих поколений; (2) они ценят личную свободу и распоряжение своим личным пространством и временем, поэтому предпочитают удаленные форматы работы, ведут здоровый образ жизни, имеют меньше вредных привычек; (3) как правило замкнуты в себе, а общение с представителями внешнего мира осуществляется с помощью социальных сетей, мессенджеров; (4) на первый план выходит личная образованность и наличие практических навыков, а не формальное образование; (5) «клиповое» мышление и «осколочность» знаний в результате снижения чтения полноразмерных текстов наряду с более удобными емкими информационными сообщениями⁹⁸.

⁹⁷ Стиллман Д. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / Д. Стиллман, И. Стиллман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 310 с.

⁹⁸ Заводян И. С. Поколение «Z»: обзор жизненных стратегий // Социально-экономические и гуманитарные науки. 2020. С. 92-94.

Обычно исследователи выделяют поколение Z как исторически следующее после поколения Y, и высокое развитие цифровых компетенций рассматривается главным отличительным признаком. А. С. Сумская и С. А. Свердлов предлагают для дифференциации поколений акцентировать внимание не на возрасте, а на уровне владения цифровыми компетенциями, что авторы называют «информационной дееспособностью»⁹⁹. «Информационная дееспособность» выражается продвинутыми навыками обработки информации и использования современных гаджетов. Авторы объединяют поколения Y и Z общим названием «цифровое поколение». «Цифровое» поколение, согласно Сумской А. С., Свердлову С. А., представляет собой медиааудиторию, владеющую информационными технологиями на высоком уровне, использующую, прежде всего, цифровые СМИ и медиа на основе мобильных устройств, предпочитающую короткие формы коммуникации, воспринимающую информацию нелинейно и дискретно. В отличие от цифрового «аналоговое» поколение определяется ими как аудитория, которая не владеет на высоком уровне информационными технологиями, предпочитает первично аналоговые СМИ и печать, предпочитает крупные формы обстоятельной коммуникации (фильмы, повести, очерки и пр.), воспринимает информацию линейно и последовательно. Выделяется и промежуточный вариант, «эхо-поколение».

Некоторые отечественные авторы в качестве оснований для выделения поколений рассматривают историко-политические события, как наиболее существенно повлиявшие на социализацию. Так, Ю. Левада выделяет шесть поколений: «Революционный перелом»; «Сталинская» мобилизационная система; Военный и послевоенный период; «Оттепель»; «Застой»; Годы «перестройки и реформ». Продолжая этот ряд, поколение Z, родившееся с 2000 года, дополнительно называют молодежью времени «путинского правления», или поколением Путина. Л. Гудков с соавторами по результатам исследования

⁹⁹ Сумская А. С., Свердлов С. А. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиапрактик // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25. № 3 (189). 2019. С. 37-38.

политических ценностей приходят к выводу, что у поколения Z не обнаружены специфические черты, однако присутствуют плавные межпоколенческие различия¹⁰⁰.

В российской практике поколенческого анализа образовалась школа исследования поколений Рудженерейшенс (RuGenerations), в которой продолжается поиск возрастных границ на основе поколенческих различий, а не выявление различий поколений людей заранее заданных возрастов. Авторы видят поколенческие различия в практиках деятельности и потребления в медиапространстве. Помимо выделяемого поколения Z (родившиеся с 2003 года) также определяется поколение «пограничников», YZ – это молодые люди, родившиеся в промежуток 1999-2005 гг.

Исследователи из Высшей школы экономики изучили популярные характеристики поколения Z, которые представлены в научной и научно-популярной литературе и проанализировали, какие из них подтверждаются исследованиями. Авторы пришли к выводу, что индивидуалистическое поведение и ценность успеха свойственны данному поколению, но это является спецификой подросткового возраста, т.к. данные свойства были выявлены в тех исследованиях, где респонденты были подростками. То, что представители поколения Z меньше ввязываются в неприятности и умеренны в своих желаниях скорее подтверждается, но присутствуют прямо противоположные интерпретации – одни и те же положения трактуются как инфантилизм или ответственность. Многозадачность, депрессивность и тревожность были отчасти подтверждены, но обозначены как общие тренды, затрагивающие не только молодых людей, но и взрослых. Прагматичность поколения Z частично подтверждается, хотя не были найдены сравнительные исследования с предыдущими поколениями. При этом главная черта поколения – владение современными информационными технологиями в совершенстве, опровергается. Нельзя сказать, что эти молодые люди меньше общаются со

¹⁰⁰ Гудков Л. и др. «Поколение Z»: Молодежь времени путинского правления // Вестник общественного мнения. 2020. № 1-2. С. 21-121.

сверстниками или чрезмерно общительны, так что не могут оставаться наедине с собой, однако происходят некоторые изменения в социальных связях, вызванные развитием новых способов коммуникации.

На примере исследования в сфере образования Е. А. Ковин опровергает тезис о более высокой технической грамотности молодого поколения, показывая, что преподаватели старших возрастов могут не испытывать трудности с современными техническими устройствами и даже лучше молодых студентов справляться с электронными образовательными системами¹⁰¹. Более взрослое население владеет навыками только если их приобретение было связано с их профессией (например, преподаватели, экономисты) либо эти люди самостоятельно проявили заинтересованность.

Наличие критики теории поколений и концепции поколения Z не отменяет наличие новых условий социализации молодых людей. Уточнение факторов социализации и их влияния на формирование представлений и ценностей поколения Z по-прежнему актуальны для исследования этой социальной группы.

Представители поколения Z (с 2000 г.р.) проходили социализацию в условиях стабильной политической ситуации, ситуации экономического кризиса и развития цифровых технологий. Зарубежные авторы среди событий, оказавших большое влияние на поколение Z, приводят движения за социальную справедливость, финансовый кризис 2008 года, революцию смартфонов и социальных сетей, а также воспитание в культуре безопасности и защиты со стороны родителей. Маккриндл упомянул семь основных факторов: демографические изменения и ожидаемая продолжительность жизни, культура глобального изобилия, технологии, с которыми выросло это поколение, информационные потребности, средства образования и обучения, а также переход на друзей в сети Онлайн¹⁰².

¹⁰¹ Ковин Е.А. Верификация теории поколений на практике на примере дистанционного обучения // Кронос: общественные науки. 2021. № 1 (21). С. 19-21.

¹⁰² de Boer P. et al. Generation Z work values: A cross-national analysis // CCBC 2021. 2021. P. 188.

Условия жизнедеятельности российской молодежи приводит Ю. А. Зубок¹⁰³. Это (1) быстро изменяющаяся реальность, воспринимаемая молодежью и определяющая ее стратегию, (2) снижение целенаправленного регулирования как основной функции социальных институтов и расширение пространства саморегуляции молодежи, (3) «деструкция нормативности», т.е. вытеснение строгих правил и норм из повседневной жизни, что было унаследовано от предыдущего поколения, формировавшегося в эпоху аномии, (4) расширение пространства реальности, большое количество новых контактов, опыта, образцов поведения, возможностей, (5) разрыв между жителями крупных городов и теми, кто проживает за их пределами – большой разрыв во времени восприятия изменений порождает разнообразие смыслов, (6) гибридизация – главная черта, в которой проявляется совмещение современных и культурно-исторических образцов поведения, локальной и универсальной культуры, привнесенной глобализацией.

Л. А. Журавлева и М. А. Манина отмечают, что российское поколение Z проходит социализацию в потребительском обществе, где его социальные институты, СМИ, реклама ориентированы на молодежную и детскую аудиторию как на ключевых потребителей, открытых новому опыту¹⁰⁴. У молодого поколения формируется экологическая ответственность, оно получает удовлетворение от совместного пользования имуществом, а не от накопления собственных материальных благ; главным для них становится не собственность, а доступ к ней¹⁰⁵.

Представители российского поколения Z росли, слушая про инновации, высокие информационные технологии, стартапы, цифровую безопасность (и

¹⁰³ Зубок Ю.А. Доклад // Ученые записки ФНИСЦ РАН. Вып. 7: Саморегуляция жизнедеятельности молодежи: исследование социокультурного механизма / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. С. 6-25.

¹⁰⁴ Журавлева Л. А., Манина М. А. Теория поколений в маркетинге // Молодежь и наука. 2018. №. 2. С. 127-127.

¹⁰⁵ Авдокушин Е.Ф., Кузнецова Е.Г. Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития // Экономический журнал. 2019. №2(54). С. 6-19.

безопасность вообще) и пр.¹⁰⁶. Их окружало заботливое воспитание, которое порой мешало самостоятельности в разрешении жизненных трудностей¹⁰⁷. Е. Шамис обращает внимание на родителей, воспитывавших поколение Z. Сформированность у них ценности профессионализма и ценности детства привело к «профессиональному родителю», которое характеризуется стремлением максимально развить способности ребенка, предоставить ему широкий диапазон выбора активностей и только после этого производится основательный выбор подходящего занятия¹⁰⁸. Как показало исследование И. П. Поповой, родители уделяют большое внимание транслированию своим детям ценности образования, которое дает возможность достижения высокого социального статуса и карьерного роста, активно влияя на выбор профессионального образовательного учреждения¹⁰⁹. Отношение самих родителей к своей работе служит примером, отталкиваясь от которого молодые люди самостоятельно формируют свои убеждения.

Кроме того, смена образовательных стандартов в 2000 году положила основу для межпоколенческих различий в профессиональной сфере. Вместо требований к результатам обучения был введен компетентностный подход, когда важным становится не наличие содержательных знаний, а способность их

¹⁰⁶ Как возникают и как проявляются ценности поколений – RuGenerations – российская школа Теории поколений [Электронный ресурс]. URL: <https://rugenations.ru/2016/09/12/%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B5-%D1%87%D1%82%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D1%82-%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE/> (дата обращения: 29.10.2022).

¹⁰⁷ Lev T. A. et al. Generation Z: Characteristics And Challenges To Entering The World Of Work // CrossCultural Management Journal. 2021. N. 1. P. 107-115.

¹⁰⁸ Никонов Е. «Ослабь хватку» или «Профессиональное родительство» поколения X. [Электронный ресурс]. URL: <https://rugenations.ru/2017/04/21/%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D1%8C-%D1%85%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5/> (дата обращения: 03.02.2023).

¹⁰⁹ Попова И.П. Профессиональный выбор: влияние культурных ресурсов семей российских специалистов // Социологические исследования. 2013. № 11. С. 130-140.

получать¹¹⁰. С этим связывается еще одно название поколения Z – поколение ФГОС¹¹¹. М. А. Гнатюк отмечает, что ценность труда, значимость любимого дела, служение обществу не воспитываются учителями, а сами учителя перестали быть значимыми взрослыми, становясь поставщиками образовательных услуг¹¹². Это особенно заметно при сравнении с советской системой образования.

Образовательная деятельность в профессиональных образовательных учреждениях сопровождается участием в выполнении и организации научно-исследовательских проектов, что формирует «проектное мышление», в основе которого лежит интерес к решению конкретной проблемы и признание среди профессионалов с возможностью перехода от одного исследовательского проекта к другому, а не постепенное обучение узкоспециализированному набору знаний¹¹³.

В целом наблюдается отсутствие единой целенаправленной системы воспитания, поддерживаемой одновременно государством, семьей, школой и др. социальными институтами¹¹⁴.

У представителей поколения Z наблюдается парадоксальное явление одновременно раннего взросления и пролонгированного в молодежный возраст детства. Вопросы взросления этого поколения рассматривали С. Н. Майорова-Щеглова, С. Ю. Митрофанова. На основе анализа событийности детства («определенной, выстроенной на основе анализа данных конкретного социологического исследования цепочки событий детства, происходящих

¹¹⁰ Якимова З. В., Масилова М. Г. Поколение Z как потенциальный сегмент рынка труда //Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 6. №. 4 (21). С. 341-345.

¹¹¹ Сапа А.В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. 2014. № 2. С 24-30.

¹¹² Гнатюк М. А. Российская молодежь в условиях глобализации: особенности социализации и формирования трудовых ценностей //Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 17. №. 1. С. 219-228.

¹¹³ Темницкий А.Л. Современная молодежь в перипетиях российского рынка труда и образования // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып. 15 / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 91-108.

¹¹⁴ Гнатюк М. А. Российская молодежь в условиях глобализации: особенности социализации и формирования трудовых ценностей //Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 17. №. 1. С. 219-228.

впервые в конкретном возрасте, и эти события выделяются как значимые для взросления поколения»¹¹⁵) они выявили, что раннее взросление у современных молодых людей происходит одновременно с инфантилизацией. Официально детство заканчивается с наступлением возраста 18 лет, субъективное ощущением того, что детство не закончилось в этом возрасте определялась как инфантилизация. Ранняя взрослость определялась опережающим наступлением событий, которые в соответствии с нормативными представлениями общества относятся к недетским формам поведения (употребление алкоголя, наркотиков, сексуальный опыт, рискованные формы досуга, а также приобщение детей к товарно-денежным, потребительским отношениям, труду за деньги). Кроме того, российское поколение Z (с 2000 г.р.) отличается от Y-ков более ранним приобщением к телесным практикам (пирсинг, диеты, татуировки) и включением в социальную, в том числе политическую, активность. Авторами замечено более раннее приобщение молодых людей к потребительским практикам (например, самостоятельная покупка одежды), чем к выполнению домашних хозяйственно-бытовых дел (средний возраст первых событий в первом случае – 9,5 лет, во втором – 11,4)¹¹⁶. Участие в соревновательных мероприятиях, предполагающих индивидуальное вознаграждение, происходит раньше, чем включение в волонтерскую деятельность без вознаграждения (в 7,4 и 14,3 лет соответственно)¹¹⁷.

Можно видеть, что из приведенных ранее критериев выявления поколения наиболее часто задействуется показатель возраста. Именно по нему обычно определяют то или иное поколение, после чего определяют свойственные ему характеристики и условия социализации. Для обозначения нижней границы определения возраста российского поколения Z в отечественных исследованиях как правило указывают 2000 г.р. (граница с 2003 года по версии

¹¹⁵ Майорова-Щеглова С. Н., Митрофанова С. Ю. Раннее взросление или инфантилизация: парадокс событийности современного детства // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. №. 1. С. 25-39.

¹¹⁶ Там же.

¹¹⁷ Там же.

Рудженерейшенс все же не исключает возможности включения в это же поколение лиц с 1999 г.р.).

В целом, поколение рассматривают как совокупность людей одного возраста, прошедших сходные условия социализации, в результате чего сформировались сходные установки и поведенческие особенности. При этом стоит отметить, что помимо общих поколенческих характеристик присутствует структурная неоднородность определенной возрастной группы, в которой могут одновременно существовать разные сегменты, конкурирующие и конфронтирующие друг с другом¹¹⁸. Различия в поколениях определяются разницей в условиях социализации. Одни и те же события могут быть проинтерпретированы по-разному, а потому среди людей одного возраста и прошедших социализацию в сходных условиях могут формироваться разные группы, чьи убеждения и ценности могут не только не совпадать, но и быть прямо противоположными.

1.4. Трудовые ценности современного российского поколения Z: обзор исследований

В настоящее время вступают на рынок труда и занятости молодые люди, родившиеся в самом конце 20 века. Они были названы поколением Z по аналогии с их зарубежными сверстниками. В СМИ часто можно встретить образ поколения Z как уникальных специалистов, гибких, способных решать сложные задачи, постоянно развивать свои компетенции, а потому востребованных на рынке труда¹¹⁹. Объясняется это обычно ранним использованием современных

¹¹⁸ Журавлева Л. А., Манина М. А. Теория поколений в маркетинге // Молодежь и наука. 2018. №. 2. С. 127-127.

¹¹⁹ Например, Поколение Z на работе: черты, ценности, особенности / Skillbox Media [Электронный ресурс]. URL: <https://skillbox.ru/media/management/kak-khantit-sotrudnikov-iz-pokoleniya-z-i-kak-potom-imi-upravlyat/> (дата обращения: 01.04.2023); Работа с поколением Z: что им важно и как с ними взаимодействовать // HURMA [Электронный ресурс]. URL: <https://hurma.work/ru/blog/07-2021-rabota-s-pokoleniem-z-cto-im-vazhno-i-kak-s-nimi-vzaimodejstvovat-2/> (дата обращения: 01.04.2023); Поколение Z: особенности привлечения и удержания лучших // TalentTech [Электронный ресурс]. URL: https://potok.io/blog/hr-review/generation_z/ (дата обращения: 01.04.2023) и др.

гаджетов и уникальностью личности молодых людей. Единственная сложность, с которой могут столкнуться работодатели согласно такому описанию – это желание представителей поколения Z заниматься только тем, что интересно им самим, и стремление найти баланс личной жизни и работы, из-за чего работодателю сложнее удержать их на рабочем месте, а потому публикуются отчеты крупных консалтинговых и финансовых компаний с рекомендациями, как работать с новым поколением.

В результате такой образ поколения Z стал распространенным. Так, большинство (79 %) представителей поколения Z отмечают, что их сверстники ценят гибкий график и баланс работы и личной жизни¹²⁰ – эти ценности часто упоминаются в работах о поколении Z. Представление о данном поколении как о компетентных пользователях цифровых устройств приводит к тому, что к ним часто обращаются старшие коллеги с просьбой оказать техническую помощь, требующую профессиональной подготовки¹²¹.

И хотя описанные характеристики поколения Z безусловно присутствуют, однако они свойственны не всей совокупности молодых людей, чтобы признать таковыми целое поколение. Кроме того, есть объективные причины, связанные с доступностью качественного образования и возможностью получения разнообразного профессионального опыта, которые препятствуют самореализации «зетов» в полной мере.

Проведя обзор литературы по тематике трудовых ценностей в условиях цифровой экономики, В. В. Аранжин отмечает у представителей поколения Z требование оснащенности рабочего места цифровыми технологиями, гибкость в организации процесса работы, значимость саморазвития посредством решение сложных и интересных задач, накопление знаний и навыков, заработная плата важна пока она удовлетворяет потребности, предпочтение самозанятости работе

¹²⁰ Новаторы: Поколение Z и будущее финансов // ACCA Global [Электронный ресурс]. URL: <https://www.accaglobal.com/cis/ru/research-and-insights/GenerationZ.html> (дата обращения: 01.04.2023).

¹²¹ Google it first // OSlash [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oslash.com/learning-center/google-it-first> (дата обращения: 01.04.2023).

в организации, поддержка инноваций¹²². И. В. Калашникова с коллегами связывают привлекательность Z-тов на рынке труда с навыками работы в цифровой среде, т.к. в современных компаниях востребованы специалисты, владеющие цифровыми компетенциями, которые продвигают внедрение IT, инноваций, формируя положительное отношение к ним у работников старших возрастных групп¹²³.

Помимо обзорных статей в научной литературе приводятся результаты эмпирических исследований, отражающих особенности поколения Z. Р. И. Зинурова, Т. Н. Никитина, и Л. З. Фатхуллина провели исследование социальных практик и социально-психологических характеристик поколения Z с помощью метода фокус-группы с учащимися 10-11 классов средних образовательных учреждений Республики Татарстан¹²⁴. Среди прочих были заданы вопросы, связанные с трудовой деятельностью. Что касается профессионального самоопределения респондентов, то сами представители поколения Z делят своих сверстников на тех, кто ищет себя, свое занятие по душе и тех, кто его уже нашел. Первые, находящиеся в поиске, меняют места работы достаточно часто, стараясь попробовать разные профессии и задачи. Вторые развиваются в выбранном направлении, так как понимают, что сейчас необходимо постоянно повышать квалификацию. Профессию они определяют как деятельность, реализуемую после получения профессионального образования, поэтому, например, не всех блогеров относят к этой категории, а только тех, у кого есть образование. Многие из опрошенных с началом получения образования собираются к переезду за границу, так как по их мнению только там можно в полной мере реализовать свой потенциал. Так как для них важно получать удовольствие от своей

¹²² Аранжин В.В. Влияние цифровой экономики на трудовые ценности поколения, входящего на рынок труда // Векторы благополучия: экономика и социум. 2019. №4 (35). С. 91-100.

¹²³ Калашникова И. В. и др. Ценности и предпочтения молодежи на российском рынке труда // Вестник ТОГУ. 2022. № 1 (64). С. 145-154.

¹²⁴ Зинурова Р. И., Никитина Т. Н., Фатхуллина Л. З. Социальные практики и социально-психологические характеристики поколения Z (по результатам фокус-группового исследования) // Вестник Томского государственного университета. 2022. №. 476. С. 146-158.

профессии, поэтому могут выбирать ее достаточно долго¹²⁵. Старшеклассники обозначили следующие ценности: свобода самовыражения, передвижения, свобода слова (действия специально в противоречии с советами старших также рассматривались ими как проявление свободы), ценность знаний и качественного образования, здоровье и здоровый образ жизни, равенство, толерантность (по отношению к расам, меньшинствам и пр.), отсутствие дискриминации, адаптивность к быстро меняющимся условиям окружающей среды¹²⁶. В целом, в данном исследовании подростки-школьники отвечали не столько каждый сам за себя, а скорее описывали характеристики своего поколения в целом.

Согласно данным исследования Г. И. Комаревцевой, наиболее распространенные требования, которым должна отвечать работа по мнению представителей поколения Z, были следующие: хорошо оплачиваемая работа (87,2%), «интересная для меня» (60,0%), с хорошими условиями труда (42,4%)¹²⁷. Сходное распределение трудовых ценностей было и у более старших респондентов. Наименее важными оказались возможность карьерного роста и престиж, польза для общества. Также были приведены сравнительные данные по трудовым ценностям поколения Z и поколения X. Наибольшие различия наблюдаются в следующем: представители поколения Z чаще обозначали важным свободное время и творческую, разнообразную работу, тогда как карьерный рост выбирали намного реже.

По данным исследования К. В. Лапшиновой и А. В. Панявина выбор места работы для молодежи Москвы и Московской области определяют возможность иметь высокую заработную плату (73,3%), стабильность, надежность фирмы (59,1%), возможность продвижения по карьерной лестнице (57,4%), хороший

¹²⁵ Зинурова Р. И., Никитина Т. Н., Фатхуллина Л. З. Социальные практики и социально-психологические характеристики поколения Z (по результатам фокус-группового исследования) // Вестник Томского государственного университета. 2022. №. 476. С. 146-158.

¹²⁶ Там же.

¹²⁷ Комаревцева Г. И. Трудовые ценности поколения Z: сравнительный анализ и факторы формирования // Актуальные вопросы управления персоналом. 2021. С. 237-245.

дружный, коллектив (56,3%), гибкий график выбрали 40% респондентов¹²⁸. Т.к. современные молодые люди недостаточно осознанно выбирают сферу профессиональной деятельности и учебное заведение, то мотивация связана с возможностью достижения финансового благополучия. При этом они готовы к повышению квалификации и переработкам для улучшения материального положения.

У студентов в исследовании В. В. Ретивиной наиболее важной была обозначена возможность заниматься любимым делом (70,3 %), потребность видеть результаты своего труда (69,4 %), применять свои способности (61%), совершенствовать навыки по специальности (59,6 %) и хорошо зарабатывать (59,0%)¹²⁹. Данные компоненты также являются важными и для более старших опрашиваемых, для которых на первое место выходит возможность видеть результаты своего труда (80,3%). Работа и труд не занимают первое место в системе ценностей данного сегмента молодежи: на первое место выходит семейное благополучие, далее следует здоровье и на третьем месте оказывается интересная работа. При этом общественно полезный труд стоит на последнем месте в списке предложенных ценностей после высокого дохода, возможности самореализации и престижной работы¹³⁰. Такое распределение позволяет сделать вывод, что преобладают индивидуалистические ценности, связанные с собственным благополучием.

По результатам исследования трудовых ценностей разных поколений населения из Тюмени, проведенного И. В. Ильиной и П. А. Литвиненко, поколение Z отличается «эгоистичным» отношением к труду¹³¹. Для них работа представляет собой средство достижения поставленных целей, возможность для

¹²⁸ Лапшинова К. В., Панявин А. В. Профессионально-трудовые ценности современной молодежи // Социально-гуманитарные технологии. 2021. № 2(18) С. 12-20.

¹²⁹ Ретивина В. В. Трансляция трудовых ценностей и установок в современной семье // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. №. 1. С. 173-182.

¹³⁰ Ретивина В.В. Трудовые ценности и установки современной студенческой молодежи // Высшее образование в России. 2019. Т. 29, № 1. С. 57–63.

¹³¹ Ильина И. В., Литвиненко П. А. Ценность труда: межпоколенный анализ // XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона. Екатеринбург, 2020. 2020. №. 22. С. 165.

заработка, тогда как другие стороны трудовой деятельности мало принимаются во внимание. Ценность материальных результатов труда, ориентация на богатство также свойственны респондентам поколения Y и поколения X, с их помощью они достигают желаемого положения в обществе. Однако с возрастом респондентов растет ориентация на процесс труда и важность возможности приносить пользу обществу, тогда как значение заработка уменьшается. Если поколение X характеризует ответственность и сильная ориентация на достижение результата за счет усиленного труда, то молодые поколения Z и Y менее склонны прикладывать большое количество усилий чтобы приспособиться к рабочим задачам и коллективу. В то же время отмечается большая готовность молодого поколения к инновациям и склонность к «авральности» в трудовой деятельности, которую авторы объясняют избытком юношеской энергии и стремлением получить разнообразный опыт¹³².

А. Н. Тарасова, Е. В. Андрианова фиксируют изменения ценностных ориентаций студенческой молодежи примерно с 2015 г., показывая снижение значимости материального положения и возрастание ценности интересной и содержательной работы¹³³. По анализируемым ими данным в 2016 г. в Тюменской области исчезает разрыв между ценностями здоровья, благополучия и ценностью содержательной, интересной работы. Растет значимость ценности инициативы и предприимчивости. Ценность интересной, содержательной работы еще остается на невысоком уровне, однако отмечается положительная динамика. В 2019 г. среди ценностей студенческой молодежи, связанных с трудовой деятельностью, доминирует ценность «развитие и самосовершенствование себя как личности». Исключения, когда материальное благополучие остается важнее интересной работы отмечается только у

¹³² Ильина И. В., Литвиненко П. А. Ценность труда: межпоколенный анализ //XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона. Екатеринбург, 2020. 2020. №. 22. С. 165.

¹³³ Тарасова А. Н., Андрианова Е. В. Труд глазами студенческой молодежи: деньги или интерес? //Условия и способы повышения активности молодежи как субъекта инноваций и устойчивого развития регионов: материалы XV Всерос. науч.-практ. конф., 9-11 октября 2019 г. 2019. С. 466-475.

студентов, которым не хватает средств на повседневные расходы, в других группах материальные аспекты становятся менее значимыми.

При этом приоритет заработной платы является спецификой трудовых ценностей российского населения, вызванной тем, что в случае кризиса или падения производства происходит снижение или прекращение выплат работникам зарплаты при сохранении занятости¹³⁴. Исследователи системы трудовых ценностей занятого населения А. Н. Покида и Н. В. Зыбуновская отмечают, что рассмотрение труда как средство получения заработка особенно относится к возрастной группе 18-24 лет¹³⁵. Данный сегмент молодежи больше ориентирован на хороший заработок сейчас с возможными рисками потом по сравнению с более старшим населением. Причем «белая» зарплата важна лишь для трети опрошенных.

При этом большая часть студентов готова работать с увлечением и самоотдачей для получения достойного вознаграждения за свой труд, а занятие легкой и необременительной работой обозначают важным для себя меньшинство опрошенных (5%)¹³⁶. Для более чем половины студентов работа по профилю образования является совсем не важной.

Особенности представлений о некоторых трудовых ценностях работающих молодых людей изучила Д. Фокина. Она проинтервьюировала молодых сотрудников до 25 лет, работающих в девяти крупных корпорациях на российском рынке (Google, Сбербанк, «Сибур», BMW Group и др.) с целью концептуализации понятий, используемых при обозначении трудовых ценностей¹³⁷. Выбранные корпорации признаны представителями поколения Z лучшими работодателями и позиционируют себя лидерами в своей отрасли,

¹³⁴ Владимир Магун. Трудовые ценности россиян [Электронный ресурс]. URL: <https://big-i.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/a10728/> (дата обращения: 01.04.2023).

¹³⁵ Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Трансформация системы трудовых ценностей занятого населения // Социально-трудовые исследования. 2022. №. 1 (46). С. 164-176.

¹³⁶ Ретивина В. В. Трансляция трудовых ценностей и установок в современной семье // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. №. 1. С. 173-182.

¹³⁷ Фокина Д. В уютном офисе пусть сидят бумеры: как поколение Z выбирает работу // Forbes. 2020. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/401915-v-uyutnom-ofise-pust-sidyat-bumery-kak-rokolenie-z-vybiraet-rabotu> (дата обращения: 13.10.2022).

использующими новые технологии и предоставляющие возможности и поддержку для карьерного развития. Были проанализированы следующие трудовые ценности опрошенных: ощущение значимости работы, профессиональный рост, зарплата и команда. Под ощущением значимости работы интервьюируемые обозначили влияние на жизнь людей и создание абсолютно нового продукта. Профессиональный рост получил две трактовки. С одной стороны, это быстрая смена должностей в вертикальном и горизонтальном направлениях не реже раза в год и указание того, что конкретно нужно сделать для продвижения по карьерной лестнице. С другой стороны, это заинтересованность компании в развитии навыков и компетенций при помощи тренингов, курсов и новых задач. Молодые сотрудники понимали под желаемой зарплатой вознаграждение выше рынка, которое регулярно увеличивается. Под ценностью команды они подразумевают сходство ценностей, возраста и чувства юмора, а также поддержку при адаптации, отношения на равных, высокий профессионализм коллег, культуру обратной связи и неформальный стиль общения.

Как было указано в предыдущем параграфе, поколение Z характеризуют как более склонных к депрессиям, при этом отечественные исследователи отмечают оптимизм российской молодежи. Используя данные европейского социального исследования (European Social Survey) А. Л. Темницкий отмечает, что российской молодежи свойственен оптимизм по сравнению с людьми более старшего возраста, что отличает их от представителей из других стран (например, Финляндии, где уровень оптимизма практически неизменен независимо от возраста)¹³⁸. Анализируя данные другого исследования, данный автор приходит к выводу, что молодежь 18-30 лет чаще, чем более старшие соотечественники оценивает свои трудовые и статусные характеристики на уровне «хорошо», даже при том, что фактически их социально-

¹³⁸ Темницкий А.Л. Современная молодежь в перипетиях российского рынка труда и образования // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып. 15 / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 91-108.

профессиональный статус (уровень образования, квалификации) ниже. Такой оптимизм помогает молодым людям для разрешения противоречий при согласовании получаемого образования и продвижения на рынке труда.

Так, например, молодежь старается совмещать образование с получением опыта на рабочем месте для выполнения требования работодателей о наличие опыта сразу после окончания учебного заведения: «если прежде большинство студентов учились и подрабатывали, то сейчас работают и подучиваются»¹³⁹. Если ранее, в советское время студенческая занятость была чаще всего на низкоквалифицированной работе и служила преимущественно для улучшения материального положения студента, то в настоящее время главным для дальнейшей карьеры становится наличие опыта и ранний старт профессиональной деятельности, тогда как профильное образование уходит на второй план¹⁴⁰. Студенческая занятость во время обучения в вузе сокращает период поиска работы и страхует от низкой заработной платы на первых этапах карьеры, что является существенным фактором выбора стратегии поведения на рынке для многих студентов. Само наличие оплачиваемой работы является одной из трудовых ценностей молодых людей.

У российской молодежи отмечаются следующие парадоксы в формировании трудовых ценностей, которые были выявлены на основе мониторинговых исследований молодежи Тюменской области в возрасте 18-30 лет в 2006 и 2016 гг. Е. В. Андриановой, А. Н. Тарасовой, И. Ф. Печеркиной¹⁴¹.

1. Среди молодежи, социализировавшейся в условиях рыночной экономики, рыночный тип мотивации не является доминирующим, преобладает мотивация стабильности.

¹³⁹ Темницкий А.Л. Современная молодежь в перипетиях российского рынка труда и образования // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып. 15 / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 99.

¹⁴⁰ Кузьминов, Я. И., Юдкевич, М. М. Университеты в России: как это работает [Текст] / Я. И. Кузьминов, М. М. Юдкевич ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 616 с.

¹⁴¹ Андрианова Е.В., Тарасова А.Н., Печеркина И.Ф. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 324-343.

2. С развитием рыночных отношений не происходит усиление рыночного типа мотивации, напротив – наблюдается большее распространение ориентации на стабильность.

3. Снижается ценность интересной работы по сравнению с другими возрастными группами, хотя в молодом возрасте происходит профессиональное становление и предполагается поиск занятия, соответствующего интересам. Снижение средней оценки важности интересной содержательной работы незначительно, однако оно является статистически значимым.

4. Придание более высокой значимости ценности инициативы и предприимчивости как отличительная черта молодежи по сравнению с другими поколениями не приводит к высоким показателям реальной активности.

5. Структура занятости молодежи перестает совпадать со структурой занятости населения в целом.

6. Снижается доля тех, кто хотел бы работать в рыночных условиях, молодые люди отдают предпочтение государственным организациям.

7. Увеличение тех, кто хотел бы работать «на себя», не вызывает роста числа реальных предпринимателей. Такие парадоксы указывают на несоответствия поведения молодежи в сфере занятости с условиями рыночной экономики, а также их трудовыми ценностями.

По тому, как соотносятся трудовые ценности с внешней деловой средой И. А. Журавлева делит молодых работников на «модернистов» и «традиционалистов»¹⁴². «Модернисты» формируют новые стратегии социальной адаптации в зависимости от внешней среды, придерживаются нестандартных форм занятости; большое внимание уделяют своему образованию и профессиональному совершенствованию; ищут работу по основной или смежной специальности; для них «хорошая работа» – необычная, креативная, интересная, постоянно требующая принятия нестандартных решений; карьера развивается в соответствии с интересами, междисциплинарность

¹⁴² Журавлева И. А. Ресурсно-образовательный потенциал современной молодежи //Социология. 2020. №. 1. С. 279-286.

приветствуется; они согласны на «хорошую работу за скромный заработок» при наличии перспективы его увеличения; в целом «модернисты» инициативны, независимы, активны, гибкие, ответственные.

«Традиционалисты» придерживаются сложившихся стратегий социальной адаптации; профессиональное образование они получают не по своему желанию и не по своим интересам; в их планы не входит работа по специальности; для них «хорошая работа» – это не требующая больших усилий, но с высоким заработком; построение карьеры не планируют; возможность не работать вообще – наиболее желательный вариант; в целом пассивны, не учитывают реальной ситуации на рынке. По результатам опроса, проведенного И. А. Журавлевой данные типы встречаются примерно в равной степени: 34% респондентов демонстрируют «модернистские» ценности, 38% – «традиционалистские», у остальных отмечается смешанный тип.

Особый интерес вызывает разновидность поколения Z – группа «NEET» (Not in Education, Employment or Training), представители которой не работают, не ищут работы и не участвуют в получении профессионального образования. Внутри данной молодежной группы выделяются группы 15-19-летних и 20-24-летних молодых людей. В первой группе доля NEET ниже, чем во второй¹⁴³, т.к. в возрасте 20-24 лет чаще происходит выход на рынок труда после получения образования и не сразу удается найти подходящую работу. По данным Минтруда и соцзащиты РФ к этой категории относится каждый десятый россиянин в возрасте до 24 лет¹⁴⁴. Среди причин попадания в данную группу выделяются изменения современного производства (автоматизация, роботизация), уровень экономического развития страны (что в первую очередь относится к европейским странам), материальное благополучие семьи, снижение ценности

¹⁴³ Зудина А.А. «Не работают и не учатся»: молодежь NEET на рынке труда в России // Мир России. Т. 28. № 1. 2019: 140–160.

¹⁴⁴ Минтруд: Каждый десятый россиянин до 24 лет не учится, не работает и не ищет работу // Росбалт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosbalt.ru/russia/2021/08/13/1916047.html> (дата обращения: 01.11.21).

работы и образования по сравнению с ценностями досуга и потребления, а также особенности личности¹⁴⁵.

NEET-молодежь включает в себя два показателя: уровень NEET-безработицы (отношения численности безработных в возрасте 15-24 лет к численности всего населения данного возраста); уровень NEET-экономической неактивности (учитываются только те, кто не участвует в обучении и профессиональной переподготовке)¹⁴⁶. При этом М. Б. Буланова и Е. А. Артамонова предлагают в качестве ключевого показателя отнесения молодежи к группе NEET рассматривать ее нежелание работать и учиться¹⁴⁷, т.е. осознаваемый отказ независимо от объективных причин, сопровождающийся стремлением извлечь выгоду из своего положения. Наличие работы для данной группы молодых людей не представляет ценности. Н. Н. Шестакова, М. Б. Скворцова и Л. К. Кузьмина считают, что данное нежелание не закончится на этапе юности и молодости, а с высокой степенью вероятности перейдет на следующие этапы жизни¹⁴⁸, в связи с чем возможны не только увеличение дефицита рабочей силы, но и снижение ее качества.

Проанализировав трудовые ценности представителей поколения Z можем сделать вывод, что многие аспекты трудовой деятельности являются для них важными. Наиболее часто упоминаются ценности заработной платы и интересной работы, приносящей удовольствие и развивающей личность работника. Что отличает молодых людей от более старших – это большее стремление к разнообразию и творчеству в работе и снижение ценности

¹⁴⁵ Шестакова Н.Н., Скворцова М.Б., Кузьмина Л.К. О человеческом капитале молодежи, которой NEET // Экономика труда. 6. (1). 2019. С 565-586.

¹⁴⁶ Варшавская Е.Я. Российская NEET-молодежь: необходимость изучения и некоторые черты // Всероссийская научно-практическая конференция «Статистика и вызовы современности» / Сборник материалов конференции «День работника статистики». Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). Москва. 2015. С.71-75.

¹⁴⁷ Буланова М. Б., Артамонова Е. А. NEET-молодежь: Европейский контекст и российские реалии // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2020. №1. С. 64-72.

¹⁴⁸ Шестакова Н.Н., Скворцова М.Б., Кузьмина Л.К. О человеческом капитале молодежи, которой NEET // Экономика труда. 6. (1). 2019. С 565-586.

общественно полезной работы, карьерного роста, нежелание прикладывать большое количество усилий.

Требуют более глубокого изучения трудовые ценности, связанные с интересной работой, заработком, карьерным ростом, гибкостью и стабильностью, балансом работы и жизни, полезной для общества работой, приложением большого количества усилий и получением удовольствия от работы т.к. возможности их соотношения в ценностной структуре молодых людей по результатам исследований остается открытым. У поколения Z отмечается индивидуализированность трудовых ценностей наряду со снижением значимости принесение пользы обществу, однако возможность влиять на других является одним из приоритетов. Соотношение ценностей интересной работы и хорошего заработка разрешается текущим материальным положением у студентов, тогда как у работников, уже получивших образование, или тех, кто не начинал его получение, вопрос такого соотношения остается открытым. Стремление заработать независимо от дальнейших рисков является важным наряду со стабильностью и благополучием в будущем. Нежелание прикладывать большое количество усилий для достижения рабочих целей отмечается так же, как и наличие такого желания в случае интересной работы, приносящей удовольствие работнику. Эти и другие разногласия в результатах исследований трудовых ценностей поколения Z объясняются выявляемыми типами представителей молодого поколения (например, «модернисты» и «традиционалисты»), для которых характерен разный набор значимых характеристик, связанных с работой. Характеристики опрашиваемых, среди которых представлены работники с опытом работы нескольких лет, молодые люди, не имеющие такого опыта или не желающие его приобретать, лица, получившие профессиональное образование и не получившие его, также влияют на распределение результатов. Что же касается несовпадения трудовых ценностей с демонстрируемым поведением молодых людей на рынке труда и занятости, то его причиной может выступать частое упоминание в информационном пространстве определенного набора трудовых ценностей, что

искажает представления респондентов о желаемой работе и способах ее получения и выполнения.

Выводы по Главе 1.

В первом параграфе данной главы было рассмотрено, что подразумевается под трудовыми ценностями, какие их типы выделяют исследователи, на основе чего была определена их классификация: трудовые ценности, относящиеся к организации трудового процесса, характеристикам работников, характеристикам организации (компании), содержанию трудовой деятельности, категориям оценки деятельности работником, целям и результатам работы. При этом трудовые ценности связаны с той трудовой деятельностью, которая относится к занятости, или работе, т.е. производству товаров или услуг за плату или прибыль для удовлетворения общественных интересов.

Что касается самой трудовой деятельности в современном обществе, то она подвержена изменениям, что дает основание для смены трудовых ценностей. Кроме того, возрастают требования к работникам, которые предъявляют не столько работодатели, сколько условия функционирования на рынке, главным из которых является наличие способности к непрерывному самообучению и развитию своего потенциала. Считается, что более интересным и значимым для работников является квалифицированный труд, в котором есть возможность раскрытия индивидуальности работника, тогда как низкоквалифицированный такой возможности не предоставляет.

Также были рассмотрены характеристики поколения Z, среди которых главными отмечают активное использование смартфонов, индивидуализация, а также открытость новому опыту. Из компонентов определения поколения (возраст, сходный опыт, идентификация себя как представителя поколения) при изучении особенностей поколения Z как правило используют только возраст. В данной работе при проведении эмпирического исследования предполагается учесть компонент идентификации с поколением, но главным фактором

наполнения выборки также остается возраст с учетом исследовательской практики (с 2000 года рождения).

При анализе эмпирических исследований поколения Z можно сделать вывод, что многие трудовые ценности являются для них важными, а наибольшее значение имеют заработок и интересная работа. Больше стремление к разнообразию и творчеству в работе наряду со снижением ценностей общественно полезной работы, карьерного роста, приложения большого количества усилий отличает молодых людей от более старших.

ГЛАВА 2. Эмпирическое исследование представлений российского поколения Z о трудовых ценностях на примере работающих молодых людей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет

2.1. Проведение эмпирического исследования: сбор данных и методы анализа

Для определения и описания представлений российского поколения Z о трудовых ценностях было проведено эмпирическое исследование в апреле 2023 года. Программа исследования представлена в Приложении 1. В качестве исследуемой группы были выбраны работающие молодые люди в возрасте 18-23 лет, проживающие в Санкт-Петербурге. Для выявления представлений о трудовых ценностях проводилось полуструктурированное интервью, после которого респондентам также предлагалось проинтерпретировать трудовые ценности из подготовленного ранее списка.

Использование полуструктурированного интервью в качестве метода сбора данных позволяет респондентам развернуто отвечать на вопросы, а интервьюеру уточнять необходимую информацию в ходе разговора.

Для анализа полученных данных в виде транскриптов интервью использовался тематический анализ – метод анализа и группировки информации, полученной в ходе качественного исследования. Он осуществляется путем объединения обособленных суждений и цитат с помощью соответствующего кода, что способствует обнаружению значимых тем.

Тематический анализ может использоваться для анализа большинства типов качественных данных, в том числе собранных в ходе интервью, представленных в любом объеме. Тематический анализ отличается гибкостью в отношении вопросов исследования и дизайна исследования. Он может использоваться для изучения вопросов о жизненном опыте участников,

перспективах, поведении и практиках, а также социального конструирования смысла в конкретных текстах и контекстах¹⁴⁹.

Кодирование является основным процессом разработки тем путем выявления элементов, представляющих аналитический интерес, в данных и их маркировки меткой кодирования. Полученные коды собираются в смысловые кластеры, объединенные некой общей категорией, из кодов формируется что-то вроде «повествовательной линии» (темы). Выделенные темы подобны структуре рассказа об исследовательском предмете. Тематическому анализу как и качественным методам вообще характерна итеративность процесса – возвращение к исходному тексту, его пересмотр и перекодировка.

Рекомендуется проводить тематическое кодирование для всех случаев отдельно, кратко представлять темы каждого из случаев, затем переформулировать их так, чтобы в итоге получилось несколько наиболее важных тем, по которым можно проводить сравнения между группами респондентов¹⁵⁰.

До проведения интервью респондентам сообщалось, что общение будет вестись на тему работы и будут обсуждаться те характеристики, которые являются важными для интервьюируемого.

При наполнении выборки были задействованы несколько каналов поиска респондентов: обращение к знакомым, получение контактов знакомых от самих респондентов, прямой поиск работников на их местах работы и поиск работников с помощью социальной сети ВКонтакте. Касательно поиска во ВКонтакте были использованы такие фильтры как возраст (18-23 года), город (Санкт-Петербург), работа (указывались разные варианты, в том числе названия компаний, тип организации, например, школа, и т.д.).

¹⁴⁹ Бусыгина, Н. П. Качественные и количественные методы исследований в психологии : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Бусыгина. М. : Издательство Юрайт, 2017. 423 с.

¹⁵⁰ Бусыгина, Н. П. Качественные и количественные методы исследований в психологии : учебник для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Бусыгина. М. : Издательство Юрайт, 2017. 423 с.

В ходе сбора данных было проведено 2 личных интервью и 8 интервью в формате телефонного разговора. Как и метод личного интервью, формат телефонного разговора дает возможность личного общения с респондентами. Использование телефонного интервью предполагает учет некоторых методических особенностей. К ним относятся особенности коммуникативного процесса, связанные с опосредованной формой общения интервьюера и респондента – вступительная часть интервью, простые формулировки вопросов, контроль четкости речи говорящих. К преимуществам такой формы проведения относится отсутствие дискомфорта, вызванного общением в незнакомой обстановке с незнакомым человеком, что позволяет интервьюируемому лучше концентрироваться на содержании вопросов.

Формат телефонного интервью для большинства респондентов был использован из-за нескольких причин.

Во-первых, такой формат был удобнее самим интервьюируемым.

Во-вторых, отсутствие у некоторых респондентов возможности согласовать точное время, из-за чего время начала определялось возможностями интервьюируемых и не предполагало возможности проведения личного интервью.

В-третьих, проведение нескольких телефонных интервью вместо личной беседы так же было обусловлено поздним свободным временем респондентов (время начала интервью в диапазоне от 22:30 до 00:30).

В выборку вошли 10 респондентов в возрасте 18-23 лет, проживающие в Санкт-Петербурге, из которых 5 мужчин и 5 женщин. Проживают в Санкт-Петербурге с детства 8 человек, 2 человека приехали из других городов. 4 человека имеют высшее образование, 5 получают среднее профессиональное образование, у одного человека отсутствует профессиональное образование. 9 человек работают оффлайн, посещая место работы (из них 2 человека ранее работали удаленно, 1 – в гибридном формате), 1 человек работает ютуб-блогером (ранее был опыт работы в офисе оффлайн). Опыт работы в других организациях до трудоустройства на текущее место работы имели 8 респондентов из 10. Одна

респондентка совмещает в настоящее время 2 места работы. Формальные характеристики для каждого респондента приведены в Приложении 3.

2.2. Основные результаты анализа представлений о трудовых ценностях работающих жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет

Анализ полученных в ходе интервью данных проводился в соответствии с поставленными перед исследованием задачами. Начнем представление результатов с описания представлений проинтервьюированных молодых людей о трудовых ценностях их сверстников.

Анализ представлений респондентов о трудовых ценностях сверстников и поколения Z позволяет выделить как минимум 3 образа поколения Z, наделенных своим набором признаков, где трудовые ценности не всегда упоминаются. Связано такое распределение с тем, ассоциируют ли сами молодые люди себя с поколением Z. Поэтому рассмотрим, какой образ данного поколения сформировался у респондентов.

Согласно первому образу поколения Z, его представителей считают требовательными к условиям жизни за пределами работы. «Зеты» в такой трактовке хотят, чтобы работа позволяла выделять большое количество времени на любимые занятия (*«свободное от работы время да, конечно, это и для меня, и для ребят моего возраста, лучше работать в свободное от отдыха время [смеется]»*), и чем больше свободного времени дает работа, тем лучше (*«важно находить баланс между работой и личной жизнью. То есть как бы даже скорее важнее, чтобы на личную жизнь оставалось как можно больше времени. Ну а дальше там уже каждый распределяет это время так как он хочет – на путешествие, на какие-то свои хобби и так далее»*). При этом заработок не должен уменьшаться, а потому переход на четырехдневную рабочую неделю рассматривается как предпочтительный вариант.

Другой ценностью является поддержка окружения, так как молодым людям важно именно чувствовать поддержку, общение с другими людьми делает их времяпровождение наполненным позитивными эмоциями (*«когда тебя*

окружают позитивные люди, неважно твои коллеги или посетители, они не ругают, не кричат если косячишь, а подбадривают как-то, то идет такая отдача, что даже если что-то не получалось, вдруг появляется интерес, и ты радостно идешь и делаешь, и все уже хорошо. Мне кажется мои сверстники они как раз такие же в этом плане»). Идеальнотипическим представителем поколения Z в данном случае рассматриваются блогеры, которые находят время на любимые занятия, а демонстрация этого публично позволяет получить отклик и поддержку от подписчиков, выражающих заинтересованность таким образом жизни и поощряющим его: *«всё равно все на них [блогеров] ориентируются, потому что все так или иначе хотят прикоснуться к этой жизни, чтобы было какое-то постоянное движение, и чтобы было какое-то сообщество, и чтобы было больше времени на свои увлечения, на путешествия, на то, что делает жизнь ярче».*

Приведенные высказывания были отмечены у людей, которые относят себя к поколению Z, а потому по их мнению сверстники и они сами относятся к одному поколению.

Сходной точки зрения в оценке трудовых ценностей сверстников придерживается и одна респондентка, которая ничего не слышала о поколении Z – *«все хотят творческую работу где не надо много усилий прилагать и не надо бегать, что-то грузить, таскать что-то тяжелое. все хотят что-то полегче работу. или блогерами хотят быть».*

Согласно второму образу поколения Z – его представители считаются требовательными к условиям работы.

По мнению респондентов представители поколения Z предъявляют завышенные требования к условиям труда, но сами не всегда готовы им соответствовать. Относится это к желанию работать на ответственной должности, на которую не достает уровня самоорганизации, или, например, соотношения требуемого размера зарплаты и прикладываемых усилий *«если человек хочет получать довольно-таки много, автомобильный бизнес [респондентка работает рекрутером в компании из автомобильного бизнеса]*

может себе позволить платить много, но нужно заработать. То есть поколение Z, как мы с коллегами шутим сейчас, не готово к этому [смеется] <...> история вот именно денег и комфорта одновременно эта тенденция прям прослеживается сейчас». Отмечается желание работать удаленно, но если работа в офисе, то в нем должно быть комфортно, а компания должна уделять большое внимание средствам нематериальной мотивации – «дополнительные там плюшки печенки кофемашины футбол и т.д. различные бенифиты, например, там ДМС. Ну ДМС для Z мне кажется, не так важно, но скидки какие-нибудь или сертификаты».

Одно из объяснений респонденты видят в особенностях воспитания представителей поколения Z в детском возрасте: *«сейчас довольно-таки просто очень просто получить что-либо, например, ребёнку, но естественно он вырастает и ему кажется, что и на работе ему должны платить много».*

При этом респонденты считают, что «зеты» готовы менять свое место обучения или работы, пробовать новое и они не переживают из-за возможных неудач (*«очень многие сейчас такие, мне там восемнадцать, семнадцать лет, я, ну, если поступлю, то поступлю, не поступил и ладно, главное – найти себя, то, чем тебе интересно заниматься»*). Готовность пробовать приводит к разнообразию опыта, позволяет им находить нестандартные решения: *«тут потыкал-потыкал – нет, а потом получилось, и так каждый раз в общем разбираются в чем дело, а не ждут готового ответа и так приходят к каким-то новым способам нестандартным»*. В работе отличаются инициативностью и энергичностью, но не всегда различают, где это уместно (*«есть работа, где ты можешь проявить свою какую-то инициативу, а есть работа, где, ну, как бы, тебе сказали, ты делаешь и, ну, как это сказать, какая-то наглость может быть неприемлема, во многом»*).

Данный образ поколения Z сформировался у людей, которые скорее относят себя к пограничному поколению, т.е. у них есть набор частично осознаваемых особенностей поколения Z, но не все свойства могут увидеть в себе (*«если говорить про нас и в целом там поколение Z и включая меня – я не*

знаю кто я [смеется]»). Сверстники таких респондентов, согласно их мнению, могут перерабатывать, задерживаясь после работы чтобы «не бросить дело», другие ищут работу с графиком, позволяющим совмещать работу и учебу. Такая готовность прикладывать усилия в работе и учитывать требования и возможности работодателей отличает их от более «типичных» на их взгляд представителей поколения Z.

Согласно третьему образу поколения Z, его представители воспринимаются респондентами как «другой», и наделяются набором признаков негативного характера.

Их характеризуют как имеющих вредные привычки (*«слышал, что они там под губу себе кладут как-то стюнс по-моему это называется <...> какие-то вейпы. я говорю просто мне такое не интересно»*), придерживающихся нетрадиционной сексуальной ориентации, готовыми на аморальные поступки для получения денег (*«есть такие, ну как например Алиса из фильма «Алиса не может ждать», если смотрели, где девочка продала свое тело»*), участников политических митингов (*«по парадам шляются докладки собирать»*), имеющих ярко выраженное желание публичности, и выделяющихся визуальными образами – крашенные волосы, татуировки.

К этому же подходу рассмотрения поколения Z можно отнести такие признаки, как клиповое мышление и постоянное использование смартфонов (*«запомнят какой-нибудь отрывок информации, и тут же его сразу забудут, целостная картина у них в голове не остается <...> постоянно с мобилами сидят»*), то есть те характеристики, которые носят скорее негативную оценку.

Что касается трудовых ценностей, то отмечается отсутствие четких целей (*«у них нет желания что-то делать в этой жизни»*) и нежелание трудиться на пользу другим людям (*«они относятся к жизни более свободолобиво, а для меня имеет ценность труд тот же самый, который я назвал на пользу обществу»*), ориентир только на собственную выгоду.

Респонденты, имеющие такую точку зрения, разделяют молодых людей на ближайшее окружение и тех, кто в него не входит. Поколение Z таким образом

представляется им как «другой», который не похож на самого респондента, а люди из ближайшего окружения имеют другой набор характеристик («в большинстве своем меня окружают люди, которые ничего не хотят делать это если речь идёт про тех, с кем я учусь. В моем окружении люди все работают, как-то двигаются там по дороге по трассе»). Люди из ближайшего окружения похожи на самих высказывающихся таким образом респондентов в зависимости от тех трудовых ценностей, которые у каждого из них сформированы – они находят время на себя, близких людей, «свою душу» в одном случае, не останавливаются на достигнутом и ищут возможности для заработка и достижения своих целей в другом, погружены в рабочий процесс и не занимаются посторонними делами в рабочее время в третьем. При этом респонденты из данной группы включены в сообщества, отличающиеся особой культурой – в данной выборке это представитель спортивной организации, участник творческих (поэтических и музыкальных) кружков и работник «советской конторки», по его собственной оценке.

При этом один из респондентов высказывается о желании узнать молодое поколение лучше (себя по убеждениям считает «стариком из 80-х», хотя возраст - 21 год), а также признает, что в любом случае будущее за этими молодыми людьми. Возможно потому все же находится хотя бы один общий признак с поколением Z – включенность в цифровые практики («вовлеченность в компьютерные игры в виртуальное пространство оно для всех для нас типично, но это, наверное, единственный пример»).

Отметим так же возрастные особенности такого распределения представлений о трудовых ценностях представителей поколения Z. В первой и третьей группе представлены респонденты от 18 до 23 лет, во вторую вошли только 23-летние. Представители второй группы полагают, что поколение Z – это скорее люди в возрасте 18 лет.

Так же было высказано мнение, что люди разные, разные условия социализации, а потому возраст не имеет большого значения для определения характеристик людей: «[зависит] скорее от человека, а не от возраста, и от

того, все-таки, какая область, где ты там работаешь и сложился ли уже какой-то коллектив».

Перейдем к рассмотрению выявленных в результате анализа общих представлений о трудовых ценностях респондентов.

Из трех компонентов трудовых ценностей – значимости работы (что работник получает от ее выполнения), характеристик желательной работы и затрачиваемых ресурсов (трудозатраты, которые работник готов вкладывать в процессе работы), основные сходства наблюдаются по первому компоненту. Рассмотрим, какие трудовые ценности являются сходными для всех респондентов.

Во-первых, это само наличие работы, важен статус работающего человека. Респондентам предлагалось ответить на вопрос, смогли бы они не работать вообще, на который все ответили отрицательно. Два основных обоснования, почему все равно молодые люди пошли бы устраиваться на работу – это возможность зарабатывать и занять свое время чтобы не было скучно.

Согласно представлениям молодых людей, «зарабатывание» на работе способствует самоуважению, позволяет ощущать себя независимым, самостоятельным человеком, а также является средством для достижения личных целей, что особенно заметно у респондента, у которого доминирующей темой является взросление, решение взрослых проблем самостоятельно («*это опять же привилегия работать, надо заработать как можно больше денег и для себя и окружения в целом*»). Причем важность самостоятельного заработка отмечена также теми респондентами, кто имеет дополнительные источники дохода и может не работать.

Не работать для молодых людей из данной выборки скучно, поэтому они в любом случае нашли бы себе занятие («*был такой период, два или три месяца, когда я соответственно, не учился и не работал, конечно, было здорово, но очень скучно*»). Важно, чтобы деятельность организовывала работника, наполняла его время, что сложно сделать, если человек переходит только на увлечения («*возможно, если там брать путешествия, я бы путешествовала. Но тоже*

это же, ну не знаю, я бы просто не сказала, что прям путешественник. Да, эта потребность возникает, но не так часто»). Респонденты, которые в текущий момент времени по их словам сильно устают на работе, рассматривают вариант вообще не работать, но только в будущем. Наличие какого-либо занятия также связывается с ценностью развития, так как при отсутствии систематической деятельности и невозможности организовать ее самостоятельно, по мнению респондентов происходит деградация личности.

Во-вторых, это включение в сообщество. Работа в организации, среди людей дает возможность общаться, обсуждать опыт выполнения рабочих задач. Один из респондентов, у которого есть своя спортивная школа, т.е. свое дело, приносящее ему доход, при этом не перестал работать тренером в другой организации из-за возможности общаться с детьми (*«да, коммуникация, больше всего вопрос коммуникации»*). Причина, по которой не все молодые люди готовы работать самостоятельно вне организации – это как раз отсутствие общения с людьми. Частично заменить такое общение может общение с людьми во время путешествий, или наличие супруга, если работать предполагается в домашней мастерской (*«если я выйду замуж и мне будет комфортно как бы находиться дома там, как бы с человеком, за которого я выйду замуж, то я, может быть, буду самозанятой, буду работать в своё удовольствие»*). Респондентка, которая работает ютуб-блогером дома, замужем, имеет друзей, с которыми может общаться на разные темы при этом ощущает недостаток коммуникации с людьми, которые понимают специфику ее творческой деятельности (*«я понимаю, что я им показала свою новую работу, они сказали, да, классно, красиво, но я не могу им рассказать, как там я, какой материал я использовала, как у меня рука, там, устала, ведь я неправильно держала этот крючок для вязания»*). Когда речь идет о коллективе, то важным является не общение с конкретными людьми из конкретной организации, а сам факт общения с людьми. Каким является коллектив, руководитель определяется уже во время работы, и если он не подошел работнику, то уже после трудоустройства принимается решение уйти с работы (*«мне предложили стать сборщиком на определенном*

складе, склад 300-350 заказов т.е. вообще просто абсолютный лайт, казалось бы, но мы не поладили с директором, в итоге я перевелся на склад, который дальше от моего дома, но там хороший коллектив и соответственно мне в этом коллективе приятно работать»).

В-третьих, важно осознавать востребованность для других людей, ощущая при этом свою значимость («я понимаю, что я обеспечиваю какие-то процессы компании, что от меня всё равно, ну зависит результат её работы»). Если работа напрямую не предполагает выполнение полезных задач (полезных в том смысле, что без них нельзя обойтись), то полезность дает доход от работы («мне важно иметь какие-то деньги, хоть у нас и общая копилка, все равно мне нужно в эту копилку свои деньги класть, чтобы я знала, что я приношу финансовую пользу в семью, в том числе»).

Таким образом, общими для респондентов являются базовые компоненты работы, такие как самостоятельное зарабатывание, организация времени, возможность развития, включение в сообщество, которые и представляют трудовые ценности для респондентов, и делают саму работу значимой.

Перейдем к рассмотрению того, как молодые люди в выборке данного исследования интерпретируют предложенные им трудовые ценности, и какие при этом можно обозначить различия.

1. Хорошая заработная плата.

Данный пункт является важным для всех респондентов, т.к. работа предполагает денежное вознаграждения, при этом отличаются требования к уровню заработной платы.

В большинстве случаев интервьюируемые озвучивали главным требованием размер зарплаты, на который они ориентируются. Часть людей называла суммы около 40 000 рублей в месяц, другой точкой является сумма около 70 тысяч – такие варианты были озвучены как приемлемые с учетом текущих возможностей и потребностей. Что касается наиболее желательного варианта, на который респонденты планируют выходить в будущем, то нижняя

граница начинается с 100 000 в месяц, а максимальный доход составляет 1 000 000 рублей (без учета инфляции в будущем).

Для респондентов хорошая заработная плата выплачивается стабильно. Стабильно в одном случае означает, что она будет выплачена, и работник может заниматься своими задачами, не обращая внимание на свой доход от конкретной этой работы, в другом – что она будет выплачиваться с определенной периодичностью, например, раз в месяц.

Хорошая заработная плата должна соответствовать усилиям и времени, затраченным на ее получение. Усилие в данном случае – это превышение физических возможностей работников, например, сидеть за компьютером без движения для работников подвижных требует значительных усилий. При этом происходит сравнение своего уровня дохода со сверстниками и с работниками со схожим функционалом. Для одного из респондентов было важно, чтобы работа позволяла заработать деньги, позволяющие не просить займы у знакомых на мелкие повседневные потребности, т.к. такая ситуация рассматривается унижительной (по словам респондента, его мама является потомственной дворянкой).

Потребности у всех разные, но в целом, требование, которому должна соответствовать заработная плата – это охват хотя бы по минимуму всех сфер жизни человека – и базовые потребности в еде, одежде, жилище, и такие, как посещение культурных мероприятий или путешествия (*«это как колесо – если одной детали нет, колесо не поедет, ну тут все тоже самое»*). Возможность отложить и накопить крупную сумму является преимуществом.

Часть респондентов, для которых в целом по жизни высокий уровень дохода является значимым, чаще употребляют слово деньги или доход, а не заработная плата (например, *«мне в принципе где больше денег там и кручусь, потому что деньги нужны»*). В таком случае молодые люди готовы рассматривать разные источники дохода, не ограничиваясь одним единственным местом работы, например, разовые выходы водителем на такси, азартные игры или совмещение работ.

Один из респондентов, который в будущем планирует стать руководителем, в качестве хорошей зарплаты видит ту, которая справедливо распределена между работниками одного коллектива.

2. Удобный график работы.

График работы не настолько важный показатель как заработная плата, а потому респонденты чаще ориентируются на график, сложившийся для работников определенной сферы. Рассмотрим некоторые особенности в представлениях об удобном графике работы.

Если график является важным, то к нему предъявляют следующие варианты требований:

1) позволяет влиять на уровень заработка – выбирать те дни/часы, когда можно заработать больше (*«когда выходные <...> я беру полные дни по 16 часов рабочей смены потому что за эти дни приходит много денег и за эти дни я стабильно делаю по 5 тысяч за смену»*).

2) должен позволять совмещать работу с учебой.

3) оставлять больше свободного времени на занятия за пределами работы (*«я бы хотела попробовать работать в сменном графике. Вот у нас, например, есть компании 3-3, 2-2-3, и ну по моим ощущениям так выделяется больше свободного времени на себя и на свои хобби»*).

4) рабочий день должен длиться столько времени, чтобы работник не сильно уставал.

5) соответствует обычным условиям для работников определенной сферы (*«я готова работать как все вот и пятидневка для меня ок например»*).

6) есть возможность несколько дней в неделю работать удаленно.

Возможность выбора времени работы дает ощущение свободы по сравнению с работающими по фиксированному графику. Тем не менее, предпочтение гибкого графика определяется и нежеланием иметь обязанность быть на работе постоянно в одно и то же время. В таком случае возможность регулировать время начала рабочего дня является дополнительным преимуществом.

Требования к графику работы предъявляются в случае, если данная работа по своему содержанию не в полной мере устраивает человека. Например, поэт, ориентированный на творческие виды деятельности, но работающий флаеровщиком, указывает требования к графику только для работы флаеровщиком: *«с культурной работой там с театральной или куда я еще в будущем попаду помимо музыкальной деятельности я готов тратиться как театралы ночью репетировать утром не спать и все такое, но когда это касается какой-то бытовой условно работое деятельности чисто для денежного накопления, то понятно здесь важен свободный график чтобы не уставать»*.

3. Карьерный рост.

Карьерный рост понимается респондентами как переход от одного состояния работника к другому. Можно выделить несколько типов его понимания.

1) Карьерный рост в организации.

Карьерный рост рассматривается как повышение в должности, когда работник переходит на должность, стоящую выше по иерархии. При этом важным является не столько факт перехода сотрудника на другую должность, сколько наличие такой возможности в компании. Наличие «инструкции», «понятного механизма продвижения» рассматривается одним из показателей существования возможности карьерного роста в компании (*«хотелось бы видеть в компании продуманную систему карьерного роста чтобы можно было понять, что ты должен делать, как должен двигаться, чтобы продвигаться <...> чтобы [компания] хотя бы основные моменты обрисовала и чтобы это было прозрачно, чтобы человек, соответственно своими усилиями мог этого достичь, а не там быть другом генерального и при этом не обладать необходимыми качествами. соответственно если он обладает такими качествами то пускай конечно»*).

Карьерный рост рассматривается и как любое улучшение условий труда. Таким улучшением может выступать расширение функционала, изменение

обязанностей (*«можно изменить свой функционал и кайфовать наслаждаться новым функционалом»*), замена средств труда на более комфортные (отдельный кабинет, свой компьютер, а не общий).

При этом увеличение нагрузки при усложнении задач посредством расширения функционала или повышения в должности должно сопровождаться повышением заработка. С одной стороны, повышение зарплаты является показателем того, что в компании ценят работу сотрудника, а с другой, сотрудники стремятся повысить должность как раз для повышения своего дохода.

2) Карьерный рост как путь самосовершенствования.

В таком понимании работа в разных организациях рассматривается как одно из средств достижения конечной цели – найти свою идеальную работу или деятельность, которая лучше всего будет получаться и приносить удовольствие ее исполнителю. Например, респондент, который работает ночным портье и собирается стать директором отеля, но свою самореализацию видит в работе учителем химии, так обозначает итог своего карьерного роста: *«стать учителем года Российской Федерации»*. Респондент, который работает флористом, являясь при этом поэтом и участником творческих мероприятий, видит свой карьерный рост в признании таланта как населением (*«важен момент публичности т.е. как человек-художник, то вижу [карьерный рост] в заинтересованности своей персоны на публике»*), так и уже признанными в его сфере авторитетами. Знакомство с более авторитетными и влиятельными лицами, общение с ними является показателем карьерного роста.

При этом оценка некоторыми респондентами своего текущего карьерного роста носит ретроспективный характер – они оценивают к чему они пришли на данный момент, соответственно прошел у них карьерный рост или нет. Те же респонденты, кто ориентирован на достижение целей в будущем и принимают конкретные шаги для их достижения, не сразу называют это карьерным ростом.

4. Развитие способностей.

Можно обозначить два основных понимания развития способностей, которые параллельно присутствуют у респондентов. В одном случае важна постоянная смена деятельности, в другом совершенствование в одном направлении.

1) Развиваться – значит становиться лучше как личность. При характеристике развития способностей часть респондентов отходили от слова способности, говоря только о развитии. При этом в разных вариациях повторялось высказывание *«если ты не развиваешься – значит деградируешь»*. Варианты того, как должно происходить развитие для респондентов, в целом являются сходными – пробовать новое, знакомиться с новыми людьми, «читать книжки», посещать различные обучающие семинары, находить силы и время на хобби, путешествовать в незнакомые места – все это развивает человека как личность, а потому является важным. Один из респондентов видит в этом общую тенденцию современного общества, относящуюся и к нему тоже (*«если человек не утверждается в век индивидуализма и рынка, он по сути не существует ни для кого, в том числе и для себя, ну то есть он не ценит себя»*).

2) Развитие способностей – совершенствование имеющихся навыков. В данном случае речь идет скорее о профессиональных навыках, и в первую очередь тех, которые пригодятся на работе, рассматриваемой как наиболее желательная для респондента. Здесь указываются немного другие способы развития – корпоративное обучение, обогащение опыта, анализ ошибок, общение с профессионалами, чтение профессиональной литературы. Правильный выбор места работы и качественное выполнение функционала так же способствует развитию способностей и препятствует деградации.

Высшей формой развития способностей обозначается наставничество – возможность научить других тому, что уже очень хорошо знаешь.

5. Принесение пользы другим.

Респонденты обозначают варианты принесения пользы как посредством выполнения своей работы, так и деятельностью вне работы.

Согласно первому представлению о принесении пользы другим, речь о каких-либо действиях, которые приносят видимый или осознаваемый результат конкретным людям. Либо это выполнение жизненно важных задач, либо принесение людям радости от того, чем занимаешься (*«Я люблю, когда человек, ну может взять в руки результат работы, и я вижу его эмоции. Вот и мне становится очень приятно. Меня хочется продолжать это делать»*). Выполнение посредством работы жизненно важных задач может включать в себя производство продуктов питания, выполнение слесарных работ, строительство жилых объектов, помощь уязвимым категориям населения (лицам с ограниченными возможностями, пожилым людям), воздействие на молодых людей в воспитательных целях (*«формирование правильных ценностей у нашей молодежи»*). Такая работа может давать ее исполнителям *«чувство сопричастности»*, *«счастье и внутреннее удовлетворение от того, что помогла»*, *«ощущение правильно проведенного времени»*.

Второе представление о принесении пользы другим обозначается как «не навреди» - например, не участвовать в производстве табачных или алкогольных изделий, не обманывать покупателей, не нарушать закон, не совершать аморальных поступков. В таком случае респондентам важно если и приносить пользу, то не в ущерб себе (*«я бы, как сказать, не приносила бы себя в жертву чтобы приносить пользу людям»*). При этом работники, которые включены в продажу алкогольных изделий, как заведующая точкой алкомаркета, или сборщик заказов, который собирается стать шоуменом, позиционирующим образ жизни, не совпадающий с их ценностями, оставляют выбор за потребителями таких услуг (*«это же их выбор, а это моя работа»*).

Не все респонденты отмечают, что их работа является полезной для других, а потому стараются компенсировать другими способами, например, стараются быть полезными своим коллегам (*«ну она [работа] так скажем, вообще ни на кого не влияет. Она влияет, максимум на сотрудников моей компании. Вот ну поэтому я стараюсь доброжелательной быть и как-то, ну, помогать сотрудникам внутри компании своей»*) или делают что-либо полезное

за пределами, выполняя какие-либо действия для своей семьи (*«да там посуду помыть, не знаю, приготовить что-нибудь в семье тоже польза»*). Зарабатывание средств посредством работы так же рассматривается как принесение пользы (*«просто когда я перевожу деньги своим, помогаю родным короче»*).

6. Коллектив и руководитель.

Один из желательных образов коллектива – это дружный, сплоченный, т.е. члены которого общаются между собой, поддерживают друг друга в случае сложной ситуации, а более опытные сотрудники подсказывают, как правильно и лучше выполнить то или иное задание. В целом такой коллектив должен помогать работнику в случае возникновения трудностей (*«никто никого не бросит и не скажет, что типа, вот разбирайся с этим сам, а это не моё дело»*), иногда учит работника, указывая на его ошибки (*«который подмечает друг за другом ошибки, помогает, подсказывает, если что-то коллеги что-то делают неправильно, а другой более опытный может помочь с этим разобраться, решить его проблему либо поддержать»*), его участники не перекладывают друг на друга свои обязанности.

Сходный образ – это коллектив позитивный, веселый, активно включенный в рабочие задачи, участники которого энергичны, инициативны, у них общие интересы, иногда они готовы задержаться на работе (*«заряженными на результат, позитивными не унывающие, потому что уныние грех, вот. не знаю, я люблю таких заряженных активных людей, которые сами иногда берут инициативу, которые готовы там встречаться общаться после работы. Вот Ну конечно, не каждый день все-таки нужно отдыхать от коллег [смеётся]. Ходить в какие-то вылазки тоже классно»*). В данном случае не принято высказывать претензии в коллегам, а помогать в очень деликатной форме (*«ну допустим, когда я устроился, я очень много косячил, скажем так, и не всегда показывал ну т.е. на меня никто не кричал, ни руководство, ни коллеги, наоборот, мне все пытались объяснить вот, что тут надо было сделать. как правильно да, рассказать подробнее. ну, когда как бы не давили на меня что вот*

ты тупой нет мне всегда все объясняли показывали»). При этом одна респондентка с такой точкой зрения говорит об ответственности перед коллегами (*«если мы берём какую-то задачу, значит, мы должны её сделать чтобы не подставлять коллектив в том числе»*), а другому респонденту скорее важно быть «на одной волне» (*«очень хорошие ребята, ну во-первых, все студенты моего примерно возраст ну там на 3 года, максимум старше вот т.е. у нас в принципе схожие интересы»*).

Есть отличия в том, насколько работа предполагает взаимозависимость от коллег или не предполагает (*«если вы постоянно общаетесь, там, не знаю, постоянно у вас эти там, десять раз в день совещания какие-то или вы, там, в команде именно работаете, вот тогда, конечно, важно. Если каждый сидит за своим рабочим местом, то было бы здорово, но ничего страшного, если просто нормальные отношения»*). В случае выполнения своих обязанностей без частых контактов с коллегами важно *«отсутствие всяких интриг»*, сплетней, чтобы вокруг находились «адекватные» люди, как базовое условие работы, дружеские отношения замещается при этом общением с другими людьми за пределами работы – членами семьи и друзьями. Когда выполнение рабочих задач предполагает активное взаимодействие с коллегами, более важными становятся их профессиональные особенности, что важно как для качественной работы отдела или компании в целом, так и для возможности проявлять инициативу самому работнику (*«если у тебя коллектив состоит из хреновых работников, ну буду вещи своими именами называть, ничего хорошего не выйдет, ты на этой работе будешь страдать, тебе на этой работе будет тяжело и будет не просто <...> ты не будешь себя проявлять как надо»*).

Для тех респондентов, у кого есть подчиненные, в первую очередь важно, чтобы люди, с которыми они работают, обладали коммуникативной компетентностью – т.е. понимали суть работы, что им нужно сделать с первого раза и не требовали дополнительных объяснений (*«чтобы люди не задавали глупых вопросов, чтобы люди не тупили, вот это важно, чтобы серое вещество*

работало») и дисциплинированно выполняли поручения («никто не прогуливает, никто не косячит, слушаются руководство»).

Что касается руководителя, то здесь складывается в целом патерналистский образ авторитетного руководителя, которого уважают как подчиненные, так и вышестоящие руководители, который заботится о своих подчиненных (*«для меня руководитель... это всё равно какой-то, наверное, защитник. то есть более более старший опытный и мудрый человек, который имеет какое-то влияние среди вот других руководителей, и поэтому может отстаивать наши интересы, чтобы мы не чувствовали себя какими-то брошенными ненужными и недооцененными»*), понимает их потребности (*«допустим стало плохо на работе отпустили домой либо какое-то срочное дело случилось там мать в больницу забрали или еще что-то директор соответственно решает эту проблему либо нужно срочно выходной ты договариваешься и меняешься с кем-нибудь конечно же через директора»*). Он также является компетентным в своей сфере и может направлять сотрудников (*«должен <...> корректировать в конкретных моментах, но и чтобы не мешать деятельности»*).

Отличия в представлениях о руководителе состоят в том, что одна часть респондентов положительно относится к проявлению жесткости руководителя, где маркером жесткости респонденты обычно называют крик на подчиненных (*«не вижу в этом ничего такого, если руководитель орет на подчиненных какого ч**** перепутали, какого ч**** не сделали заказ, или если руководитель делает правильные вещи не знаю штрафные санкции курьеру, снимает со смены например, это нормально»*), а другая считает крик вообще неприемлемым для себя, и ждет только позитивные эмоции (*«Отношение руководства к персоналу, чтобы оно не было такое, наверное надменное вот такое вот, чтобы были тоже на одной волне чтобы не кричали, не давили когда делаешь что-то не так, как-то без негатива чтобы, от этого прям опускаются руки»*).

Если формальный руководитель не соответствует описанному выше образу, то один из респондентов определяет категорию «управляющего»,

который не рассматривается руководителем (*«управляющий – да, у меня же неформальная работа, поэтому назвать полноценно руководителем невозможно. он не дисциплинирует он лишь дает какие-то задачи, а ты можешь их выполнять или не выполнять. это может пресекаться конечно, но по его усмотрению»*).

7. Удовлетворенность клиентов.

Данная ценность была предложена в первую очередь для того, чтобы учесть предпочтения работников, занятых частной практикой. Оказалось, что данная трудовая ценность важна и некоторым работающим по найму респондентам, которые работают напрямую с получателями услуг или товаров (тренируют детей, доставляют товары, помогают заселяться в отеле и пр.), стараются учитывать их потребности. В одном случае желательнее предотвратить негативные последствия, которые могут сказаться на репутации работника или компании (*«Удовлетворенность моих клиентов – это моя репутация. Моя репутация мне важна. Если у людей, например, остался негативный отзыв о каких-то моих изделиях, то, конечно же, это для меня имеет значение, и я постараюсь эту ситуацию исправить»*), в другом – подарить получателям услуг положительные эмоции (*«У меня просто не так давно заказывали игрушки и когда их отдала, я получила такую большую эмоциональную отдачу. Вот меня это заряжает, потому что я вижу, что человеку приятно ему действительно нравится. И эта вещь у него дома находится, и она ему регулярно приносит положительные эмоции. Вот я думаю, что это вообще самое классное, что можно может быть от работы»*).

Для остальных работников важно выполнять свою работу в обычном формате, учет удовлетворенности клиентов происходит по желанию работника (*«просто статичная раздача листовок с личным желанием индивидуального проговаривания или нет, ну той информации, которая содержится в листовке»*).

8. Видимый результат.

В целом, говоря о значимости видеть результат работы, молодые люди отмечают как важно видеть его самим, так и чтобы он был замечен другими людьми.

В случае с видением результата работы другими людьми, имеет значение специфика деятельности, т.е. результат могут видеть и оценивать коллеги и руководитель (*«видимый результат его видит руководитель его видят все и т.д. <...> для меня это то, что люди и коллеги видят что я там сделала и это сделала я и это принесло результат какую ту пользу для коллектива для команды»*), читатели в случае поэтической деятельности (*«если читать стихи, если они действительно кружат голову, и тот мой офицер четвертый отчим по маме за пьянкой сказал, что они очень хороши, такие призывные»*).

Кроме того, важным может быть как сам результат – т.е. конечный итог деятельности (*«если бы я видела результат конкретный своей работы, потому что мне сложно его оценить. я наверное, люблю для себя ставить какие-то конкретные точки вот или цели, я хочу понимать, что я себе эту цель или точку поставила. и я до неё дошла, вот. в моей работе нет такой точки, потому что, ну изменения происходят постоянно, сотрудник всегда принимаются, всегда увольняются, этого никогда нет конца и это никогда не закончится»*), так и возможность его именно видеть и показывать другим (*«видимый результат – это то, что я потом буду людям показывать и буду об этом рассказывать. И мне важно, чтобы он был наглядный, чтобы он был красивый, ну такой, как я и хотела видеть. Это важно, потому что я буду это позиционировать, как свое творение»*).

В зависимости от деятельности видимый результат отличается – это победы учеников на спортивных соревнованиях, счастливые лица клиентов, репосты написанных поэтом стихотворений в соцсетях, изготовленный протез и т.д. Но есть и те результаты, которые не связаны с самой деятельностью – получение заработной платы, повышение в должности, поручение необычной задачи по проекту компании.

9. Обратная связь.

В целом, ответы респондентов по поводу обратной связи связаны с реакциями и ответами, выраженными в словесной форме. Важно как само получение реакции, так и форма, в которой это делается.

Согласно одному представлению об обратной связи, она выражается в форме формальных санкций – поощрений или взысканий в зависимости от результата работы (*«ну если положительная обратная связь, например, премию вы платят, или не знаю там, желательно конечно чтобы не было негативных моментов там замечаний <...> она [обратная связь] показывает, как ты справляешься не справляешься с работой, если нет, то могут уволить»*).

Неформальная обратная связь должна содержать конструктивный элемент – предложения как улучшить что-либо или исправить (*«важно ну чтобы не молчали если видят, кто если ошибается, то подсказали бы и больше уже не будешь там ошибаться»*), высказываться с точки зрения эмоций доброжелательно (*«если это критика, чтобы без негатива, потому что, если тебе говорят очень жестко, резко и негативно, это не могу сказать, что важно, это скорее неприятно и, как бы, от такой связи смысла не будет. А если человек действительно пытается помочь и довольно вежливо объясняет свою позицию, то, конечно, это важно»*). В случае публичной деятельности важна заинтересованность публики, увеличение признание со стороны целевой аудитории.

Кроме того, обратная связь предполагает возможность высказывать что-либо руководителям (*«должна быть возможность диалога с руководством, реакция на жалобы пожелания и предложения»*).

Те молодые люди, которые имеют подчиненных, также озвучивали поведение подчиненных в качестве обратной связи (*«да в принципе делают как им говоришь, ничего там не косячат и как-то так <...> ну работу свою в целом хорошо выполняют, достаточно и такой обратной связи»*).

10. Разнообразие.

Под разнообразием респонденты понимают переключение с выполнения одного действия на другое, отличаются только их масштабы.

Для одних респондентов важно менять функционал – то есть набор задач в определенной сфере (*«ну если брать HR, то у нас же несколько сфер – расчет заработной платы, кадровое делопроизводство и подбор персонала, там ещё за подбором адаптации и так далее. <...> Начинала с подбора, сейчас отчасти роль руководителя, есть свой отдел, адаптация, индакшен дэй и прочее»*).

Другим важно чтобы сама работа предполагала разнообразие – т.е. задачи были относительно типичные, но работа была бы с разными людьми, с разными материалами, с разными заказами и т.д. (*«я говорю про разнообразие, в плане – разные виды творчества, но при этом моя работа довольно однообразная, потому что я, в целом, всегда выполняю одни и те же действия, но, может быть, разные их виды»*).

Немного отдельно можно выделить разнообразие как постоянное обновление нестандартных задач, направленных каждый раз на решение новых проблем, что было озвучено одним из респондентов, но не реализуется в его текущей работе, оставаясь при этом предпочтительным вариантом.

Кроме того, респонденты связывают разнообразие с интересными задачами и развитием способностей, так как занятие одним и тем же со временем надоедает и приводит к деградации, а умеренная смена занятий обогащает опыт и позволяет узнавать новое.

11. Мобильность рабочих мест.

Данная ценность вызвала вопросы у респондентов, что под ней понимать, а потому интервьюером так же спрашивалось про возможность менять рабочие места и сферу деятельности. Наличие самой возможности менять работу, сферу деятельности, форму занятости является важным для всех молодых людей, работающих по найму, но не всем важно ею обязательно пользоваться. При этом им хотелось бы прийти к конкретному месту работы, наиболее для них подходящему. Для разных людей подходят разные виды работ, поэтому те, кто любят разнообразные задачи, выбирают компании и соответствующие должности, где такая возможность предусмотрена, а не постоянно трудоустраиваться заново (*«если бы я не меняла место, то меня поглотила бы*

рутина. вот на своей последней локации я работаю с мая месяца вот сейчас как бы у меня нету желания куда-то бежать, потому что у меня в принципе, стала более разнообразная работа. Ну, и сейчас как-то много очень разнообразных задач»).

При этом желание найти «идеальное» место работы с учетом возможностей респондентов не исключает частую смену работы или одновременное трудоустройство в двух компаниях для реализации других задач, таких как увеличение дохода или соответствие работы здоровью («*Конечно мне не нравится мотаться от одной работы к другой, но в принципе я могу честно сказать аа просто такая система я могу условно работать в Самокате сборщиком в Яндексe мне достаточно проставить смену самому себе т.е. у меня свободный график как хочу так и работаю <...> потому что деньги нужны»).*

Мобильность в целом респонденты называют важной для себя и понимают под ней возможность выполнять свою работу независимо от местоположения. «Работать удаленно из любой точки мира» важно даже для тех, кто не знают, чем бы при этом занимались («*Так вот в том проблема – я ничего не умею. не знаю. что-нибудь, связанное с людьми»).* Для тех, кто знает, в данной выборке это фрилансер, снимающая ролики про вязание, такая возможность используется, но масштаб «в любой точке мира» не упоминается.

12. Баланс жизни и работы.

Для одних респондентов желательно чтобы работа давала возможность восстановиться после работы, отсутствовали переработки, а потому нужны дополнительные отпуска, отгулы и пр. Особенно важно это для тех, кому предпочтителен спокойный темп работа, а не «*всем нужно уже вчера*». Тем не менее те респонденты, которые указывают, что в настоящее время перерабатывают и устают на работе, не принимают никаких шагов чтобы это изменить. Одно из объяснений выглядит следующим образом «*Работа есть работа, она много времени занимает в нашей жизни*», с другой стороны

отмечается, что так работают все, а значит такая работа воспринимается нормальной.

Другое понимание баланса жизни и работы – возможность переключаться между разными видами деятельности для полноценной жизни (*«на складе там приемки и прочее, курьером, дома с родными посидеть. Когда буду по специальности работать вообще идеально будет конечно, а пока так. но все равно это все, это как-то наполняет жизнь. Убрать что-то одно и уже не что-то не будет хватать»*).

Не все респонденты могут четко разделить где работа, а где другие занятия *«когда ты работаешь дома, у тебя все равно все это «вперемешку», ты уже не понимаешь, где ты работаешь, а где ты просто так, для удовольствия занимаешься чем-либо»*. «Разграничителями» выступают рабочее время для работников по найму и получаемый заработок для занятых частной практикой. Активный поиск именно «баланса» ведется в том случае, если есть несколько значимых параметров, которые частично выполняет работа, а частично другие занятия, в этом случае возникает необходимость совмещать (*«Моя работа она меня сейчас по нескольким параметрам устраивает [устраивает, что работа в крупной компании и пр.], по некоторым не устраивает. Но если допустим, я уйду со своей работой и буду заниматься только творчеством, то меня будут не устраивать другие параметры, то что, например, вокруг нет людей <...> Я бы очень хотела найти возможность как-то всё это совмещать»*). Респондент, у которого работа полностью совпадает с жизненными интересами, не видит смысла отделять работу от жизни, так как жизненные цели совпадают с рабочими. В данной выборке это спортивный тренер, рабочий график которого *«каждый день с 6 до 8 всю неделю»*.

13. Принятие решений.

Для работников, у которых есть подчиненные, принятие решений воспринимается как часть повседневной работы. По мнению интервьюируемых, не являющихся руководителями, самостоятельно принимать решения во время работы хорошо тогда, когда работник обладает экспертным знанием по своей

специальности – понимает, как поменяется ситуация от того или иного решения. В обратном случае необходимо, чтобы решение принял кто-то другой или работника обучили на случай подобных ситуаций в будущем (*«Но бывают ситуации, когда это не твоя специфика, а тебе все равно говорят, сделай сам, как хочешь. И вот такое, мне, наверное, не близко, потому что, это скорее не про рост и развитие, скорее про сильный стресс, вот, потому что было бы классно, если бы тебе объяснили, показали, а дальше уже сам делай»*).

При этом, и руководители, и работники, не являющиеся таковыми, считают, что руководитель должен принимать решения независимо от того, знает он, какое наиболее правильно или нет, т.к. это его обязанность.

Для принятия непростых решений, таких как увольнение, один из респондентов указал, что нужна поддержка коллег (*«это [поддержка коллег] вселяет в меня уверенность, что это не я что-то не так делаю, что не я неправ, а что действительно эти недостатки имеют место быть <...> Ну вообще изначально я [был инициатором уйти с работы] но я так мягонько подсказал, а они просто согласились с тем, что работа действительно не самая лучшая и мы договорились, пожали руки, чтобы мы все вместе уйдём»*).

14. Работа с технологичным оборудованием.

Технологичное оборудование с одной стороны является необходимостью для реализации обычного процесса работы, а с другой – бонусом для работника. Те работники, где выполнение задач ведется без какой-либо техники, например, раздача листовок, не предъявляют никаких требований.

Если речь идет о выполнении рабочих процессов, то оборудование должно быть относительно современным, эргономичным, чтобы внешний вид был привычным и не вызывал сомнения в финансовом положении компании (*«чтобы мы не сидели с большими блоками, а сейчас такого нет, поэтому не так важно, но как бы это показывает отношение компании, и ее ну в целом состояние, что она вообще может дать сотрудникам»*). Главное, чтобы оборудование не мешало выполнению работы: если работа ведется за компьютером – чтобы

компьютер не работал медленно, если нужна запись звука – чтобы звук был четким, работа за кассой – чтобы кассовый аппарат работал без сбоев и т.д.

Кроме того, допуск сотрудника к технологичному оборудованию при наличии старых моделей позволяет быстрее выполнять рабочие задачи, что так же является важным для сотрудников (*«есть просто сканер, а здесь кольцо-сканер – более дорогая система <...> соответственно сборка в Самокате становится более быстрой»*). Если же технологичное оборудование имеет приятный и необычный вид, повышает комфорт на работе (например, кофемашины или оборудованное место отдыха), то оно рассматривается как дополнительное преимущество, повышающее лояльность компании. Данный пункт особенно важен, если работа по своему содержанию не в полной мере удовлетворяет сотрудника (*«Классно было, я тоже работала, этим, администратором, у меня был ноутбук, который с этим, с сенсорным экраном, и мне прямо так нравилось, я прямо там... в общем, ну, просто, как-то, хорошая техника она тебя радует»*).

15. Интересные задачи.

Не все респонденты определились с тем занятием, которое для них представляло бы интерес в качестве работы. Можно отметить некоторые пункты, наличие которых позволяет назвать задачи интересными.

1) Работа просто нравится, приносит удовольствие (*«интересные задачи важны, классно, когда работа нравится и она тебе интересна»*).

2) Задачи, которые стоят перед работником, имеют смысл (*«задачи должны быть вызывать хоть какой-то интерес разнообразие быть осмысленными, потому что ну, я вот столкнувшись с трудовой деятельностью понял, что работа которая ну не имеет смысла какого-то как перебирание бумажек на первый взгляд она отбивает все желание работать»*).

3) Взаимодействие с людьми (*«просто поинтереснее, веселее в общении с другими людьми»*).

4) Задачи, направленные на создание чего-то нового или выполнение того, что раньше работник не делал (*«работа, в которой ты можешь, чтобы*

создавать самостоятельно, что-то новое создавать. Ну и неважно это какие-то научные открытия или какие-то элементы искусства и ну всё, что угодно, что приносит что-то новое. в этот мир»).

5) Задачи, которые сменяют одна другую, но опять же, как в пункте с разнообразием, они должны меняться в рамках определенной сферы («какой-то похожий функционал либо интересный функционал, либо, может быть даже тот же или там тот, который был у меня, но я не знаю, там с другими интересными вакансиями»).

6) Нестандартные задачи («которые еще имеют некоторую долю нестандартных ситуаций <...> Ну когда что-то идёт не так, это надо решать. возможно там какое-то управление кризисными ситуациями»).

7) Масштабные задачи, связанные с той деятельностью, которая представляет интерес («к 30 годам стать тренером профессиональной команды. Если у меня этого не получится, то к 30 годам задача накопить капитал, чтобы открыть свою школу, которая будет функционировать достаточно хорошо <...> Но больше я всё-таки уклон делаю на первый вариант, потому что ну потому что. Это мне поинтереснее будет»).

Для одного из респондентов, который работает в отеле, интерес представляет вся работа – т.е. сама ситуация работы, общение с коллегами, а не с одноклассниками или одноклассниками, самостоятельный заработок, а также работа в крупной компании, которая воспринимается сверстниками как «крутая» («ну, поскольку я студент и там смотрите оклад 35.000 очень много всяких дополнительных премий практически за каждое лишнее действие с клиентом вот у меня тысяч 70 выходят в месяц. это очень хорошо я считаю, и работа мне нравится, это общение с людьми, а я очень общительный и это вот все для меня прям интересно, я в восторге»).

16. Статус и престиж.

Работники, ориентированные на занятость в организации связывают статус и престиж с работой в крупной компании, которая конкурентоспособна на рынке и может обеспечить стабильную занятость («и чем больше компания, тем больше

ощущение стабильности, поскольку она существует уже давно Она развивается и мне кажется, что в маленькой компании больше риск, что произойдёт какой-то кризис, и она собственно не сможет удержаться на плаву. Вот, поэтому, наверное, мне просто важно безопасность»), с репутацией компании («сейчас мне кажется, не посмотрев про компанию что-то не узнав вряд ли кто-то пойдет туда сразу»), с узнаваемостью среди близких людей и родственников («ну и бренд соответственно т.е. всегда приятно работать в компании, которую все знают там знают все родственники все друзья и знакомые»). Что касается статусной должности, то это не должна быть работа обслуживающего персонала.

Для работников, ориентированных на занятость самостоятельно, сходные параметры применяются к самим работникам – узнаваемость, репутация профессионала, уверенность, что в востребованности как специалиста («к тебе идут люди, знают тебя как ты работаешь и если что, то они придут к тебе если будут знать, что делаешь все качественно и лучше других»). Для тренера, который также планирует самостоятельно подготовить профессиональную команду спортсменов статус связан с победой команды на престижных соревнованиях, что подтверждает его профессионализм.

17. Креативность.

Креативность и творчество не рассматриваются как синонимичные явления. Если творчество ассоциируют с вдохновением, созданием различных изделий, например, игрушек, из разных материалов, поделками, изображениями татуировок, музыкой, поэзией и другими видами искусства, то креативность – это подход в работе, когда придумываешь что-то новое или делаешь привычные вещи необычным способом («когда допустим презентацию оформить, то чтобы в креативном стиле, чтобы значки были интересные и необычные, а не просто график там скопировать»). Творческая работа считается не требующей больших усилий в физическом плане («где не надо много усилий прилагать и не надо бегать что-то грузить таскать что-то тяжелое»), а креативная требует усилий интеллектуальных («это же не берется из ниоткуда, надо ну как-то

больше смотреть как другие, например, делают, профессионалы в этом, что-то почитать, что-то посмотреть, это же со временем нарабатывается»).

Креативность при этом связывается с интересными задачами – если работа представляет интерес, она нравится работнику, то он будет придумывать как сделать ее лучше – креативно.

18. Инновационность.

Данная трудовая ценность меньше всего заинтересовала респондентов. Из того, что представляет для респондентов значимость инновационности в работе – это то, что они могут сделать для компании, или то, что может предоставить компания им самим. Одна из респонденток говорит об инновационном поведении сотрудника в компании (*«это было бы здорово, если бы получилось предложить что-то такое что сильно улучшило бы нашу работу, но конкретно в моей работе, пока у меня нет такого предложения»*). Другой респондент отмечает, что инновации может привносить для своих сотрудников сама компания (*«ну если компания введет что-то новое в работу, что что позволит допустим собирать заказ быстрее или улучшит навигацию по складу, или еще что-то, то я только за, почему бы и нет»*).

В целом для респондентов инновационность – либо просто *«про что-то новое»*, технологичное, либо то, что сильно изменило бы жизнь компании или большого количества людей. Интервьюируемые считают, что инновации – это специфика деятельности определенных компаний (*«моя сфера не связана с различными там инновациями, это скорее те компании, где ведутся серьезные разработки какого-то нового продукта прям совсем нового допустим в медицине или даже гаджета там, приложения какого-то»*).

Рассмотрев, интерпретации трудовых ценностей, предложенных респондентам, перейдем к тому, какие можно выделить тематики, раскрывающие значимые характеристики работы.

1. Работа в «крупной компании с именем». Такая работа является наиболее привлекательной для большинства респондентов. Причем не все крупные компании подходят под эту категорию, а только с определенным типом

корпоративной культуры. Рассмотрим, какие характеристики привлекают респондентов в данных компаниях.

1) Известность компании (*«всегда приятно работать в компании, которую все знают, там, знают все родственники, все друзья и знакомые»*). Здесь же можно указать репутацию компании в глазах ближайших знакомых молодых людей, так как от данной категории окружения они могут не только слышать высокие оценки работы в компании, но и узнать интересующие подробности о сотрудниках, зарплате, задачах и пр. (*«у меня подруга устроилась на полгода раньше меня туда, и вот она мне всё рассказывала каждый день практически, я такой «блин, я тоже туда хочу!»*). Работа в известной компании дает ощущение уверенности в благополучном будущем. По мнению респондентов, если компания существует длительный промежуток времени, на текущий момент конкурентоспособна, значит и в будущем она сможет обеспечивать работников – причем не только материально, но и набором интересных для них задач.

2) «Движ» как частая смена событий, людей, некая включенность во всеобщее действие, крупное сообщество, что возникает из-за крупных масштабов деятельности компании (*«мне нравится вот этот самый движ, мне нравится что вокруг много людей и происходит какое-то общение постоянно»*). Разнообразие является одним из пунктов, при том, что проявляется оно как в рабочих задачах (сборка разнообразных заказов, работа с разными вакансиями и т.п.), так и в целом, в окружающей обстановке. И здесь же можно отметить проведение масштабных мероприятий, таких как корпоративы, на которых собирается большое количество сотрудников и обсуждаются итоги работы компании.

3) Заработок выше, чем у других, с возможностью его увеличения. Такие крупные компании могут обеспечить работникам высокий уровень дохода по сравнению с другими работодателями на рынке, при этом и требуется больше трудовых затрат от работников (*«ну и по заработной плате не обижают, то есть тебе платят там за результат»*).

4) Карьерный рост. Привлекателен сам факт наличия возможности перемещаться по структуре компании, что как раз и возможно в крупных компаниях. Карьерный рост здесь происходит поступательно (*«приемлемо через один-два года, ну там каждый раз ступенечка»*), и каждый имеет возможность его пройти, что подтверждается примерами коллег. Однако короткие промежутки относятся к такому типу карьерного роста, как смена функционала или переход на более комфортное рабочее место (с отдельным кабинетом, более дорогим и удобным оборудованием и т.п.), чтобы сотрудник ощущал хоть какое-то улучшение условий (*«можно изменить свой функционал и кайфовать, наслаждаться новым функционалом, тоже приемлемая история»*). Что касается повышения в должности с существенным усложнением функционала, то работники в выборке данного исследования готовы к ним тогда, когда они уже выполняли часть будущего функционала на предыдущем месте (*«я все знаю в этой компании знаю как работать знаю как делать пересчеты т.е. да это делает сборщик, а по факту это должен делать админ, и по факту я могу повышаться в админы уже сейчас»*). Те работники, которые еще не выполняли перечень задач, которые буду на более высокой позиции, не готовы к таким изменениям, из-за чего им и нужны промежуточные стадии в виде изменения функционала и постепенного усложнения задач (*«Я понимаю, что над функцией руководитель-руководитель мне ещё надо работать и совершенствоваться, поэтому тут такая история, в омут с головой погружаться я тоже не готова»*). Один из респондентов, ориентированный на работу в организациях данного типа отмечает, что желателен «понятный механизм продвижения» - как бы инструкция от компании, как работник должен продвигаться по карьерной лестнице, и что ему для этого необходимо сделать. С карьерным ростом связан еще один пункт – ощущение того, что работника заметили, а потому не обязательно должно сразу происходить повышение, достаточно поменять функционал, но со временем все же такие изменения должны привести и к существенному повышению по сравнению с изначальным положением.

Есть некоторые различия для квалифицированной работы и неквалифицированной в рамках таких компаний. На неквалифицированную могут попасть практически все желающие, если они готовы работать, а попасть на квалифицированную работу значительно сложнее. Прежде чем стать сотрудником, респонденты проходили в ней стажировку или работали по договору гражданско-правового характера. Один из респондентов, для которого также важна сейчас работа такого типа, но в настоящее время трудоустроен в крупной компании, но с другим типом организационной культуры, считает, что его опыт пригодится для трудоустройства в будущем (*«потом могут предложить работу в более крупной компании, с большим именем и соответственно какую-нибудь хорошую позицию могут предложить потому что увидят, что я уже работал в концерне, что имею опыт взаимодействия с большими корпорациями»*).

2. Работа удаленно из любой точки мира. На практике данная ценность реализуется только у одной респондентки, тогда как такая работа предпочтительна и для других (*«если я буду дистанционно, я бы мог спокойно путешествовать. даже элементарно учась и в выходные куда-нибудь бы ездил, потому что свою работу я смогу сделать в любой точке мира где есть интернет. это было бы здорово, я бы по всему миру общался бы»*). Часть молодых людей не знают, чем конкретно они будут заниматься, но надеются найти такой вариант на рабочем сайте, или им его вдруг кто-то предложит. При наличии положительного опыта вариант удаленной работы рассматривается приемлемым (*«в качестве частной услуги администрирования общества ВК все <...> условно медиа контент и прочее, контент-мейкер и прочее, ну если в этой области развиваться, то понятно что онлайн»*). Не всем такой вариант подходит физически (*«Нет, я просто не люблю сидеть на одном месте <...> У меня смешанное расстройство личности и мне нужно чем-то постоянно заниматься потому что иначе я начну себя уничтожать изнутри»*).

3. Публичная деятельность. Блогеры, шоумены, политики являются примерами публичных личностей, какими можно было бы стать. Публичная

деятельность в представлении респондентов связана с известностью и зарабатыванием на своем личном бренде («чтобы люди хотели мои видео, условно, «ставить на фон», заниматься какими-то своими «творчествами» – «нетворчествами», или просто, чем угодно и знать, что я – это я и приходиться, в общем-то, на мой канал, чтобы смотреть мои конкретные ролики и, в общем-то, со мной виртуально общаться»). Привлекает в публичной деятельности высокий доход, а также то, что такое занятие не требует приложения усилий, а предполагает активное использование уже имеющихся навыков («я бы скорее не выбрал работу, я бы хотел стать политиком, но это уже такие мечты, а если говорить про работу, то работа какого-нибудь шоумена, который просто организует шоу, крутится по телеку, делает деньги на шоу-бизнесе, ну там условно пример – это Моргенштерн, Инстасамка и т.д.»). То, что препятствует работе на такой публичной деятельности – это незнание того, как прийти к такому результату или отсутствие навыков, которые можно было бы презентовать («я просто не понимаю, как к этому стремиться. я хочу стать, но я не знаю как. в этом вся проблема»). При наличии осознания того, насколько сложной является такая деятельность, не все респонденты к ней стремятся («у нас есть еще прекрасные блогеры, которые добились всего. Это конечно, не стану скрывать, и я смотрю на них. мне тоже хочется вот так вот много получать, много зарабатывать. Знаешь, понимаешь, что это труд. не все понимают, что это труд»).

4. Наличие собственного бизнеса. В данной выборке только один респондент имеет свою школу, приносящую пассивный доход, тем не менее такая тематика встречается и других респондентов. При этом респонденты предполагают одновременно работать на другой работе, которая не будет затрачивать энергетические ресурсы, в т.ч. эмоциональные («которая будет приносить там минимум стресса и при этом там не занимать так много рабочего времени, ой, свободного»), а контролировать их бизнес будет не сложно, т.к. работать у них будут компетентные сотрудники («открыть какое-нибудь кадровое агентство что-ли, ну работать сколько может быть с не

большими игроками на рынке, но со средним и малым бизнесом, подбирать им людей работать с ними постоянно, но и как бы знать, если мои коллеги и подчинённые там работают, я могу там работать грубо говоря из любой точки мира и просто знать, что всё хорошо»). В случае самостоятельного ведения бизнеса этот процесс также не представляется сложным (*когда захотел пришел на работу, но чтобы твоя деятельность была соответственно на пользу твоего коллектива и всей компании и т.д.*). Считается, что для достижения такой цели в будущем достаточно качественно выполнять в настоящее текущие рабочие задачи, зарабатывать, а с ростом компетенции и увеличением дохода появится возможность открыть свое дело. Молодые люди понимают, что у них недостаточно компетенций, отсутствует бизнес-план, но тем не менее им кажется, что в будущем это появится, несмотря на то, что в настоящее время для достижения этой цели не принимается никаких шагов.

5. Получение удовольствия. Работа при этом не рассматривается единственным источником получения удовольствия, а одним из таковых. Удовольствие могут также приносить путешествия, посещение спортивных мероприятий, творческих вечеров, деньги и т.д. в зависимости от интересов молодых людей.

1) Удовольствие от процесса работы. Молодым людям нравится сам процесс работы, из-за чего работа и приносит им удовольствие (*«если ты не получаешь от работы удовольствие, ты не будешь работать долго, даже если там деньги большие крутятся условно, все равно ты на этой работе долго не протянешь»*). Удовольствие могут определять разные составляющие (*«Ну конечно в зависимости от детей, которые у тебя там есть, но когда соответственно дети показывают то, чему ты их учишь это и приносит удовольствие. соответственно ну и удовольствие мне приносят деньги. Сколько я получаю за это»*).

2) Нежелание тратить время и силы на то, что не нравится (*«я же пошел учиться на тренера не для того чтобы просто образование получить. Если бы я не хотел бы работать тем на кого учусь, я бы вообще учиться не пошёл бы*

тогда уж»), причем время в масштабах жизни, а не коротких отрезков («Если интересных задач нет, это превращается в рутину, которая просто приносит деньги, но тогда, как будто бы, ты теряешь очень большую часть своей жизни на то, чтобы просто заработать деньги, когда можно это делать в удовольствие»).

Особенностью респондентов, у которых выявлен данный тип представлений является то, что они уделяют внимание телесности, что проявляется в повышенном внимании к своему здоровью («здоровье в платных клиниках, тоже хотелось бы <...> это комфорт, это твое ментальное здоровье, которое потом уже ни за какие деньги не купишь»), биоритмам («если я и работала, мне все равно больше нравилось работать попозже, часов с двенадцати дня»), частям тела («ноги сейчас очень важны мне на работе <...> это решает много задач у меня склад большой и бегаю туда-сюда и ноги нужны»). В случае, если состояние здоровья препятствует желаемому формату работы, это создает дискомфорт.

6. Комфортная работа. В случае, если не является престижной, такой вариант могут откладывать на будущее, в качестве занятия на пенсии («я не знаю, когда выйду на пенсию, и мне будет нечем заняться, то там поработать, например, в гардеробе или посидеть в музее, то почему нет? Все-таки эта работа приносит пользу людям Ну и она ничего плохого не делает как бы»).

1) Такая работа физически, эмоционально или интеллектуально комфортна. На ней работник не должен сильно уставать физически, или усиленно думать зачем он работает и на каких условиях. Если же усталость необходима по медицинским показаниям в целях сохранения психологического здоровья, то соответственно, наоборот, работа должна предоставлять такую возможность. Сохраняется здоровье, время на дорогу.

2) Соблюдаются права работника. Это может выражаться в официальном оформлении трудоустройства («Я хочу быть уверена, в том, что у меня есть какие-то права, поэтому я бы хотела работать по Трудовому договору, чтобы всё было официально»), предоставлении больничных, отпусков в полном объеме.

Получение «зарплаты в конверте» только озвучивается как возможность больше заработать (*«это выгодно было бы и ему [работодателю] и мне. ему меньше взносов пришлось бы платить, а мне соответственно получать больше»*), однако такие варианты на практике не рассматриваются.

3) Предполагаются гарантии в будущем за счет наличия подтверждения факта работы (*«в трудовой книжке отмечается, потом пойдет на пенсию и даже если в дальнейшем куда-то устраиваться, то смотрят в трудовой книжке скажут да, ты там работала. без опыта не берут же»*).

4) Коллектив, как правило, при этом указывается как сплоченный, дружный, который готов помогать решать не столько профессиональные, сколько личные проблемы работника. То же относится и к руководству (*«допустим, стало плохо на работе – отпустили домой, либо какое-то срочное дело случилось, там мать в больницу забрали или еще что-то, директор соответственно решает эту проблему»*).

5) Уровень заработной платы не ниже среднего по рынку, желания повышать доход за счет дополнительных усилий в работе не наблюдается.

В целом, данный набор характеристик работы в этой тематике практически полностью соответствует типу «работа как способ комфортного и бескорыстного времяпрепровождения», описанного В.С. Магуном.

7. Содержательно интересная работа. Говоря о содержательно интересной работе, речь идет о том, что содержание выполняемых задач соответствует способностям работника. В таком случае имеют место следующие трудовые ценности.

1) Профессионализм. Ценность профессионализма выражается в стремлении улучшать навыки для качественного выполнения работы. Респонденты, у которых присутствует тематика содержания работы, либо получили основные знания и навыки еще в детстве, а в настоящее время продолжают их совершенствовать в более специализированном направлении, либо недавно определились с интересными для себя задачами, и в настоящее время зарабатывают на платный курс, после чего смогут работать на

профессиональном уровне. При этом наблюдается открытость к обучению, изучению опыта других людей, у кого получается лучше в данной сфере.

2) Развитие собственных качеств. Говоря о том, что хотелось бы изменить в работе, респонденты упоминают свои качества – организованность, профессионализм, отсутствие ошибок.

3) Важно общение с теми, кто понимает содержание работы, и способен это обсуждать, понимая специфику деятельности, кому интересно также развиваться в этой области (*«если ты пришел, ты должен соответствовать, должен быть готов к тому, что будет происходить, если не готов, то иди учись»*).

4) Работа имеет конкретный востребованный результат, который может выражаться в изготовлении чего-либо или обучении других людей.

Помимо перечисленных тематик, связанных с работой, также у каждого респондента доминирующими являются и другие темы. Это взросление, сопровождающееся желанием сепарироваться от родителей и решать взрослые проблемы, построить свой дом, вести самостоятельную жизнь (*«это взрослая жизнь и люди во взрослой жизни они же как-то себя прокармливают <...> за полгода изменился в этом плане со всех сторон и стал более способным к взрослым каким-то препятствиям. это не стало для меня проблемой»*), зарабатывание денег любыми способами (*«если тебе что-то не приносит деньги, ты занимаешься чем-то не тем»*), восторг от рабочей обстановки в компании, ожидание окончания обучения, чтобы устроиться на работу по профессии.

В целом, перечисленные тематика, объединяющие характеристики работы, иногда присутствуют у респондентов одновременно. Их взаимодействие связано с определением баланса жизни и работы. В случае, если они дополняют друг друга, работник не нуждается в особых условиях для соблюдения баланса жизни и работы. Например, для спортивного тренера важным является получение удовольствия и возможность много зарабатывать одновременно (*«Которая приносит удовольствие и хорошие деньги. если работа не приносит*

что-то из этого, то нужно менять работу»). Т.к. работа тренером и наличие дополнительных источников дохода позволяет реализоваться этим двум условиям одновременно, то потребности в поиске баланса жизни и работы не возникает. Необходимость в балансе жизни и работы возникает тогда, когда сталкиваются те типы представлений, которые сложно совместить. Например, хочется работать в «крупной компании с именем», т.к. это престижно, но при этом хочется комфортную работу, чтобы не уставать от переработок. Или хочется работать по способностям в разных направлениях, но публичная деятельность требует развиваться в одной специализации.

Не все респонденты определились с тем, какая деятельность является наиболее предпочтительной, а потому им важны такие внешние трудовые ценности, как известность организации, заработная плата, общение с людьми и т.д. Молодые люди, которые выбирают внешние трудовые ценности, как правило имеют знания и интересы понемногу в разных областях, поэтому им сложно остановить выбор на чем-либо одном (*«блин, я просто такой человек. я знаю по всем предметам всё, но понемногу как бы. Я не мог определить т.е. у кого-то математика сильная, у кого-то ещё что-то, а я вот не сильно и не слабо»*). Те респонденты, которые отмечают значимыми для себя содержательные задачи, занимаются ими еще с детства и потому намерены продолжать в настоящее время.

По условиям труда молодые люди во многом ориентируются на те нормы, которые сложились для определенной сферы. Такие трудовые ценности как, график работы, карьерный рост, заработная плата, отношения с коллегами по работе и пр., отличаются в разных сферах: если в управлении персоналом сложился график работы 5 дней в неделю, то он и рассматривается как норма, требовательное отношение к подчиненным в сфере доставки заказов, высокие нагрузки в сфере общепита также являются вариантами нормы. Но если переработки в общепите вызывают желание сменить работу, то переработки из-за интересных проектов в крупной компании к тому же эффекту не приводят, т.к.

таким образом работник демонстрирует свою неэффективность и рискует стать невостребованным специалистом.

Выводы по главе 2.

В первом параграфе данной главы указаны процедура сбора данных и описан метод проведения анализа полученных в ходе исследования данных. Во втором параграфе приведены результаты исследования. В соответствии с поставленными в программе исследованиями задачами, были проанализированы представления респондентов об их трудовых ценностях. Респондентами были 10 работающих жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.

В результате анализа были выявлены общие представления, связанные со значимостью работы для респондентов – это значимость наличия самой работы, представляющей возможность зарабатывать, организовывать время работников, включения в сообщество людей, развиваться, выполняя рабочие задачи.

Кроме того, посредством тематического анализа были выявлены тематики, объединяющие набор значимых характеристик работы для разных респондентов: работа в «крупной компании с именем», работа удаленно из любой точки мира, публичная деятельность, наличие собственного бизнеса, получение удовольствия от работы, комфортная работа, содержательно интересная работа. У респондентов одновременно присутствуют от одного до четырех представления о желаемой работе. Не все эти тематики реализуются респондентами, однако отсутствие возможности их совмещать приводит к отсутствию желаемого респондентами баланса жизни и работы.

Также были проанализированы интерпретации предложенных трудовых ценностей, из которых многие оказались важными для респондентов с учетом их представлений о них: хорошая заработная плата, развитие личности, принесение пользы другим, коллектив и руководитель, обратная связь, разнообразие, мобильность, баланс жизни и работы, интересные задачи и т.д.

Представления о трудовых ценностях сверстников связаны с образом поколения Z, который сформировался у респондентов. Помимо мнения о

разнообразии молодых людей из-за большого количества формирующих их факторов, выделяются три группы определения трудовых ценностей представителей поколения Z: требовательность к условиям работы, требование свободного времени за пределами работы и наделение негативными характеристиками в результате восприятия как «другого».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Трудовая деятельность в настоящее время подвержена многим изменениям, что дает больше возможностей выбора форматов работы и предъявляет новые требования к работникам при выходе на рынок труда и занятости. В настоящее время постепенно вступают в трудовые отношения и становятся участниками рынка труда представители поколения Z. Данное поколение представляет интерес для многих исследователей. Отмечается, что его представители отличаются от более старших работников, они обладают набором уникальных характеристик, а потому представляет интерес рассмотреть их ценности с их собственной точки зрения.

В ходе теоретической подготовки исследования было рассмотрено, какие существуют определения и классификации трудовых ценностей. Под трудовыми ценностями в данной работе понимаются связанные с трудовой деятельностью значимые факты, объекты или явления, которыми могут выступать как сама трудовая деятельность и ее компоненты, так и цели и состояния, достижению которых она способствует. Они могут отражаться в представлениях, что было исследовано в эмпирической части работы, а также в убеждениях и действиях человека. На основе теоретического анализа были выделены трудовые ценности, относящиеся к организации трудового процесса, характеристикам работников, характеристикам организации (компании), содержанию трудовой деятельности, категориям оценки деятельности работником, целям и результатам работы. При этом трудовые ценности связаны с той трудовой деятельностью, которая относится к занятости, или работе, т.е. производству товаров или услуг за плату или прибыль для удовлетворения общественных интересов.

Что касается самой трудовой деятельности в современном обществе, то происходящие изменения создают разнообразие в форматах работы, что предоставляет больше возможностей выбора для работников. Такие составляющие трудовой деятельности, как единственное предприятие за всю трудовую карьеру, постоянная профессия, внимание к стажу и стабильная заработная плата если не заменяются, то как минимум дополняются такими

элементами как проектный подход, частичная занятость, фриланс, гибкость рынка труда. Различия в условиях работы стали основанием для подбора респондентов для данного исследования.

Кроме того, возрастают требования к работникам, которые предъявляют не столько работодатели, сколько условия функционирования на рынке, главным из которых является наличие способности к непрерывному самообучению и развитию своего потенциала. Если по итогу теоретического анализа был сделан вывод, что более интересным и значимым для работников является квалифицированный труд, то полученные в ходе исследования данные показывают, что это характерно только для тех работников, которые определились с интересующими их задачами. В остальных случаях большее значение имеют внешние трудовые ценности, связанные с характеристиками компании и организацией трудового процесса.

Также были рассмотрены характеристики поколения Z, представленные в научной литературе, среди которых главными отмечают активное использование смартфонов, индивидуализация, а также открытость новому опыту. При анализе эмпирических исследований поколения Z можно сделать вывод, что многие трудовые ценности являются для них важными, а наибольшее значение имеют заработок и интересная работа. Больше стремление к разнообразию и творчеству в работе наряду со снижением ценностей общественно полезной работы, карьерного роста, приложения большого количества усилий отличает молодых людей от более старших.

В соответствии с поставленными в программе исследованиями задачами, были проанализированы представления респондентов об их трудовых ценностях. Респондентами были выбраны 10 работающих жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.

В результате анализа были выявлены общие представления, связанные со значимостью работы для респондентов – это значимость наличия самой работы, представляющей возможность зарабатывать, организовывать время работников, включения в сообщество людей, развиваться, выполняя рабочие задачи.

Также были проанализированы интерпретации предложенных трудовых ценностей, из которых многие оказались важными для респондентов с учетом их представлений о них: хорошая заработная плата, развитие личности, принесение пользы другим, коллектив и руководитель, обратная связь, разнообразие, мобильность, баланс жизни и работы, интересные задачи и т.д.

Представления о трудовых ценностях сверстников связаны с образом поколения Z, который сформировался у респондентов. Помимо мнения о разнообразии молодых людей из-за большого количества формирующих их факторов, выделяются три группы определения трудовых ценностей представителей поколения Z: требовательность к условиям работы, требование свободного времени за пределами работы и наделение негативными характеристиками в результате восприятия как «другого».

Кроме того, посредством тематического анализа были выявлены тематики, объединяющие набор значимых характеристик работы для разных респондентов:

1) работа в «крупной компании с именем»: известность компании повышает престиж ее работников, частая смена событий и людей, заработок выше среднего по рынку с возможностью его увеличения, карьерный рост, наличие комментариев, как его пройти;

2) работа удаленно из любой точки мира;

3) публичная деятельность;

4) наличие собственного бизнеса;

5) работа, приносящая удовольствие;

6) комфортная работа, которая сохраняет здоровье и время работника, где соблюдаются права работника, предполагаются гарантии в будущем, взаимовыручка в коллективе, уровень заработной платы не ниже среднего по рынку;

7) содержательно интересная работа, раскрывает способности и повышает профессионализм, способствует развитию способностей, важно общение с теми, кто понимает содержание работы, такая работа имеет конкретный востребованный результат.

У респондентов одновременно присутствуют от одного до четырех представления о желаемой работе. Не все эти тематики реализуются респондентами, невозможность их совмещать приводит к отсутствию желаемого респондентами баланса жизни и работы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Bell D. The Cultural Contradictions of Capitalism. N. Y.: Basic Books, 1976. 301 pp.
2. de Boer P. et al. Generation Z work values: A cross-national analysis //CCBC 2021. 2021. P. 188.
3. Elizur D. et al. The structure of work values: A cross cultural comparison //Journal of Organizational Behavior. 1991. V. 12. N. 1. P. 21-38.
4. Gabriellova K., Buchko A. A. Here comes Generation Z: Millennials as managers //Business Horizons. 2021. V. 64. N. 4. P. 489-499.
5. Generation-z noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/generation-z> (дата обращения: 08.02.2023).
6. Google it first // OSlash [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oslash.com/learning-center/google-it-first> (дата обращения: 01.04.2023).
7. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. URL: https://archive.org/stream/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe/Generations+The+History+of+America%27s+Future%2C+1584+to+2069+by+William+Strauss+%26+Neil+Howe_djvu.txt (дата обращения: 22.08.2022).
8. Lev T. A. et al. Generation Z: Characteristics And Challenges To Entering The World Of Work //CrossCultural Management Journal. 2021. N. 1. P. 107-115.
9. Rokeach M. The Nature of Human Values. New York: The Free Press, 1973. Pp. 438.
10. Ros, M., Schwartz, S. H., & Surkiss, S. Basic individual values, work values, and the meaning of work. Applied Psychology, 1999. N. 48(1). P. 49-71.

11. Salleh M. S. M., Mahbob N. N., Baharudin N. S. Overview of “generation Z” behavioural characteristic and its effect towards hostel facility //International Journal of Real Estate Studies. 2017. V. 11. N. 2. P. 59-67.
12. Schwartz S. H. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? //Journal of social issues. 1994. V. 50. N. 4. P. 19-45.
13. Teo T. Do digital natives differ by computer self-efficacy and experience? An empirical study //Interactive Learning Environments. 2016. V. 24. N. 7. P. 1725-1739.
14. Tidhar L. et al. Who is Afraid of Generation Z? The Intergenerational Gap Affecting the World of Work Post-COVID-19 Era //Logos, Universality, Mentality, Education, Novelty. Section Social Sciences. 2022. V. 11. N. 1. P. 1-17.
15. Twenge J.M. iGen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood - and What That Means for the Rest of Us. New York: Atria Books, 2017. 342 pp.
16. Авдокушин Е.Ф., Кузнецова Е.Г. Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития // Экономический журнал. 2019. №2(54). С. 6-19.
17. Александрова А. А. и др. Диагностика изменений ценностных ориентаций школьников в сфере труда: сетевой подход //Аллея науки. 2018. Т. 1. №. 9. С. 368-380.
18. Андрианова Е.В., Тарасова А.Н., Печеркина И.Ф. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 324-343.
19. Аранжин В. В., Нехода Е. В. Трудовые ценности и навыки будущего: структура и содержание // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2019. №. 48. С. 150-165.

20. Аранжин В.В., Нехода Е.В. Влияние трудовых ценностей различных поколений работников на выбор форм и видов занятости: результаты теоретического анализа // Экономика труда. Т. 9. № 1. 2022. С. 161-178.
21. Аранжин В.В. Влияние цифровой экономики на трудовые ценности поколения, входящего на рынок труда // Векторы благополучия: экономика и социум. 2019. №4 (35). С. 91-100.
22. Баландина О. В., Вешкурова А. Б. Прекаризация молодежной занятости: причины и проблемы // Экономика. Общество. Человек. Материалы научно-практической конференции с международным участием. Белгород, 2020. С. 9-15.
23. Бастракова Н.С., Мухлынина О.В. Взаимосвязь ценностей сферы профессиональной жизни с жизненными ценностями цифрового поколения // Актуальные тенденции и инновации в развитии российской науки. 2019. С. 89-94.
24. Бауман З. Текущая современность: пер. с англ. под ред. Ю.В. Асочакова. – СПб.: Питер, 2008. 240 с.
25. Бессокирная Г. П., Темницкий А. Л. Рабочие в реформирующейся России как объект управления и субъект труда // Мир России. Социология. Этнология. 2013. Т. 22. №. 3. С. 115-151.
26. Бессокирная Г. П., Темницкий А.Л. Отношение к труду молодых рабочих в советское и постсоветское время // Ядовские чтения: перспективы социологии. Сборник научных докладов конференции, СПб, 14-16 декабря 2015 г. / Под ред. О.Б. Божкова, С.С. Ярошенко, В.Ю. Бочарова. СПб.: Изд-во «эйдос», 2016. С.136-155.
27. Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод / Герберт Блумер; пер. с англ. А.М. Корбута. Москва; Элементарные формы, 2017. 346 с.
28. Бочаров В. Ю. Диспозиционная концепция В.А. Ядова как исследовательский инструмент для разработки категорий социологического

анализа трудового поведения //Современное общество: вопросы теории, методологии, методы социальных исследований. 2019. Т. 1. С. 43-49.

29. Буланова М. Б., Артамонова Е. А. NEET-молодежь: Европейский контекст и российские реалии // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2020. №1. С. 64-72.

30. Варшавская Е.Я. Российская NEET-молодежь: необходимость изучения и некоторые черты // Всероссийская научно-практическая конференция «Статистика и вызовы современности» / Сборник материалов конференции «День работника статистики». Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации, Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ). Москва. - 2015. – С.71-75.

31. Владимир Магун. Трудовые ценности россиян [Электронный ресурс]. URL: <https://big-i.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/a10728/> (дата обращения: 01.04.2023).

32. Гнатюк М. А. Российская молодежь в условиях глобализации: особенности социализации и формирования трудовых ценностей //Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 17. №. 1. С. 219-228.

33. Гнатюк М.А., Печкуров И.В. Ключевые риски трансформации трудовых ценностей российской молодежи и их социальные последствия // ИСОМ. 2015. №8. С. 97-102.

34. Гранчук Е.А. Теоретические аспекты профессионального самоопределения представителей поколений X, Y и Z // Социально-культурная деятельность: векторы исследовательских и практических перспектив. Материалы Международной электронной научно-практической конференции. Казань, 2020. Издательство: Казанский государственный университет культуры и искусств (Казань). С. 38-45.

35. Головин Н. А.. Современные социологические теории : учебник и практикум для вузов / Н. А. Головин. 2-е изд., испр. и доп. Москва. Издательство Юрайт, 2022. 461 с.

36. Гудков Л. и др. «Поколение Z»: Молодежь времени путинского правления // Вестник общественного мнения. 2020. № 1-2. С. 21-121.
37. Дюркгейм Э. Ценностные и реальные суждения // Социологические исследования. 1991. Т. 2. С. 106–114.
38. Журавлева И. А. Ресурсно-образовательный потенциал современной молодежи // Социология. 2020. №. 1. С. 279-286.
39. Журавлева Л. А., Манина М. А. Теория поколений в маркетинге // Молодежь и наука. 2018. №. 2. С. 127-127.
40. Земскова Е.С. Шеринг как отражение ценностных ориентиров потребителя в цифровой экономике // Научный журнал НИУ ИТМО. № 3, 2019. С. 17-27.
41. Заводян И. С. Поколение «Z»: обзор жизненных стратегий // Социально-экономические и гуманитарные науки. 2020. С. 92-94.
42. Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Аксиологические и акмеологические основания эволюции трудовых ценностей // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. №. 12-2. С. 74-81.
43. Здравомыслов А. Г., Ядов В. А. Человек и его работа в СССР и после. Общество с ограниченной ответственностью Издательство Аспект Пресс, 2003.
44. Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Отношение к труду и ценностные ориентации личности рабочего // Социология в СССР: Т. 2. М.: Мысль, 1965.
45. Зинурова Р. И., Никитина Т. Н., Фатхуллина Л. З. Социальные практики и социально-психологические характеристики поколения Z (по результатам фокус-группового исследования) // Вестник Томского государственного университета. 2022. №. 476. С. 146-158.
46. Зубок Ю.А. Доклад // Ученые записки ФНИСЦ РАН. Вып. 7: Саморегуляция жизнедеятельности молодежи: исследование социокультурного механизма / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. С. 6-25.
47. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Доверие в саморегуляции социальных взаимодействий молодежи в изменяющейся социальной реальности // Проблемы развития территории. Вып. 5 (85). 2016. С. 29-37.

48. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Саморегуляция образа труда в культурном пространстве молодежи // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 6. С. 243-259.

49. Зубок Ю. А., Чупров В. И., Сорокин О. В. Смысловая саморегуляция жизнедеятельности молодежи: гендерные различия в сфере труда //Женщина в российском обществе. 2021. Специальный выпуск. С. 38-59.

50. Зудина А.А. «Не работают и не учатся»: молодежь NEET на рынке труда в России // Мир России. Т. 28. № 1. 2019: 140–160.

51. Иванова О.Э., Рябинина Е.В. Разработка модели карьерных целей поколения Z // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2019. № 2 (22). С. 50-56.

52. Ильина И. В., Литвиненко П. А. Ценность труда: межпоколенный анализ //XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона. Екатеринбург, 2020. 2020. №. 22. С. 163-167.

53. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития М.: Новое издательство, 2011. 464 с.

54. Йоас Х. Возникновение ценностей / пер. с нем. К. Г. Тимофеевой. СПб.: Алетейя, 2013. 312 с.

55. Как возникают и как проявляются ценности поколений – RuGenerations – российская школа Теории поколений [Электронный ресурс]. URL:

<https://rugenerations.su/2016/09/12/%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B5-%D0%B4%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B5-%D1%87%D1%82%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B8%D1%82-%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%82%D1%8C-%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE/> (дата обращения: 29.10.2022).

56. Калашникова И. В. и др. Ценности и предпочтения молодежи на российском рынке труда // Вестник ТОГУ. 2022. № 1 (64). С. 145-154.

57. Карапетян Р.В. Социологическая модель труда // Современное общество и труд. 2014.
58. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
59. Ковин Е.А. Верификация теории поколений на практике на примере дистанционного обучения // Кронос: общественные науки. 2021. № 1 (21). С. 19-21.
60. Комаревцева Г. И. Трудовые ценности поколения Z: сравнительный анализ и факторы формирования //Актуальные вопросы управления персоналом. 2021. С. 237-245.
61. Корешева Е. В., Бирюкова Л. В., Филиппова К. В. Трудовые ценности молодежи: поколенческий аспект (на материалах исследования в Хабаровском крае) //Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №. 4. С. 44-49.
62. Кузьминов, Я. И., Юдкевич, М. М. Университеты в России: как это работает [Текст] / Я. И. Кузьминов, М. М. Юдкевич ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 616 с.
63. Лапин Н. И. Проблема ценностей в исследованиях В.А. Ядова и его коллег //Экономическая социология. 2009. Т. 10. №. 3. С. 82-93.
64. Лапшинова К. В., Панявин А. В. Профессионально-трудовые ценности современной молодежи // Социально-гуманитарные технологии. 2021. № 2(18) С. 12-20.
65. Магун В. С. Российские трудовые ценности: идеология и массовое сознание //Мир России. Социология. Этнология. 1998. Т. 7. №. 4. С. 113-144.
66. Магун В. С. Структура и динамика трудовых ценностей российского населения // Россия реформирующаяся. 2001. №1. С. 430-438.
67. Магун В. С. Трудовые ценности российского общества //Общественные науки и современность. 1996. Т. 6. С. 17-28.

68. Майорова-Щеглова С. Н., Митрофанова С. Ю. Раннее взросление или инфантилизация: парадокс событийности современного детства //Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2020. Т. 13. №. 1. С. 25-39.

69. Мид М. Культура и мир детства / М. Мид ; пер. Ю.А. Асеева. Москва : Директ-Медиа, 2007. 878 с.

70. Минтруд: Каждый десятый россиянин до 24 лет не учится, не работает и не ищет работу // Росбалт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rosbalt.ru/russia/2021/08/13/1916047.html> (дата обращения: 01.11.21).

71. Мирошкина М. Р. Интерпретации теории поколений в контексте российского образования //Ярославский педагогический вестник. 2017. №. 6. С. 30-35.

72. Никифорова О. А. Диджитализация труда и профессиональное выгорание: социологическая диагностика //Цифровое общество-новый формат социальной реальности: структуры, процессы и тенденции развития. 2020. С. 277-278.

73. Никонов Е. «Ослабь хватку» или «Профессиональное родительство» поколения X. [Электронный ресурс]. URL: <https://rugenerations.su/2017/04/21/%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%B1%D1%8C-%D1%85%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83-%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B5/> (дата обращения: 03.02.2023).

74. Новаторы: Поколение Z и будущее финансов // ACCA Global [Электронный ресурс]. URL: <https://www.accaglobal.com/cis/ru/research-and-insights/GenerationZ.html> (дата обращения: 01.04.2023).

75. Новые формы занятости и качество занятости: последствия для официальной статистики. Серия рабочих документов ЕЭК ООН по статистике, выпуск 8, июнь 2021 г.

76. Пахомова Е. И. Характер современных социально-трудовых отношений: пространство возможностей или ограничений? //Труд в современной российской экономике: социальное измерение. 2021. С. 8-33.
77. Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Трансформация системы трудовых ценностей занятого населения //Социально-трудовые исследования. 2022. №. 1 (46). С. 164-176.
78. Полякова Н.Л. От трудового общества к информационному: западная социология об изменении социальной роли труда. М.: Наука, 1990. 132 с.
79. Поплавская А. А. Факторы формирования внутренних и внешних трудовых ценностей студентов российских вузов //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. №. 2. С. 181-206.
80. Попова И.П. Профессиональный выбор: влияние культурных ресурсов семей российских специалистов // Социологические исследования. 2013. № 11. С. 130-140.
81. Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Издательство «Весь Мир», 2021. 400 с.
82. Реквиц А. Общество сингулярностей. О структурных изменениях эпохи модерна / А. Реквиц : пер. с нем. Т. Ю. Адаменко, И. Г. Соколовской. Москва ; Берлин : Директмедиа Пабблишинг, 2022. 400 с.
83. Ретивина В. В. Трансляция трудовых ценностей и установок в современной семье //Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. №. 1. С. 173-182.
84. Ретивина В.В. Трудовые ценности и установки современной студенческой молодежи // Высшее образование в России. 2019. Т. 29, № 1. С. 57–63.
85. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности : Диспозиционная концепция. 2-е расширенное изд. М. : ЦСПиМ, 2013. 376 с.
86. Сапа А.В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. 2014. № 2. С 24-30.

87. Сизова И. Л., Григорьева И. А. Ломкость труда и занятости в современном мире // Социологический журнал. 2019. Т. 25. № 1. С. 48-71.
88. Сизова И. Л., Осипова О. С. Развитие precariousности в трудовых отношениях в сфере малого и среднего бизнеса // Ядовские чтения: перспективы социологии. 2016. С. 192-211.
89. Сизова И.Л., Русакова М.М., Александрова А.А. Рынок труда соискателей и трения в поиске работы на современных онлайн-платформах // Экономическая социология. 2022. Т. 23. № 5. С. 45-77.
90. Социология труда. Теоретико-прикладной толковый словарь / Отв. ред. В. А. Ядов. СПб.: Наука, 2006. 426 с.
91. Стиллман Д. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / Д. Стиллман, И.Стиллман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. 310 с.
92. Стребков Д. О., Шевчук А. В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости // Социологические исследования. 2017. №. 1. С. 81-93.
93. Сумская А. С., Свердлов С. А. «Аналоговое» и «цифровое» поколение аудитории СМИ: роль коммуникативно-культурной памяти в трансформации медиапрактик // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25. № 3 (189). 2019. С. 32-48.
94. Тарасова А. Н., Андрианова Е. В. Труд глазами студенческой молодежи: деньги или интерес? // Условия и способы повышения активности молодежи как субъекта инноваций и устойчивого развития регионов: материалы XV Всерос. науч.-практ. конф., 9-11 октября 2019 г. 2019. С. 466-475.
95. Темирбекова Ж. А., Смирнова Е. В. Трудовые ценности: генезис и эволюция взглядов [Электронный ресурс]. URL: <https://articlekz.com/article/15395> (дата обращения: 20.12.2022).

96. Темницкий А.Л. Современная молодежь в перипетиях российского рынка труда и образования // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып. 15 / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: Новый Хронограф, 2017. С. 91-108.
97. Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки. Американская социологическая мысль. М., 1994. С. 354.
98. Фокина Д. В уютном офисе пусть сидят бумеры: как поколение Z выбирает работу // Forbes. 2020. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/401915-v-uyutnom-ofise-pust-sidyat-bumery-kak-pokolenie-z-vybiraet-rabotu> (дата обращения: 13.10.2022).
99. Шестакова Н.Н., Скворцова М.Б., Кузьмина Л.К. О человеческом капитале молодежи, которой NEET // Экономика труда. 6. (1). 2019. С 565-586.
100. Шлегель Е. В. Подходы и маркеры в поколенческом анализе общества // Вестник Гуманитарного университета. 2019. №. 1. С. 103-109.
101. Якимова З. В., Масилова М. Г. Поколение Z как потенциальный сегмент рынка труда // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 6. №. 4 (21). С. 341-345.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Программа эмпирического исследования представлений российского поколения Z о трудовых ценностях на примере жителей Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет

Обоснование проблемы исследования.

Труд и занятость стремительно меняются в современном обществе. В настоящее время активно вступают на рынок труда и занятости представители поколения Z (с 2000 г.р.). Молодые люди в отличие от предыдущих поколений не имеют перед собой четких ориентиров в сфере трудовой деятельности со стороны социальных институтов. Поколение Z, и в первую очередь проживающее в крупных городах, помимо определения значимых для себя характеристик работы, столкнулось с возможностью определения того, насколько вообще необходимо быть занятым. Выбор того или иного варианта в трудовой сфере определяется возможностями человека и теми ценностями, которые у него сформировались ко времени принятия решения. От того, какие трудовые ценности были сформированы, зависит не только настоящее, но и будущее экономическое благосостояние общества.

Группа представителей поколения Z не является однородной, в ней присутствуют старшеклассники, студенты, работники разных специальностей и форм занятости, а также молодые люди, не включенные в трудовые отношения и не получающие образования. Работающие представители поколения Z представляют для исследователей особую группу, т.к. они имеют реальный опыт трудовой деятельности, позволяющий более основательно формировать свое отношение к работе. Согласно опросу ВЦИОМ, около трети молодых людей в возрасте 18-24 лет хотели бы поменять место работы и сферу деятельности¹⁵¹, что показывает актуальность исследования их трудовых ценностей. Кроме того,

¹⁵¹ ВЦИОМ. Новости: Человек и его работа [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chelovek-i-ego-rabota> (дата обращения: 15.03.2023).

это поколение не так давно вышло на рынок, а потому проведенные ранее исследования требуют уточнения данных, так как отсутствует согласованность интерпретаций выявляемых трудовых ценностей применительно к работающим представителям поколения Z.

Объект исследования: представители российского поколения Z – жители Санкт-Петербурга в возрасте 18-23 лет.

Предмет: представления проживающих в Санкт-Петербурге молодых людей в возрасте 18-23 лет о трудовых ценностях.

Цель: определить и описать представления российского поколения Z о трудовых ценностях.

Задачи.

1. Проанализировать представления российского поколения Z о трудовых ценностях.
2. Выявить общие представления о трудовых ценностях и их типовое разнообразие.
3. Выявить интерпретации представителями поколения Z предложенных трудовых ценностей.
4. Проанализировать представления поколения Z о трудовых ценностях их сверстников.

Концепция исследования.

Российское поколение Z достаточно разнообразно по своим характеристикам. Так как поколение Z в научной литературе связывают с высоким уровнем развития и использованием современных гаджетов, что возможно в условиях постиндустриального общества, то были выбраны жители одного из крупных российских мегаполисов – Санкт-Петербурга. Кроме того, Санкт-Петербург принято считать культурной столицей России, где представлено множество вариантов не только трудовой деятельности, но и культурно-досуговой, а следовательно, его жители имеют широкий спектр возможностей за пределами работы.

В качестве основного показателя, определяющего группу поколения Z в данном исследовании будем рассматривать возраст респондентов – 18-23 года (2000-2005 г.р.). Обычно поколение формируется в диапазоне 15-25 лет, однако так происходит в достаточно стабильных обществах. Чем чаще происходят крупные общественные изменения, тем больше различий между людьми одного возраста. Яковлева М.Н. отмечает, что в настоящее время с учетом влияния цифровизации и виртуализации социальной жизни уже разница в пять лет становится основанием для отнесения к разным поколениям¹⁵². При этом учитывается возрастная специфика респондентов. Возраст 18-24 лет как правило приходится на окончание обучения в учреждениях профессионального образования и молодые люди этого возраста сталкиваются с иными проблемами в трудовой сфере нежели 16-18-летние и 24-29-летние¹⁵³. Поколение Z не имеет четких границ по году рождения, но принимая во внимание исследовательскую практику, таковыми будем рассматривать людей, родившихся в 2000-2005 гг. в возрасте 18-23 лет.

Под трудовыми ценностями будем понимать связанные с трудовой деятельностью значимые факты, объекты или явления, которыми могут выступать как сама трудовая деятельность и ее компоненты, так и цели и состояния, достижению которых она способствует. Они могут отражаться в представлениях, убеждениях, действиях человека. При этом в качестве трудовой деятельности в данном случае будет рассматриваться занятость (работа), как деятельность, направленная на производство товаров или услуг за плату или прибыль.

Выявление трудовых ценностей предполагается по трем компонентам: (1) значимость работы (что работник получает от ее выполнения), (2)

¹⁵² Яковлева М. Н. Социологический анализ молодежи в контексте государственной молодежной политики //Социолог: образование и профессиональные траектории. – 2021. – С. 576-579.

¹⁵³ Шибаршина О. Ю. Современные проблемы трудоустройства российской молодежи //Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2019. – №. 2 (29). – С. 101-105.

характеристики желательной работы и (3) затрачиваемые ресурсы (что работник готов вкладывать в процессе работы). Т.е. что дает человеку работа, какой она должна быть, и что для этого он готов делать. Так как работа может выполняться в разных целях, то в зависимости от этого могут варьироваться ее значимые характеристики. Рассмотрение только характеристик желательной работы не позволяет получить полное представление о трудовых ценностях.

Для изучения интерпретаций трудовых ценностей респондентам также будет предложен ряд трудовых ценностей, которые им необходимо описать и проранжировать. Рассмотрев работы, направленные на исследование трудовых ценностей поколения Z и молодежи, были выбраны следующие трудовые ценности: хорошая заработная плата, удобный график работы, карьерный рост, развитие способностей, принесение пользы другим, коллектив и руководитель, удовлетворенность клиентов, видимый результат, обратная связь, разнообразие, мобильность рабочих мест, баланс жизни и работы, принятие решений, работа с технологичным оборудованием, интересные задачи, статус и престиж, креативность, инновационность.

Выборка.

Наполнение выборки предполагается выстраивать в соответствии с общим принципом качественных методов – принципом насыщения данных, когда данные, получаемые от респондентов перестают быть уникальными и разнообразными. Минимальный размер выборки – 10 респондентов. Территориально выборка ограничена возможностями исследователя (Санкт-Петербург и Ленинградская область).

В выборку будут входить люди, имеющие опыт работы от трех месяцев, так как за этот период завершается первичная адаптация к новым условиям и снижается напряжение и неуверенность, вызванные новой рабочей ситуацией.

Построение выборки строится по логике экстремальных случаев. Согласно данной логике информация, полученная из уникальных случаев, в дальнейшем может относиться ко всем промежуточным случаям генеральной совокупности.

При том, что в выборке должны быть представлены респонденты обоих полов, родившиеся в 2000-2005 гг., также будут по возможности представлены следующие характеристики:

- 1) место проживания с детства: крупный мегаполис; небольшой поселок;
- 2) профессиональное образование: высшее; среднее; отсутствует;
- 3) удаленная работа; работа в офисе;
- 4) наемный работник; предприниматель; занятый частной практикой.

Предполагается, что такое формирование выборки позволит выявить разнообразие представлений респондентов о трудовых ценностях.

Метод. Исследование опирается на качественную методологию. Методологическую основу исследования представляет символический интеракционизм. Обозначим некоторые из его ключевых положений, на которые будем опираться в ходе исследования¹⁵⁴.

1. Люди действуют в отношении вещей исходя из того, какое значение они для них имеют. К вещам относится все, что присутствует в мире – от физических объектов до конкретных действий, идеалов, систем.

2. Главным инструментом конструирования значений в ходе взаимодействия с другими людьми является язык. Язык также выступает средством, подсказывающим как действовать в отношении конкретных явлений, приспосабливаться к точкам зрения других людей, коммуницировать и т.д. Хотя взаимодействия могут происходить посредством использования цифровых устройств в медиапространстве без видимости конкретного человека, однако там все равно будут генерироваться значения и смыслы, воспринимаемые, а далее интерпретируемые людьми.

Выбранный метод сбора информации – полуструктурированное интервью. Данный метод позволяет респондентам развернуто отвечать на вопросы, а интервьюеру уточнять необходимую информацию в ходе.

Методы анализа данных: тематический анализ, сравнение.

¹⁵⁴ Блумер Г. Символический интеракционизм: перспектива и метод / Г. Блумер; пер. с англ. А.М. Корбута. Москва; Элементарные формы, 2017. 346 с.

Приложение 2

Гайд.

1. Расскажите пожалуйста немного о себе (сколько лет, откуда приехали (если не из СПб), чем увлекаетесь).
2. Расскажите поподробнее о своей работе (*чем занимаетесь, в какой сфере, в т.ч. занятость по найму/самозанятость, офлайн/онлайн, какой график*).
3. Вы работаете официально? Почему?
4. Как вы оказались на этой работе, расскажите поподробнее.
5. Какое образование вы получили? Ваша работа связана со специальностью? Образование было необходимо для трудоустройства?
6. Сейчас что нравится/не нравится в работе?

7. Работали где-то ранее или это единственное место работы? Хотелось бы остановиться только на одной, наиболее подходящей для вас/сменить на новую?
8. Что является наиболее важным, когда вы выбираете работу? Почему для вас это важно?
9. Как вы пришли к такому набору характеристик? Они как-то менялись?
10. Насколько ваша настоящая работа соответствует этим критериям?
11. Если бы вы сейчас были в поиске работы и у вас была возможность выбрать абсолютно любую, то какую бы вы выбрали?
12. Что мешает работать на наиболее предпочтительном варианте?

13. Продолжите фразу «моя работа – это...». (Что дает вам ваша работа, чем она для вас является?)
14. Смогли бы вы не работать вообще? Почему? Что бы вы делали, если бы у вас появилась такая возможность? (*например, был бы доход от сдачи квартиры*)
15. На какую работу вы не пошли бы никогда?

16. Насколько сложная у вас работа? Как много усилий вы на ней прикладываете?
17. К чему вы стремитесь на работе, есть какие-либо цели? Что для этого делаете?

18. Вы работаете в организации / самозанятым. А хотели бы попробовать самозанятость / работу в организации (*противоположный вариант*)? Почему? Что может произойти, чтобы вы поменяли свое мнение?

19. Сейчас вы работаете в офисе, оффлайн / удаленно. А хотелось бы поработать удаленно / в офисе? Почему? Что может изменить вашу точку зрения?

20. Что хотели бы поменять в работе?

21. Как вы думаете, с какими требованиями сталкиваются сейчас молодые специалисты? Как к этому относитесь? Что вы делаете, чтобы этим требованиям соответствовать?

22. Как много на вашей работе сверстников? Как бы вы описали их предпочтения относительно работы?

23. Чем вы отличаетесь от более старшего поколения?

24. Что вы слышали о поколении Z? Что вы можете о них сказать? Относитесь себя к этому поколению?

Далее респонденту предлагается перечень трудовых ценностей, интервьюер просит рассказать о них подробнее и насколько они важны для респондента. У респондента есть возможность добавить недостающее или убрать лишний вариант.

Среди ценностей, которые предлагаются респондентам перечислены следующие: хорошая заработная плата, удобный график работы, карьерный рост, развитие способностей, принесение пользы другим, коллектив и руководитель, удовлетворенность клиентов, видимый результат, обратная связь, разнообразие, мобильность рабочих мест, баланс жизни и работы, принятие решений, работа с технологичным оборудованием, интересные задачи, статус и престиж, креативность, инновационность.

Приложение 3

Таблица. Формальные характеристики респондентов.

	Пол	Возраст, лет	Место проживания с детства	Профессиональное образование	Онлайн/оффлайн работа	Работа в организации/предпринимательство/частная практика
Сборщик заказов	М	18	Санкт-Петербург	Среднее, незаконченное	Оффлайн	Работа в организации
Спортивный тренер	М	18	Санкт-Петербург	Среднее, незаконченное	Оффлайн	Работа в организации, предпринимательство
Портье	М	19	Санкт-Петербург	Среднее, незаконченное	Оффлайн	Работа в организации
Заведующая магазином	Ж	20	Не Санкт-Петербург	Среднее, незаконченное	Оффлайн	Работа в организации
Курьер, Кладовщик	Ж	21	Санкт-Петербург	Среднее, незаконченное	Оффлайн, был опыт работы онлайн	Работа в организации
Флаеровщик	М	21	Санкт-Петербург	Отсутствует	Оффлайн, был опыт работы онлайн	Работа в организации
Специалист по делопроизводству	М	23	Санкт-Петербург	Высшее, незаконченная магистратура	Оффлайн	Работа в организации
Специалист по кадровому делопроизводству	Ж	23	Санкт-Петербург	Высшее, бакалавриат	Оффлайн	Работа в организации
Рекрутер	Ж	23	Не Санкт-Петербург	Высшее, бакалавриат	Оффлайн, был опыт гибридной работы (оффлайн+онлайн)	Работа в организации
Ютуб-блогер	Ж	23	Санкт-Петербург	Высшее, бакалавриат	Онлайн	Занятая частной практикой

Приложение 4

Транскрипт интервью.

Интервьюер (И):

Привет! Расскажи, пожалуйста, сначала о себе. Сколько лет тебе, откуда ты приехала, если не из Питера, чем увлекаешься?

Респондент (Р): Привет! Меня зовут [Имя респондента]. Мне 23 года. Я живу в Питере всю жизнь. Я работаю на фрилансе, занимаюсь ведением творческого блога на платформе YouTube.

И: А можешь рассказать подробнее про свой блог, чем конкретно ты занимаешься в плане творчества?

Р: Я снимаю мастер-классы, преимущественно, на тему «вязание» и также творческие влоги о своей рукодельной жизни.

И: А можешь, все-таки, подробнее сказать, как проходит, в целом, твой день, как организовано твое рабочее место, как ты организуешь?

Р: Я, в принципе, не сильно завишу от графика, поэтому я его формирую сама, но из-за этого у меня нет никаких выходных, потому что я работаю весь день, но при этом могу отдыхать, тоже когда хочу. Я встаю с утра, занимаюсь обычными делами и потом у меня обычно идут съемки, пока идет световой день. Я снимаю на своем рабочем столе, который около окна, чтобы падал естественный свет, снимаю обычно свои руки. Вот. Дальше я, соответственно, этот материал, скорее всего, монтирую уже когда темно или в любой другой день, и загружаю на канал. Помимо этого еще снимаю вставки со своим лицом, периодически, которые нужны в начале и в конце видео, чтобы люди знали автора.

И: Все это делаешь ты самостоятельно?

Р: Да.

И: Никого, там, к помощи не привлекаешь?

Р: Да.

И: Расскажи тогда, как ты пришла, в целом, к такому виду занятия?

Р: Мне всегда нравилось, в принципе, смотреть на YouTube и я всегда занималась рукоделием и я решила. По крайней мере, это хотя бы это тот вариант съемки, где можно изначально было показывать только свои руки, для стесняющихся людей, а потом я уже осмелела и стала снимать намного больше себя, и потому что хотелось работать на себя в своем ритме.

И: Образование у тебя, насколько я знаю, это управление персоналом. Получала ли ты какое-то еще, кроме управления персоналом, или только твои знания. Собственно, что сама научилась – то и показываю.

Р: Да, только собственные знания, никаких дополнительных курсов не было. Может быть, просто какие-то творческие занятия в детстве, но, в целом, всему научилась сама.

И: Отлично. А тогда, скажи, почему именно пошла, вот, заниматься творчеством, и тем более в интернете вести свой блог, а не, например, то же управление персоналом, допустим, работать в офисе?

Р: Потому что офис – это довольно строго, это график очень «нормированный», который меня не совсем устраивает. Мне, в целом, по ритму жизни не близко такое, то есть даже если я и работала, мне все равно больше нравилось работать попозже, часов с двенадцати

дня. Обычно это были тоже какие-то там творческие специальности, и просто нравится заниматься творчеством гораздо больше, чем сидеть в каких-то офисах. Но и, может быть, то, чем я бы хотела заниматься в управлении персоналом – это как раз-таки, возможно, было лет через пять и для того, чтобы достичь этого уровня мне бы не хотелось тратить столько времени на работу, которая мне не нравится.

И: То есть ты выбираешь только то, что приносит тебе радость, то, что нравится тебе самой.

Р: Да.

И: Сейчас ты как-то организовала свою занятость, занимаешься тем, что тебе нравится. Есть что-то, что тебе не нравится, может, с какими-то трудностями ты сталкиваешься?

Р: Ну, трудности, во-первых, это самоорганизация. Я хоть и привыкла всегда себя держать в тонусе, все равно иногда думаешь, что можешь позволить себе подольше поспать, подольше не работать, но это все выливается в то, что я не успеваю по своим собственным срокам, плюс я еще продаю готовые работы, которые вяжу, еще что-то делаю. И, конечно, ты выполняешь очень много функций – ты себе и фотограф, и видеограф, и монтажер, и маркетолог, и в этом во всем нужны знания, и это тоже из ниоткуда не берется. То есть это все нужно и изучать, и снимать, и применять эти знания постоянно в жизни, и есть некоторые моменты, как и в любой работе, например, я не очень люблю монтировать видео, но пока на аутсорсинг у меня нет возможности это отдавать.

И: Как ты, все-таки, решалась все это делать самой? Да, в организации чем проще – то, что ты можешь выполнять какую-то одну функцию, другую уже делает другой человек. Как ты так решилась сама, все-таки, все объединить?

Р: Во-первых, я, если честно, не знаю, где искать человека, который бы понимал специфику съемки творческих видео, во-вторых, все равно человек не будет знать, как я хочу это видеть – а мне важно снимать именно так, как мне это нравится, но и, конечно, материальный вопрос тоже – нет возможности, в принципе, у начинающих (неразборчиво) нанимать кого-то. Чтобы просто самостоятельно заниматься изначально, конечно, мне интересно – я, в принципе, люблю все то, чем я занимаюсь и классно совмещать это в одно, потому что, если бы я постоянно, например, вязала бы, я бы просто от этого устала. А так как у меня помимо этого есть еще куча других дел, то я уже к моменту съемки «загораюсь» и хочу скорее начать делать какую-то работу.

И: То есть тебе важно, чтобы заниматься не чем-то конкретным одним делом, а периодически переходить от достаточно интересного занятия одного на другое.

Р: Да.

И: Что еще тебе нравится в твоей сейчас работе? Ты в целом называешь это своей работой или как-то по-другому?

Р: Да, называю. Нравится, во-первых, то, что я, в принципе, легко осваиваю очень много навыков. Освоила и осваиваю, я довольно разносторонний человек и при этом, в принципе, я развиваюсь и в других областях, не научных конечно, но, тем не менее – книжки на разные темы читаю. В принципе, помимо вот этой свободы, наверное, еще возможность тоже каких-то знакомств. Иногда бывает, то есть, я по влогу с несколькими людьми знакомлюсь, плюс это все равно какое-то развитие. Может быть, именно в узнаваемости среди мастеров. То есть я не как публичная личность какая-то, где меня, как блогера, на улицах могут узнать, нет, но какие-то мои работы мне нравятся. Плюс мне нравится аспект вот этого наставничества. Мне нравится учить, обучать, мне нравится видеть готовые работы людей и какая-то благодарность присутствует тоже. Может такое, амбициозное, с моей стороны.

И: Ты сейчас обучаешь людей и тебе именно нравится, что твои ученики достигают примерно тот же результат, что и ты?

Р: В целом, да. Но я хочу, скорее, не в обучение уйти, чтобы люди именно по моим работам делали что-то свое, потому что это все равно разные области, в вопросах статистики еще в YouTube... Но, именно, скорее хочется вдохновлять. Мне кажется, что творчество оно спасает от всего, и так как я занимаюсь вообще всем, чем только возможно, в принципе, мне кажется, мои видео несут основную цель – это вдохновение людей на то, чтобы там, не знаю, после рабочего дня сесть порисовать...

И: Да, все-таки заняться они этим должны и научиться, а не просто там посмотреть, как красиво видео, отдохнули, и пошли дальше смотреть другое? Все-таки есть цель, чтобы люди применяли именно то, чему ты их обучаешь?

Р: Вопрос в том, что они ищут. Тоже понимаешь, например, там же есть разные моменты. Если ты снимаешь мастер-класс нужно понимать, кто придет на этот мастер-класс. Этот мастер-класс конкретно должны забить в поисковике, найти мое видео, они его посмотрят, возможно, мне пойдут просмотры, там какая-то монетизация, возможно, даже люди подпишутся на канал, но я как личность им буду не особо интересна, потому что им нужна была конкретная информация. Я же сейчас пытаюсь уходить в другой формат, потому что мне важно развитие личного бренда своего именно, поэтому я скорее про вдохновение, нежели про обучение сейчас, чтобы люди хотели мои видео, условно, «ставить на фон», заниматься каким-то своими «творчествами» – «нетворчествами», или просто, чем угодно и знать, что я – это я и приходиться, в общем-то, на мой канал, чтобы смотреть мои конкретные ролики и, в общем-то, со мной виртуально общаться.

И: Поняла. Давай тогда от хорошего перейдем опять к трудностям. Например, как-то ты это официально оформляешь, то есть нужно как-то взаимодействовать с органами, чтобы это как-то оформить или ты к этому не прибегаешь?

Р: Вообще, конечно, нужно, но в масштабах моего блока в этом, в целом, нет никакого смысла. У меня не такие большие какие-то отчисления идут, конечно, в будущем следовало бы, но пока я даже не вижу в этом смысла, скорее больше мороки, нежели там какой-то доход будет идти. Но так, конечно, следует, но есть разные платформы, которые позволяют и, в принципе, так.

И: Тебя это устраивает...

Р: Точнее как, я, в принципе, можно сказать, плачу налог, у меня идут отчисления с YouTube, то есть я, как бы... Там какое-то двойное налогообложение, в общем, там какой-то налог идет.

И: Но YouTube, по сути, сам берет на себя эту часть, тебе как-то самой искать налог не нужно.

Р: Нет. Ты просто оформляешь договор и, собственно, тебе уже приходит то, что твое за вычетом всех нужных денег.

И: Поняла. Тогда расскажи, наверное, немного раньше ты работала, все-таки, не как самозанятый, не как фрилансер, а на такой, скажем так, работе по найму. Хотелось бы тебе опять как-то, я не знаю... Во-первых, наверное, можешь подробнее рассказать об этом, кем ты работала ранее?

Р: Я работала администратором, я работала в детском творческом центре администратором и в медицинском центре я тоже работала администратором. И еще я работала мастером маникюра, работала как на себя дома, так и в салоне.

И: Но в целом, поработав там, ты решила, что нет, я, все-таки, буду заниматься, сама буду все организовывать, этот прошлый опыт тебя к этому привел?

Р: Но там скорее... Нет, там и был интерес, в принципе, и необходимость тоже была. Сейчас, скажем так, ввиду некоторых возможностей, именно семейных, я могу себе это позволить.

И: Можешь уточнить про эти возможности, если не секрет?

Р: А, ну, в плане... YouTube, все равно, вот эта вся история, особенно с последними событиями, там очень сильно урезали монетизацию и очень много блогеров от этого пострадало. Конечно, у большинства блогеров основной доход идет не с монетизации, а с рекламных интеграций, но если ты снимаешь мастер-классы, то твой основной доход – это, скорее, монетизация. И, получается, что ты проводишь тот же объем работы, а денег получаешь, ну, как получал, когда у тебя было, там, две тысячи подписчиков, например. Точнее, даже меньше. И это, конечно, накладывает определенные финансовые сложности – то есть, нужно искать какие-то дополнительные пути, то есть, я стала делать платные мастер-классы, стала продавать свои изделия, но, естественно, если будет необходимость, то на работу, все равно, по найму придется идти, потому что это, все равно, не те деньги, на которые можно самостоятельно жить и, там, содержать всю семью, на данном этапе.

И: Вот а сейчас у тебя, по семейному положению, ты замужем?

Р: Да.

И: Поэтому, как-то, могу уточнить, супруг тебе помогает финансово, поэтому...

Р: Да, да, и финансово и поддерживает, в принципе, там.

И: А как другие твои родственники отнеслись к тому, что ты сейчас организуешь это сама, фрилансером являешься, а не работник организации? Как они, в целом, к этому относятся? Может быть, ты увидела какой-то у них пример, увидела, что родители такой опыт практикуют или кто-то из знакомых?

Р: У меня мама мужа, например, она тоже в творческой сфере, но она педагог, художник-педагог, и она тоже блог ведет, но это не основной ее род занятий. Вот, а так – нет, в принципе, ни у кого похожего не было ничего, просто всегда хотелось заниматься именно творчеством. После учебы в университете я это поняла, плюс во время ковида, все-таки, все сидели дома, а у меня на тот момент уже был канал и я начала его, то есть, я туда ничего не выкладывала особо, я начала его прямо активно вести, и тогда у меня начался прямо такой хороший рост и, в общем-то, условно три года до этого я добивалась того, что, там, за год достигла очень быстро и органично. Вот, поэтому, ну, конечно, сталкиваешься... Когда учеба в университете, то там, в принципе, никаких проблем нет. Но, по крайней мере, у меня в семье с этим сложностей не было, меня, как бы, финансово обеспечивали во время учебы в университете, все в этом плане нормально было. Потом, конечно, ты всегда сталкиваешься с чем-то таким... В общем, очень многие люди скептически настроены, я их понимаю, особенно старшее поколение, конечно, когда все привыкли, что ты идешь один раз, там, на завод и сорок лет на нем работаешь, очень сложно представить, что ты, там, сменил десять работ, а вот тут сейчас вообще сидишь дома и вяжешь игрушки, это странно. С другой стороны, в принципе, в моей семье позиция такая – как бы, у вас там, в вашей семье все устраивает, в вашей семье нормально, ну и, как бы, занимайтесь, кто, чем хочет. То есть, они, конечно, спрашивают, не хочешь ли пойти, но при этом, если есть какие-то успехи в моем деле, в принципе, никаких негативных моментов я ни разу не слышала.

И: Поняла. Все-таки, да, хорошо, когда есть поддержка от семьи, чтобы развивать то, чем тебе действительно нравится заниматься. Как бы ты тогда продолжила фразу: «Моя работа – это...?».

Р: В первую очередь моя работа – это радость. Моя работа – это мое хобби. Ну, в смысле, как вот это – найдите хобби и, в общем-то, вам никогда не придется работать. Вот у меня так. И моя работа – это не просто. И моя работа – это развитие, постоянное.

И: Развитие, хобби, радость... Можешь как-то поподробнее рассказать, что конкретно в работе приносит радость? Более подробно, в общем.

Р: Ну, радость, помимо графика и все такое, я плюс еще довольно домашний человек, мне, в принципе, нравится очень бытовая рутина и я радуюсь, что я могу ей заниматься самостоятельно, потому что мне это приносит удовольствие, плюс, конечно, я сама, в принципе, выбираю, чем мне сегодня заняться. Смотря какое у меня есть настроение – я могу и на камеру покривляться, могу и чем-то там заняться, записать какой-нибудь платный мастер-класс, уже на таком серьезном уровне. То есть, это про многозадачность, и про самодисциплину, и про творчество, про вдохновение, про постоянный поток вот этого позитива, который в тебе есть, когда ты занимаешься тем, что тебя действительно радует. Вот. Что там, хобби? Ну, потому что я всегда то тем, то тем, то тем занималась и сейчас это вылилось в то, что я стараюсь активно развивать в своей жизни. Вот. Что там еще у нас было? Развитие?

И: Да, развитие.

Р: Да, я постоянно, ну, как, не могу сказать, что вынуждена, но вынуждена в хорошем ключе, вынуждена учиться новому, потому что, все равно, появляются новые фишки, новые алгоритмы, ты по разному работаешь и где-то нужно учиться, чтобы, скажем так, выжить в этой нише, где-то появляются новые моменты – вот, сейчас, например, YouTube Shorts, которые перекечевали из TikTok и туда тоже... Там абсолютно другие алгоритмы, туда абсолютно другим образом нужно снимать, вот этот вот момент, рассказать что-то, в пятнадцать секунд уместить, плюс это, конечно, очень хорошо прокачивает ораторские какие-то способности. И, несмотря на то, что я не говорю перед аудиторией, я, в целом, себя спокойно чувствую, когда мне надо что-либо кому-то рассказать или какую-то информацию донести, выступить где-то.

И: Как ты этому обучаешься, когда нужно, например, освоить какой-то новый навык, например, опять же, как ты говоришь, короткие видео снимать или, например, какую-то технику вязания? Как ты этому обучаешься?

Р: Ну, в первую очередь, это насмотренность. Всегда, особенно, там, в творческих специальностях, очень важно найти, ну, какие-то ориентиры, понять вообще, ну, во-первых, как тебе комфортно, потому что, если ты занимаешься тем, что тебе очень не комфортно, в один момент это вылезет, и, в принципе, ты поймешь, что ты не в ту точку пришел, куда хотел. Потом, конечно, это тот же самый YouTube – это очень много информации, очень много классной информации, полезной, такой же бесплатной, вот которую люди снимают, как и я, но и, если мы говорим про какие-то программы или там именно саму съемку – метод «тыка», заходишь и, в общем-то, просто обучаешься – я в этом плане «легка на подъем», у меня нет с этим проблем.

И: Поняла. А смогла бы ты сейчас вообще не работать?

Р: Нет. Я и сейчас-то, когда работаю, у меня возникают иногда моменты, что я думаю, вот, как-то, что-то хочется поделать, а что – не знаю. Если бы я совсем не работала, то, наверное, нет. То есть, я бы не знаю, чем я занималась, может быть, какая-то домашняя рутина мне и приносит удовольствие, но, если была только она, я бы, наверное, с ума сошла от нее.

И: Так. Тогда, если бы, например, не знаю, у тебя была бы возможность заниматься тем же самым, например, там тоже, как это, не знаю, вязать там, читать там любимую литературу,

смотреть любимые фильмы, но при этом, как-то, не знаю, не монетизировать это, просто делать это для себя самой. Был бы тебе такой вариант подходящий?

Р: Ну, именно, в плане, как только этим заниматься и, например, нигде не работать совсем – нет. Потому что, все-таки, финансовая стабильность, какая – никакая, она нужна. И я все равно, ну, как бы, мы вдвоем с мужем живем и мы, все-таки, стараемся вносить общий вклад в наш семейный бюджет. И, если я этого не делаю, то есть, я понимаю, что такой формат для меня может быть и был бы возможен, но все равно мне важно иметь какие-то деньги, хоть у нас и общая копилка, все равно мне нужно в эту копилку свои деньги класть, чтобы я знала, что я приношу финансовую пользу в семью, в том числе. Ну, и чтобы я могла спокойнее там тратить на свои «хотелки», на путешествия – это же все общий вклад должен быть какой-то. Просто уборка, готовка, мне кажется, это недостаточно было бы с моей стороны, но для меня, по крайней мере, точно.

И: Понятно. Что входит в твои «хотелки» и, в целом, на что должен хватать тот доход, который приносишь своей творческой деятельностью.

Р: Прежде всего, на путешествия, я это люблю, я это ценю и хочу, чтобы путешествий было как можно больше. Во-вторых, это какие-то материальные моменты, в плане, конечно, там, банально, одежду себе новую купить, плюс это здоровье, здоровье в платных клиниках, тоже хотелось бы, чтобы хватало. Потому что это комфорт и это... Ну, прежде всего, это комфорт, это твое ментальное здоровье, которое потом уже ни за какие деньги не купишь. И чтобы хватало, в том числе, на, например, новые материалы для творчества и прокачку, там, не знаю, новую технику, какие-нибудь, там, штуки дополнительные для нее.

И: Хорошо. Поняла. Если бы у тебя сейчас была возможность выбирать абсолютно любую работу, какую бы ты выбрала?

Р: Эту же и выбрала бы.

И: Тебя она абсолютно устраивает?

Р: Да, кроме, вот, говорю, опять-таки, материального аспекта. Но я надеюсь, что с этим все поучится. То есть, более идеального и подходящего для меня варианта, в принципе, я не вижу сейчас.

И: Насколько должен повыситься твой уровень дохода, чтобы она прямо стала идеальной?

Р: Ой, прямо идеальной? На бесконечность. Не знаю, на очень много. Мне кажется, что... Ну, в смысле, что... Ну, как-то, знаешь, чем больше, тем лучше, как-то нет верхней границы у меня. То есть, конечно, было бы здорово, если бы, там, на первых порах, там, не знаю, процентов на пятьдесят повысилась бы. Но, вообще, в идеале, чем больше, оно же, как бы, это же больше эмоций, больше каких-то классных впечатлений можно получить, то есть, как бы деньги мы меняем на впечатления от чего-либо и мне эти впечатления очень важны и, ну, чем больше денег, тем больше путешествий, тем больше возможностей, конечно, это было бы очень здорово. Поэтому границы верхней нет.

И: Поняла. Тогда на какую работу ты никогда бы не пошла?

Р: Ну, на самом деле, если прямо, знаешь, нужда будет, то, наверное, на много бы что пошла. Не пошла, наверное, на совсем, там, продажу себя, вот что-то такое, прямо, несколько аморальное, может быть. Но, в целом, ну, наверное, не пошла бы на работу, где нужно сильные физические нагрузки выдерживать, потому что я в этом не сильна и плюс, ну, там, есть некоторые проблемы, может быть сложности со здоровьем и я бы не хотела лишний раз там что-нибудь таскать тяжелое, например. Ну, это прямо что-нибудь супер-тяжелое, то есть, если просто, там, не знаю, коробки на каком-нибудь пункте выдачи, в принципе, то и нормально, и работают же девушки там, в основном.

И: То есть, в целом, готова рассмотреть абсолютно любой вариант, в случае необходимости, но чтобы соответствовало твоим моральным принципам и, по сути, физическим возможностям?

Р: Да, именно так. А так, если, как бы, необходимость есть, то уже хочешь, не хочешь – пойдешь.

И: Поняла. Насколько ты бы сказала сложная твоя работа?

Р: Во многом сложная, во многом и не сложная. Смотря, что для кого. Например, очень многих и меня, в том числе, в начале, может останавливать, ну, какой-то хейт. Люди в интернете бывают очень жестокими, очень многие не знают, в принципе, про правила этикета общения в интернете и считают, что если это мое мнение, я его выскажу где угодно, вот, я тебе пришел на коврик, грязь нанес и, значит, убежал подальше. Но так же мы в обычной жизни не делаем и, конечно, вначале весь этот негатив он может очень сильно испугать и может очень сильно расстроить. И это, конечно, мне кажется, один из таких главных, в принципе, минусов работы, вот, в интернете, именно, где ты показываешь либо свою личность, либо результат своего труда. Вот, далее – это, в принципе, я понимаю во много, да, тоже сложно, потому что ты постоянно, по крайней мере, в моей области, ты постоянно должен чувствовать себя, ну, вот в этом ресурсе, модном, ты должен быть постоянно вдохновлен и проблема в том, что когда ты занимаешься творчеством и творчество – твоя работа, ты обязан быть вдохновленным, потому что ты не можешь, типо, у меня сегодня нет вдохновения, поэтому я ничего не свяжу, нет, ты должен сесть, найти в себе идею, связать и показать – смотрите как я классно связал. Иначе, просто статистика у тебя упадет, и все. То есть, ты просто обязан быть все время вдохновленным, ну и я нахожу именно эти пути искусственного поддержания в себе вот этого настроения, творческого, и, в принципе, в большинстве случаев это получается, но отдых и «выгорание», ну, бывает, такое. Вот, ну, так, в принципе, для меня, наверное, больше как-то ничего такого нет. Все остальное я как-то привыкла и, в принципе, мне нравится. Я не занимаюсь чем-то супер-сложным, например, в плане монтажа, у меня нет серьезных каких-то функций, чтобы я, там, часами сидела. Я просто нарезаю кадры, могу озвучить, сверху могу «музычку» поставить и это все. По съемке, если кому-то прямо важна супер-эстетичная картинка, там могут быть сложности, потому что нужно постоянно переносить эту камеру, нужно постоянно ловить хороший свет, нужно постоянно хорошо там выглядеть, но я над картинкой не сильно «запариваюсь».

И: Получается твои, не знаю, как ты их называешь, клиенты или пользователи, зрители, которые смотрят твои каналы, они, то есть, высказывают тоже свои предпочтения и ты стараешься как-то под них подстраиваться, чтобы, там, съемку улучшить?

Р: У меня не такая большая аудитория. Скорее я подстраиваюсь не под них, я подстраиваюсь под тренды, во многом, чтобы соответствовать... Ну, чтобы просто видео набрало больше просмотров, больше, там, какой-то реакции... В принципе, на YouTube не всегда важна позитивная реакция, она может быть негативная – это тоже реакция, и не могу сказать, что это меня прямо устраивает, но иногда, конечно, это работает. Потому что человек, который оставил хороший комментарий, он написал там, ну, круто, а там есть тоже некоторые моменты, что если от четырех слов, там, как-то больше активности это считается, в общем, а длинный комментарий тебе плохой напишет, еще с тобой человек в спор вступит и вот, у тебя видео полетело куда-то далеко. И стараешься ориентироваться на тренды и в каждой области они есть, в том числе и в творческой, вязальной области. Нужно, опять-таки, здесь развивать насмотренность и все равно я постоянно должна быть в сети, например, когда еще был доступен тот же TikTok, там, конечно, вообще, там ты постоянно должен в нем сидеть, чтобы тоже снимать какие-то актуальные видео, потому что ты постоянно должен быть в теме того, что сейчас модно, во всех этих областях, чтобы видео быстрее «заходило», потому что ты должен понимать, что сейчас люди ищут, вот на какой запрос твое видео должно попасть и

снять что-то такое, плюс ты должен зацепить обложкой, этим, названием видео, тоже там пытаешься делать вроде бы не «кликбейт», но иногда, конечно, они действительно приносят хорошие просмотры.

И: Поняла. Как ты, все-таки, подбираешь себе эту насмотренность, чтобы так вот тебе набить так, не знаю, руку набить, там глаз, как это можно будет сказать... Откуда берется такая насмотренность?

Р: Ну, во-первых, смотришь на какие-то методы съемки, именно смотришь на каких-то, не в плане, именно, известных, а людей, у которых хорошая статистика. Люди, у которых хорошая статистика – это мы смотрим на количество их подписчиков и примерно на их просмотры, они должны быть, ну, по числу похожи на подписчиков, если больше, чем количество подписчиков – это значит, что очень, такие, хорошие видео, «залетают», потому что работают рекламодатели, они работают не с тем, у кого много подписчиков, а с тем, у кого много просмотров. И тут ты ориентируешься именно на просмотры, в основном. Поэтому, да, лучше смотреть, ну, всегда, в принципе, хорошо посмотреть на тех, кто лучше тебя, чему-то научиться, проанализировать, как они снимают, про что они снимают и как они оформляют контент, плюс, конечно, это различные сайты, например, на Pinterest очень много всего, там очень много всего актуального, например, то, что за рубежом популярно, оно к нам приходит примерно через полгода, когда ты успеваешь уже об этом что-то снять и вот ты смотришь, ага, сначала там тысяча просмотров, а потом, ого, через год уже пятьсот тысяч. И, значит, ты попал в эту волну и понял, что люди сейчас будут смотреть. Поэтому, да, просто ищешь постоянно... Ты постоянно должен быть в интернете и проводить этот поиск информации.

И: Поняла. А сейчас у тебя есть какие-то цели, к чему ты стремишься?

Р: Да. Есть цели, ну, стремлюсь, конечно, к улучшению контента, который я делаю, и стремлюсь к улучшению статистики, к тому, чтобы было именно больше просмотров. Больше просмотров – это больше возможностей, всегда, на любых таких площадках. И, конечно, ну, пытаюсь развивать и как-то может быть покрасивее снять. Скорее нет. Я сейчас стараюсь находить вот эту середину между тем, что хотят люди, и тем, что хочу я, потому что, если снимать только то, что хочешь ты – это будет нравиться тебе, но это когда-то перестанет тебе доставлять удовольствие, потому что не будет никакой ответной реакции, на которую ты рассчитывал, но, если ты будешь снимать только для людей, то ты быстро «выгоришь» и перестанешь этим заниматься. Поэтому нужно находить середину, вот, я долгое время снимала, в принципе, на разные виды творчества, сейчас я углубилась в одну тему – вязание, которая сейчас популярна. Это был необходимый выбор, чтобы остаться в этой нише и как-то суметь там развиваться.

И: Вязание выбрала именно из-за популярности или еще почему-то?

Р: А, ну, во-первых, вяжу я хорошо, я занимаюсь этим давно, я хорошо вяжу. Во-вторых, вязание – это помимо контента именно на YouTube, который, в том числе, сейчас очень популярен, сейчас все вяжут, это сейчас стало очень модно. И еще один аспект – это, конечно, то, что в вязании очень много можно сделать платного контента, то есть это платные мастер-классы, это игрушки, которые ты сначала вязал, показал их в видео, смотрите, какой я молодец, вот так я связал игрушку, а потом ты ее продал. То есть, это возможность такого производства постоянного и, конечно, есть очень много разных идей, которые с помощью вязания можно воплощать. И лучше для развития выбирать, в принципе, одну какую-то нишу, не обязательно вязание, в принципе, в творческом блоге лучше выбрать одну область. Я очень долгое время этим пренебрегала, надеялась, что у меня, в принципе, получится во всем сразу находиться, но, к сожалению, это получается очень не у многих людей и там, скорее «выезжают» не за счет того, что человек много всего умеет, а просто, ну, за счет, может, какой-то харизмы, как-то нужно определенным образом себя вести на камеру, позиционировать, вот. И мой, видимо, путь – мне нужно было выбрать, продолжить заниматься этим уж скорее как

работой или пытаться все еще в эти закрытые двери стучаться, но я выбрала более такой, ну, скорее уже именно рабочий подход, не творческий, а такой, маркетинговый.

И: Поняла. Сейчас как бы ты сказала, ты, по сути, работаешь, получается, не удаленно, но при этом дома, не в офисе. Есть какие-то форматы, когда ты, допустим, подключаешься и взаимодействуешь со своими зрителями онлайн, то есть в режиме реального времени?

Р: Нет, я прямые эфиры не провожу. Но у меня, опять-таки, не такая большая аудитория, чтобы что-то такое проводить. Скорее мне могут написать где-нибудь, пообщаться со мной, могут люди, ну, просто, попереписываться, так, да. Можем в комментариях какую-нибудь тему затронуть. Ну, в общем и целом, пока просто нет таких масштабов, чтобы это было. Мне бы, наверное, и хотелось, как-то, но, пока так. Пока не общаюсь.

И: Можешь, как-то, не знаю, сказать так, что твое рабочее место – это твой дом?

Р: Да.

И: То есть здесь и дом, и рабочее место. Переходить в офис ты сейчас не хотела бы, правильно понимаю?

Р: Да.

И: Что может измениться, что ты как-то поменяешь свое мнение?

Р: В офис, в плане, перенести свою нынешнюю работу в офис или совсем уйти в офис, не связанную с работой, вот с этой?

И: Кстати, интересный момент. Давай тогда сначала в целом. Хотела бы ты как-то, наверное, сделать, вот именно, свой офис, когда ты не из дома будешь работать, а как-то, не знаю там, своя, там миниорганизация?

Р: Нет, я бы не хотела офис отдельный какой-то, но я бы хотела творческую мастерскую в квартире, я бы хотела свою комнату, свой кабинет.

И: То есть, все у себя дома?

Р: Да, но какое-то, конечно, отдельное именно свое закрытое пространство хочется, но так как я, в принципе-то, дома одна с котом провожу дни, то, в целом, можно сказать, что наша спальня это мой кабинет. Но, как бы, у меня есть свой уголок, конечно же, в идеале, хотелось бы, чтобы он был побольше, но и пока мне хватает места.

И: Поняла. Давай тогда спрошу, чтобы ты хотела поменять в своей работе?

Р: Мне кажется, в работе-то именно поменять ничего бы не хотелось. Может быть, какие-то моменты свои поменять, то есть, как будто бы надо все равно меньше лениться, потому что все равно я хоть и довольно организованный человек, у меня это очень присутствует, я люблю и поспать подольше, хотелось бы, наверное, изменить не в работе, а скорее в своем подходе стать все-таки еще более организованной, еще более, такой, подключать именно подход, как к бизнесу какому-то, потому что иначе это, скорее всего, не проживет долго. Вот, и, ну, да, в принципе, наверное, и все. Вот именно свою, какую-то... Больше смотреть и как-то легче менять то, к чему я привыкла. Потому что я такой человек, довольно консервативный, я вот если так, как-то, привыкла делать, я так и делаю. Я, в принципе, понимаю, что можно бы по-другому, но это же, как бы, надо выйти из зоны комфорта, надо там как-то чего-то покривляться где-то, и я вот долгое время к этому не прихожу, но зато когда прихожу, я в это вливаюсь быстренько.

И: Комфорт для тебя, то есть, является важным?

Р: Да, я очень завишу от этого.

И: Поняла. А в чем выражается ощущение твоего комфорта?

Р: Ну, можно сказать, в какой-то безопасности, и эмоциональной, наверное, и физической. В принципе, я сама себе хозяйка, как бы, захотела вышла, захотела осталась, то есть мне не надо ни перед кем отчитываться. Это моя свобода. Да, наверное, комфорт заключается в свободе. Ну, в том числе, да, в эмоциональной стабильности, потому что когда ты работаешь на кого-то, ты постоянно, скорее всего, нервничаешь. Я не люблю нервничать, а нервничаю я очень много, потому что я очень такая эмпатичная и, в принципе, я очень сильно, если мне там как-то не так сказать, я очень сильно по этому поводу могу расстроиться, поэтому мне, конечно, проще так. Ну, кстати, вот если возвращаться к минусам. Минус, наверное, это какое-то отсутствие, скажем так, общения с людьми. Все-таки, я хоть и не фанат прямо каких-то больших компаний, но, возможно, единомышленники бы не помешали. Ну, вот, что-то такое. Да, так... Что там за вопрос был, я уже забыла? А комфорт, да, мы говорили... Так, в чем еще комфорт? Комфорт, опять-таки, комфорт в контроле, потому что ты все контролируешь, все решаешь и комфорт, вот, в передвижении в каком-то, то есть, в целом, я могу очень легко от всех своих друзей, подружек, от всех, короче, кто у меня из знакомых работает по найму, я, в принципе, в большинстве случаев могу под них подстроиться и, как бы, из-за этого я «легка на подъем», вот, потому что, например, я могу сейчас, там, поработать, а завтра весь день не работать или прийти домой в девять вечера и все это время работать, там, до двенадцати.

И: Поняла. Ты говорила про единомышленников. Кто твои единомышленники?

Р: Люди, которые не видят свою жизнь без творчества. Это может быть все, что угодно. Ну, либо это не обязательно, чтобы человек занимался творчеством, ну, хотя нет, если мы говорим именно про единомышленников, а это скорее такой узкий круг людей, у которых с тобой схожие интересы и, конечно, хотелось бы, наверное, общаться, потому что у меня, все равно, вот, есть несколько близких друзей, но я не могу сказать, что они все разделяют мои интересы, то есть нам всегда есть о чем поговорить, но, тем не менее, я понимаю, что я им показала свою новую работу, они сказали, да, классно, красиво, но я не могу им рассказать, как там я, какой материал я использовала, как у меня рука, там, устала, ведь я неправильно держала этот крючок для вязания, и, конечно, хотелось бы какой-то такой, может быть, круг лиц, может быть, это какие-то офлайн мастер-классы проводить, что-то такое, где вы сидите, общаетесь и, в принципе, вам не нужно влезать, там, в жизни друг друга, вам просто нужно понимать, что вы занимаетесь одним делом, вы друг друга понимаете, и вы можете обсудить какие-то свои проекты.

И: Понятно. То есть это должны быть именно профессионалы, которые поймут твой опыт, поделятся своим и, в целом, добавят новые моменты по поводу опыта, по поводу каких-то, не знаю, «лайфхаков», как что-то изменить?

Р: Но это не обязательно профессиональны, это скорее именно люди, кому интересно то же, что интересно мне. То есть, я совершенно спокойно отношусь к людям, которые умеют намного меньше, чем я и это абсолютно нормально. Мне нравится, когда у меня интересуются, тут я уже чувствую, скорее, свою экспертность и вот этот уровень наставничества и, конечно, мне всегда интересно, меня могут спросить, я, там, и ссылками закидаю, где, что взять, и, там, подсмотрите вот эти видео, скорее просто, именно, чтобы людям было интересно что-то творческое. Так как мне очень много творческого интересно, я, в принципе, с любым из этих людей, скорее всего, смогу поддержать разговор.

И: Тогда давай рассмотрим в целом сейчас молодых людей. Как ты сейчас думаешь, с какими требованиями они сталкиваются по работе, что их ожидает по жизни, в работе?

Р: Мне кажется, что, в принципе, сейчас молодые люди очень амбициозны. Тут уже у всех тоже, ну, и я понимаю, что и у меня, может быть, там, определенный уровень дохода ты хочешь, а, естественно, на начальных этапах, скорее всего, тебе доход такой не дадут, плюс

же у нас тоже очень многие сейчас хотят уходить в онлайн и во многих компаниях это невозможно, и, мне кажется, многие могут столкнуться с тем, что какая-то вот эта внутренняя, может быть, неорганизованность, потому что я все равно вижу во многих людях это, что нет вот этой, может быть, ответственности, которую необходимо проявлять на некоторых должностях, ну, на большинстве, наверное, если ты куда-то идешь работать по найму, и нужно понимать, что, все-таки, ты здесь работаешь на кого-то, поэтому, если тебе дали требования какие-то, ты, как бы, должен их выполнять. То есть, есть работа, где ты можешь проявить свою какую-то инициативу, а есть работа, где, ну, как бы, тебе сказали, ты делаешь и, ну, как это сказать, какая-то наглость может быть неприемлема, во многом. Вот, то есть скорее, мне кажется, тут роль, наверное, во многом. Ну да, именно, что требования чужие к тебе, вот, будут. Вот с этим, наверное, могут быть некоторые сложности.

И: То есть, сложности, связанные со способностью приспособиться к требованиям извне, там, опять же, от работодателя?

Р: Наверное да, плюс еще, конечно, сложности могут возникнуть, например, с коллективом. Я тоже, там, у своих знакомых вижу, что не всегда люди сходятся и проблема в том, что очень много, в принципе, у нас, как будто бы, как будто бы, очень много неорганизованности во всем. То есть, я, в принципе, такой человек, я, несмотря на то, что я такая творческая, я довольно... мне надо разложить все по полочкам, мне надо, чтобы все было четко. То есть, даже в своей творческой сфере, я как бы понимаю, ага, я делаю вот это, мне нужно то-то, то-то, то-то. Я разграничиваю это все. А ты когда приходишь в коллектив, в принципе, там, конечно, могут быть сложности и с адаптацией, в том числе. Я же тоже работала, в принципе, по найму, в общем-то, понимаю, о чем говорю, особенно, ну, смотря какой коллектив, то есть, смотря куда ты попадешь, и, смотря какие там взаимоотношения приняты и как тебя туда, в этот коллектив, введут. Потому что я тоже, где работала, где-то прямо хорошо с тобой взаимодействовали, где-то, как бы, ну, объяснили как бы твои обязанности, а дальше никто не занимается тем, чтобы тебя как-то влить в это общество, там, куда-то позвать, пригласить, вот. То есть коллектив, мне кажется, в принципе, не обязательно коллектив, в общем-то, вот этот «человеческий фактор» он, наверное, мне кажется, везде будет сложным, потому что ты можешь научиться делать какие-то функции, ты можешь научиться вставать с утра и не опаздывать на работу, но ты не можешь научить другого человека, например, как общаться с тобой, вот, как-то быстро, особенно, если вы коллеги, а не друзья, и ему, по сути-то, как бы немного все равно, что ты там думаешь про него. И вот эти моменты «притирки» могут быть сложными.

И: Ты сама с этим сталкивалась, тебе было, например, сложно как-то подстроиться под, допустим, более старших коллег или, там, не знаю, пусть даже ровесников, когда работала, получается, по найму?

Р: Да, было сложновато, вот. В принципе, ты когда приходишь в какой-то определенный, уже сложившийся коллектив, который отлично взаимодействовал и без тебя и до того, как ты пришел, ты, как бы, не всегда хорошо себя чувствуешь, плюс я довольно, все-таки, такая робкая во многих моментах, то есть, я если с человеком общаюсь, я довольно хорошо общаюсь и уже активно могут там свою позицию высказывать. Если я прихожу к каким-то незнакомым людям, мне не всегда просто раскрыться, особенно, если, например, меня, скажем так, ну, в позитивном ключе не вынуждают это сделать, то есть, не знакомят там как-то со всеми. А когда ты приходишь, например, тебе говорят, вот оно твое рабочее место, ты тут сидишь, ну, там по ходу разберетесь. И вот это странно бросать, особенно, такого новичка, особенно, если он там младше всех и только вот зеленый пришел. Вот вы его бросаете и, типо, давай сам, ну, было бы классно, конечно же, к нему кого-то приставить, чтобы он вел все-таки... Коллектив, чтобы почувствовал себя неловко, потому что работа, это то, куда ты ходишь, в принципе, каждый день и это люди, с которыми ты каждый день взаимодействуешь,

и тебе важно с ними иметь, ну, как бы, нормальные, здоровые отношения, без всяких там негативных моментов.

И: Поняла. Как часто ты сталкивалась на работе, именно чтобы твоими коллегами были сверстники, вот, пусть даже на предыдущих местах или сейчас, как часто со сверстниками работать приходится?

Р: А я, кстати, ни разу не работала со сверстниками. У меня все время были люди старше, ну, потому что это такие области. Если ты идешь, там, администратором куда-либо, скорее всего, ты как бы самый младший, неважно какая область, ты явно младше директора будешь, но, по крайней мере, в нашем возрасте пока еще. Ты там будешь, скорее всего, если это что-то педагогическое, ты будешь младше педагогов, если это врачебное, ты будешь младше врачей, вот. Скорее всего, так. Ну, в двадцать лет, наверняка, да, будешь самым младшим.

И: Как бы ты сказала, чем люди твоего возраста отличаются от людей более старших поколений, в плане работы, то есть какие-то предпочтения у них другие, отличаются от твоих сверстников, например, и от тебя самой?

Р: Если честно, мне кажется, что, в принципе, это не зависит от возраста, это зависит от человека, то как он себя ведет. Возможно, где-то больше опыта и там, конечно, да, ты приходишь, и тебе когда объясняют, они там быстренько тык-тык-тык, а ты еще не понял, как включить-то компьютер, где кнопка, и стоишь такой. То есть, ты-то понимаешь, как этим пользоваться, но именно как конкретно в организации принято ты не сразу разбираешься, но, мне кажется, от возраста вообще... Я не работала с, допустим, людьми очень прямо старшего возраста, то есть это были люди примерно лет, ну, хотя, лет до пятидесяти, это были люди, от, где-то, наверное, от тридцати до пятидесяти, примерно. И не зависит от человека, были люди, там, совсем старше меня, с которыми ты абсолютно спокойно взаимодействуешь, были люди там, не знаю, на десять лет меня старше, с которыми немного труднее, то есть, тут, скорее от человека, а не от возраста, и от того, все-таки, какая область, где ты там работаешь и сложился ли уже какой-то коллектив и вопрос, готовы ли люди в этот коллектив принять. То есть, если ты, например, работаешь в офисе, мне все равно кажется, что вы там все рядом, особенно, если какой-то, не ты в кабинете сидишь, а вы, как бы, все там рядышком сидите, то, в принципе, скорее всего, там попроще будет, отношения как-то сложатся. Но, если у тебя есть свое закрепленное рабочее место, а чужие рабочие места находятся, ну, за дверями, за какими-то тоже, то, скорее всего, вы контактируете во время обеда и не то, чтобы новичков зовут на эти обеды.

И: Понятно. А как-то ты, все-таки, сверстники у тебя есть, среди друзей, знакомых, как бы ты описала, какие у них есть предпочтения по поводу работы, может быть, обсуждали или, в целом, ты что-то замечаешь?

Р: Ну, есть сверстники, друзья, да. Все работают по найму, в принципе, ну, предпочтения, во-первых, ну, конечно же, всем хочется мало-мальски прилично зарабатывать. То есть, большинство людей, с которыми я общаюсь, даже приходя на работу новичком, ну, хотели бы видеть зарплату от тридцати пяти, а лучше бы от сорока тысяч рублей в месяц. Ну, в принципе, на самом деле, вот я так смотрю, не так сложно найти работу, вот, с такой зарплатой. Очень многие компании предоставляют, такой, как бы, старт. Вот, да, это материальный аспект. Далее, конечно же, сейчас очень многие, у меня много друзей, например, официантов. Я не могу сказать, что, ну, кто работал когда-то в этой области именно, не могу сказать, что они прямо любили эту работу, но официант это какая-то, в чем-то, тоже легкость, что ты в большинстве случаев, там, особенно когда студент, ты, когда время планируешь, и классно, что ты можешь и учиться, и работать, вот. Мне кажется, тоже важно, именно, как-то, иметь возможность, может быть, график свой формировать, то есть, у всех людей разные пожелания, кто-то любит два через два по двенадцать часов вкалывать, но два

дня полных отдыхать, кому-то нормально восемь часов в день пять дней в неделю работать, вот, то есть, возможность... Важен еще, да, график комфортный для людей и, конечно, важен коллектив, потому что я часто сталкиваюсь с тем, что, например, человек может сказать, ну, как бы не сильно, там, мне эта работа уже интересна, но у меня там такие классные коллеги, что, ну, так круто, на работу приходишь, тебе комфортно, ты себя чувствуешь спокойно, просто посидел, поработал, пообщался, получил деньги, ушел радостный домой, еще и потом встретились на корпоративе. То есть, наверное, на первое место, все-таки, поставим материальный аспект, потому что без этого ты не выживешь, в любом случае, потом социальный, и потом мелочи, по типу, графика, по типу, может быть, какого-то удобства, но, в принципе, я не сталкивалась с тем, чтобы кто-то отказывался от работы, если там, не знаю, не было бы рядом туалета, например.

И: Обычно, все-таки, он там есть. Да, такие базовые удобства. Спрошу тогда, что ты слышала о поколении Z?

Р: Шутки, мемы. Но, на самом деле, я, можно, ну, поколение Z это тут уже у нас по разным источникам, там, от девяносто пятого, да, или, там, от две тысячи первого. Ну, мне кажется, я, все-таки, не прямо поколение Z, скорее пограничное, вот, я и мои сверстники, но я общаюсь близко с людьми младше меня, которые, откровенно поколение Z, вот, но у меня нет большой выборки в этом, но я имею представление о паре людей, скажем так, в этом.

И: Эти пара людей ты как-то можешь сказать, почему они такие типичные, поколение Z?

Р: На самом деле, нет. Не могу сказать, что прямо есть какие-то супер-признаки, явно. Опять-таки, это тоже, смотря какой человек. Во-первых, тоже надо не забывать, откуда человек, где учился, то есть это все тоже влияет, потому что, опять-таки, зависит не от поколения, зависит от самого человека, если... зависит от человека, от воспитания, окружения, там, трали-вали. Я бы сказала, что они и мы, наверное, ну, я не могу сказать, что есть прямо какие-то супер отличительные черты, например, от нас, от нашего возраста ребят. Мне кажется, они более такие спокойные, в плане, у них нет вот этого, то есть у нас все равно есть еще такое, там, нужно закончить школу, нужно закончить университет, нужно уйти на работу и, там, когда-нибудь, ты себя найдешь. Очень многие сейчас такие, мне там восемнадцать, семнадцать лет, я, ну, если поступлю, то поступлю, не поступил и ладно, главное – найти себя, то, чем тебе интересно заниматься, и, ну, это классно, это здорово. В принципе, знаю тоже несколько таких людей, ищут то, что им нравится и, если они это находят, они себя прямо классно в этом чувствуют и не переживают сильно, если вдруг попробовали и не получилось и не нашли себя в чем-то, да, в восемнадцать лет.

И: Все равно, пожелаем им найти себя. Все-таки у них все впереди. Да, благодарю, что, все-таки с интересом рассказала о своей работе.

И: Могу тебе еще предложить не большой такой пункт для выполнения, скину тебе сейчас, не знаю, в VK, наверное, перечень того, что для других еще молодых людей является важным в работе, ты как-то их прокомментируешь, скажешь насколько это важно для тебя самой. По времени удобно тебе будет?

Р: Да, ты сейчас хочешь именно в видео или написать тебе?

И: Я тебе сейчас напишу в VK, сейчас смотри, видео, хочешь убираем, хочешь оставляешь, как тебе самой тоже удобно.

Р: Да, давай сейчас открою, я, в принципе, вижу. Так, что надо сказать с этим?

И: Ну, например, первое у нас идет хорошая заработная плата. То есть, как это понимаешь и насколько для тебя это важно, если важно, то как-то прокомментировать.

Р: Для меня, да, именно, конкретно для меня?

И: Именно для тебя.

Р: Хорошо. Так, хорошая заработная плата. Очень важно, без хорошей заработной платы ты далеко не уедешь и себя обеспечивать не сможешь. Будешь очень грустить и печалиться, потому что не хватит на свои «хотелки».

И: Хорошая заработная плата, она какая?

Р: Она должна хватать на удовлетворение твоих, ну, на удовлетворение, во-первых, каких-то первичных потребностей, на удовлетворение, ну, как это, на то, что тебе важно, то есть, если там хочешь путешествовать, это не значит, что тебе должно сразу же хватать твоей хорошей зарплаты на Мальдивы, но, хотя бы на какое-то путешествие, наверное. Хорошей заработной платы должно хватать на комфорт плюс жизнь. Хорошей, да, там, отличной и выше, уже там каждый сам для себя, но, наверное, да, хорошая заработная плата – это твоя комфортная жизнь, скажем так, чтобы ты сильно не смотрел, наверное, ну, можем сказать, на цены в некоторых моментах. То есть, мы недавно тоже там обсуждали с друзьями, что есть градация зарплаты, например, если ты там не смотришь на цены в магазине, там, это одна зарплата, если, там, не смотришь на цены в одежде, это другая зарплата, ну и так далее, смотря какой магазин, в общем-то. Смотря в каком магазине, ты не смотришь на цену, а просто берешь то, что хочешь. Вот.

И: Тебе в каком магазине хочется не смотреть на цены?

Р: В туристическом, ну в смысле, в этом, в турфирмах.

И: Поняла. Сколько тебе для этого нужно зарабатывать, чтобы не смотреть на ценники турфирм?

Р: Я боюсь такие суммы называть, мне кажется.

И: Страшно.

Р: Не знаю, да. Ну, не знаю, ну тысяч триста, может быть для начала.

И: Да, есть к чему стремиться.

Р: В каком-то там супер-хорошем мире живем.

И: Давай тогда идем дальше. Удобный график, какой?

Р: Удобный график тоже важно, но, смотря, что в приоритете. Например, наверное, для меня лично, все-таки, хорошая зарплата будет важнее, чем график работы, вот. То есть, смотря, ну скажем так, за сколько ты готов продавать свое удобное и неудобное время. Если тебе хватает, все равно мы продаем время, если тебя устраивает стоимость твоего времени, то, как бы, все супер, в принципе, каждый сам решает, вот.

Карьерный рост, ну, будет странно, если я сейчас скажу, что он для меня важен, потому что у меня вообще карьерного роста, как бы и нет, но для меня, не важен. Для меня гораздо важнее, именно, чтобы тебе нравилось, а там, ну, как бы, на высокой ты должности или нет, для меня не важно, наверное, так.

Развитие способностей, важно. Да, развитие способностей это, в принципе, про поддержание интереса, как к работе, так и к жизни, потому что, если мы не развиваемся мы становимся скучными, прежде всего, сами для себя, ну, мое мнение, вот. Поэтому развитие способностей важно.

Принесение пользы другим. Вообще, скажем так, не навреди, вот это важно. А про пользу, я скорее про то, что сначала надень противогаз на себя, потом на других. Прежде всего, мне кажется, тут важно, ну, тут скорее не про пользу, а про удовольствие, если ты другим, ну, кому другим, прямо обществу в целом, наверное, не прямо важно, хотя мне нравится обучать, но, в принципе, мне не сильно важно, именно вот с этой точки зрения. Я обучаю десять человек или десять тысяч, то есть мне классно, если просто кто-то мне написал, сказал, вот это здорово, мне помогло, я уже радуюсь. Если таких десять человек написало, то вообще супер. Но скорее, мне кажется, тут может быть про пользу другим, в смысле, в своем окружении, вот это может быть, ну, как-то тоже неплохо было бы, если ты живешь в семье, наверное, здорово приносить пользу семье, вот.

Коллектив и руководитель, важно, если ты работаешь, скажем так, если ты работаешь, наверное, вот как бы, да, когда ты сидишь, там, своими делами позанимался и ушел то, наверное, не сильно важно. То есть, руководитель, ну тоже, то есть, тебе главное, чтобы было именно комфортно. В принципе, твой коллектив не твои друзья, не должны быть такими, здорово, если получается, ничего страшного, если не выходит, скорее важно просто, чтобы люди были адекватные вокруг, чтобы ты чувствовал себя на работе комфортно. А там уже сложились или нет. Но, если вы постоянно общаетесь, там, не знаю, постоянно у вас эти там, десять раз в день совещания какие-то или вы, там, в команде именно работаете, вот тогда, конечно, важно. Если каждый сидит за своим рабочим местом, то было бы здорово, но ничего страшного, если просто нормальные отношения. Для меня, я не работаю в коллективе, поэтому конкретно сейчас это не имеет значения, но вообще, конечно, коллектив и руководитель для меня конкретно важно, потому что я человек социальный и если я уже куда-то иду, намного было бы комфортнее с кем-то, все-таки, хорошо общаться. Как в школу идешь, если есть подружка с тобой за партой, как-то тебе попроще, все-таки, контрольные писать, вот.

И: Понятно.

Р: Удовлетворенность клиентов, важно, важно конечно. Если ты работаешь с клиентами, то, да, мне важно. Удовлетворенность моих клиентов – это моя репутация. Моя репутация мне важна. Если у людей, например, остался негативный отзыв о каких-то моих изделиях, то, конечно же, это для меня имеет значение, и я постараюсь эту ситуацию исправить. Хорошо такого еще не было, но, в целом, мне важны отзывы, мне важна очень обратная связь, я работаю, если с людьми, то, конечно, я там, не знаю, не буду продавать товар, в котором я не уверена. Эта моя репутация, которую я выставляю на весь интернет, поэтому надо, чтобы она была хорошая.

Видимый результат для меня важен, да, потому что видимый результат – это итог твоих действий. Итог того, к чему ты идешь. То есть, вот, например, если ты работаешь, например, ну, где вот, я администратором работала. Я не знаю, какой там у меня мог быть видимый результат, что я, там, заказала материалы, не знаю, или анализы подписала, ну, смотря какая работа. Для меня важно, потому что видимый результат – это то, что я потом буду людям показывать и буду об этом рассказывать. И мне важно, чтобы он был наглядный, чтобы он был красивый, ну такой, как я и хотела видеть. Это важно, потому что я буду это позиционировать, как свое творение.

Обратная связь. Но тут, скорее, тоже к удовлетворенности клиентов, обратная связь важна. Обратная связь важна конструктивная, если это критика, чтобы без негатива, потому что, если тебе говорят очень жестко, резко и негативно, это не могу сказать, что важно, это скорее неприятно и, как бы, от такой связи смысла не будет. А если человек действительно пытается помочь и довольно вежливо объясняет свою позицию, то, конечно, это важно, особенно, если работаешь с клиентами с людьми, важно понимать какие плюсы и минусы есть в твоей работе, чтобы плюсов потом стало больше, а минусов меньше.

Разнообразие, нормально пока, да?

И: Отлично.

Р: Разнообразие. Мне важно, потому что, если я долго занимаюсь одним и тем же, я от этого быстро «выгораю», то есть у меня есть такое, что я, например, хочу чему-то обучиться и как только я этому на хорошем уровне обучилась, я немного уже «подостыла». Вот. Но, например, тоже, если ты в какой-то прямо офисной работе, не знаю, во многом, вот, я говорю про разнообразие, в плане – разные виды творчества, но при этом моя работа довольно однообразная, потому что я, в целом, всегда выполняю одни и те же действия, но, может быть, разные их виды. И в таком плане для меня важна как раз таки однообразность, как синоним стабильности, для меня это важно. Вот. Если разнообразие, да, как переключиться на другое дело, это хорошо, если разнообразие, как постоянное что-то, выход из зоны комфорта, то, наверное, не очень. Вот.

Мобильность рабочих мест. Ну, тоже, мне странно на эту тему рассуждать. Что имеется в виду?

И: Например, возможность в любое время сменить место работы, там, перейти, там, из одной сферы в другую или из одной компании в другую.

Р: Нет, наверное, для меня это вообще, как бы, не важно, потому что, ну, я не знаю, я обычно, как бы, если прихожу в компанию, то, ну, в смысле, если я куда-то устраиваюсь, то я, как бы, там. Если я хочу в другое место, скорее всего, я пойду в другую компанию, совсем. Ну, то есть, скорее, не знаю, это как будто бы что-то уже не подошло и переводиться, там, в какое-то другое место в этой компании, возможно, если имеется в виду локация, да, вот, например, кто работает в «общепитах» и там какие-то точки, возможно, это имеет смысл, для меня конкретно, ну, сейчас, наверное, это вообще не важно. Для меня важна моя мобильность, что я как человек могу, например, работать здесь, могу поехать куда-то и работать там, вот, в таком варианте мобильность важна, а так, мне, как бы, у меня специфика.

Баланс жизни и работы очень важен, да. Для меня лично, очень важно, потому что, ну, во-первых, когда ты работаешь дома, у тебя все равно все это «вперемешку», ты уже не понимаешь, где ты работаешь, а где ты просто так, для удовольствия занимаешься чем-либо, ну и, в принципе, даже если ты работаешь в офисе, ну, моя позиция, что мы работаем, скажем так, чтобы жить, а не живем, чтобы работать. И как бы классно на работе не было бы, как бы ты ее сильно не любил, скорее всего, в жизни есть еще какие-то интересы и, если ты занимаешься ими недостаточно, то, возможно, в определенный момент, работа как-то будет негативно восприниматься. Поэтому классно, если ты работаешь в удовольствие, зарабатываешь в удовольствие и потом занимаешься, помимо работы, которая тебе, ну, в общем-то, нравится, еще чем-то, что тебе приносит удовольствие, вот.

Так, принятие решений. Ну, вот, сейчас для меня это важно, потому что я, как бы, себе и начальник, и сотрудник, но, если я, как бы, сотрудник на кого-то, мне это не особо важно, ну, возможно, я не занимала какие-то, там, высокие должности, может быть, поэтому. То есть мне, в принципе, мне классно, если, например, мое мнение является экспертным действительно и со мной советуются, тогда конечно, это важно, потому что я, например, вижу, что там, вот так сделать, ну, не надо так делать, например, там, написать надо было во все социальные сети, допустим, но я вижу, что так писать не надо, я, ну, классно, когда мне скажут, напиши сама. Но бывают ситуации, когда это не твоя специфика, а тебе все равно говорят, сделай сам, как хочешь. И вот такое, мне, наверное, не близко, потому что, это скорее не про рост и развитие, скорее про сильный стресс, вот, потому что было бы классно, если бы тебе объяснили, показали, а дальше уже сам делай. И вот тут такие решения, наверное, не сильно вижу смысл, вот. Но, если ты руководитель, то, конечно, важно принимать решения, все-таки, твоя обязанность, вот.

Работа с технологичным оборудованием. Опять-таки, что за специальность. В моей работе это очень важно. В моей работе техническая вот эта вся история она важна, потому что, если у тебя тупит компьютер, когда ты монтируешь, это очень, очень неприятно, если у тебя «дурацкий» звук, когда ты озвучиваешь, это, скорее всего, плохая статистика, и если (неразборчиво) фокусы, то, скорее всего, его смотреть не будут, либо напишут очень много негативных комментариев. Поэтому мне техника важна, но не на уровне прямо какого-то профессионализма супер, но на уровне, скажем там, житейском, чтобы просто людям было комфортно, классно меня смотреть, у меня должна быть мало-мальски подходящая для этого техника, вот. Если ты работаешь в офисе, например, за компьютером, то там, наверное, тоже. Но мне, например, было бы удобнее работать, ну, как-то, приятнее мне было бы работать с приятной техникой, там, с красивой, какой-нибудь, не тормозящей, вот. Классно было, я тоже работала, этим, администратором, у меня был ноутбук, который с этим, с сенсорным экраном, и мне прямо так нравилось, я прямо там... в общем, ну, просто, как-то, хорошая техника она тебя радует, хорошая техника еще может быть связана, например, с оборудованием, ну, скажем так, уголка сотрудников, это тоже очень важно. Если у тебя есть там, какие-то, ну не знаю, кофе-машина, «микроволновка», вот это все, конечно, это повышает твою лояльность, как бы, к компании. Потому что я сама так работала и не было возможности где-то разогреть еду и, конечно, это очень расстраивает, ты живой человек, ты хочешь есть. Поэтому, вот это, тоже важно.

И: Понятно.

Р: Интересные задачи, да. Интересные задачи – это значит, что тебе нравится твоя работа, ну, в моем понимании, твоя работа тебе нравится, она тебе интересна. Если интересных задач нет, это превращается в рутину, которая просто приносит деньги, но тогда, как будто бы, ты теряешь очень большую часть своей жизни на то, чтобы просто заработать деньги, когда можно это делать в удовольствие. Поэтому интересные задачи важны, классно, когда работа нравится и она тебе интересна.

Статус и престиж, наверное, нет. Хоть, возможно, мне важная какая-то узнаваемость в моей сфере, но я бы, наверное, не хотела, там, чрезмерно чтобы это было. Ну, то есть, в принципе, я не разделяю работу на престижную, не престижную. Как бы человек работает, если ему нравится, и, Слава Богу, если не нравится, ну, это, как бы, не мое дело, вот. Мне на статус и престиж немного все равно. Вот.

Креативность важна. Она, опять-таки, как будто бы взаимосвязана с интересными задачами, потому что когда тебе интересно, ты начинаешь что-то придумывать. И, в принципе, так как я занимаюсь творчеством, мне креативная составляющая очень важна и классно, когда в работе ты можешь себя как-то интересно с этой стороны проявить. Вот.

Инновационность, не знаю. Наверное, нет, ну, потому что я работаю, и работала совсем не в таких сферах. То есть, технологическая, ну, техника сама по себе, чтобы была нормальной – это важно, а инновации какие-то, ну, я, наверное, не про это, вот.

И: Поняла, благодарю.