

Е. Ю. Садовская

*Минский государственный лингвистический университет,
Минск, Беларусь, sadovskaya@sbmt.by*

О ВЛИЯНИИ СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Статья посвящена проблеме связи современных экономических трендов и вопросов межпоколенческой коммуникации. Наблюдаемые в настоящее время экономические и социальные изменения оказывают влияние на компании и сотрудников, которым приходится постоянно развиваться профессионально и улучшать свои «soft skills». Одним из наиболее критичных аспектов является коммуникация между представителями разных поколений. Межпоколенческое взаимодействие является крайне важным для успешного функционирования компаний. Межпоколенческий дискурс манифестируется в процессе межпоколенческой коммуникации посредством использования определенных лингвистических инструментов и поведенческих особенностей. Различия в значительной степени обусловлены воздействием отличающейся системы ценностей.

Ключевые слова: экономика, современные тренды, межпоколенческое взаимодействие, межпоколенческая коммуникация

J. Sadovskaya

Minsk State Linguistic University, Minsk, Belarus, sadovskaya@sbmt.by

ABOUT THE IMPACT OF MODERN ECONOMIC PROCESSES ON INTERGENERATIONAL COMMUNICATIVE INTERACTION WORK

The article deals with the connection between modern trends in economics and issues of intergenerational communication. Current economic and social changes put pressure on companies and employees who now are required to constantly develop professionally and improve their soft skills. One of the most crucial aspects is communication between members of different generations. Intergenerational interaction is crucial for a successful operation of a business. Intergenerational discourse is revealed when representatives of different generations communicate demonstrating linguistic and behavior differences. Most noticeable differences are the result of the impact of the differing systems of values.

Keywords: economics, modern trends, intergenerational interaction, intergenerational communication

Особенности современного взаимодействия в бизнес-среде подразумевают адаптацию и модернизацию целого ряда вовлеченных процессов. Более широкое использование различных технологий, реализация большинства процессов в режиме онлайн и возрастающая конкуренция подразумевают необходимость изменений, в том числе в среде делового общения. Современная проблематика не только тесно увязывается с геополитическими и международными экономическими и социальными преобразованиями, но и с вовлеченной гуманитарной составляющей.

В настоящее время в качестве наиболее заметных трендов в сфере экономики выделяют все более широкое распространение сферы сервиса, сдвиг в сторону шэринг-экономики, а также горизонтальную направленность бизнес-процессов. В частности, сервисный сектор демонстрирует активный рост: «В 2017 г. сервисный сектор составлял 63 % от мирового ВВП, и эта цифра растет» [1]. Шэринг-экономика подразумевает совместное пользование, например, автомобилями

и жильем, предметами обуви и одежды (в частности, на уровне обычных потребителей) и стал заметным «...тренд на совместное пользование (*sharing economy*) и совместное производство: ожидается, что к 2025 г. объем рынка шеринг-экономики достигнет 335 млрд долл. США (в 2014 г. он составлял всего 15 млрд долл. США) [1]. Наконец, происходят значительные изменения в направлениях и средствах коммуникации: «Третий фундаментальный тренд – сдвиг от вертикальной организационной структуры к горизонтальной, от централизованных авторитетов – к глобальным сетям» [1]. Это означает, что в рамках подобных экономических и, соответственно, социальных трансформаций станут востребованными постоянное развитие и адаптация сотрудников, которым также необходимо меняться, чтобы соответствовать изменениям: «Фокус смещается с функционала на результат, который показывает человек или которого он помогает достичь. Как процессы стали важнее продуктов, так и умение изменять свои функции стало важнее специальности. Чтобы выжить, компаниям необходимо постоянно модифицировать и менять услуги, поэтому и люди, которые над ними работают, тоже должны постоянно меняться... меняться должны именно люди внутри существующих команд, поскольку менять команды целиком для бизнеса непозволительно дорого» [1]. Происходящие изменения подразумевают получение новых навыков и знаний, а также исчезновение и трансформацию существующих и появление новых профессий: «Согласно свежему исследованию Burning Glass Technologies (анализирует тренды на мировом рынке труда), „гибридизация“ уже переформатировала более чем 250 профессий, а в следующие 10 лет количество «гибридных» видов работ должно вырасти вдвое: 21 % «гибридных» против 10 % обычных». Аналогичные данные присутствуют и в Атласе новых профессий, прогнозирующим 350+ новых профессий (наиболее востребованными будут новые специализации в сфере медицины, космоса, индустрии развлечений), определяющим также список профессий-пенсионеров (как рабочие, так и интеллектуальные, например, сметчик, бухгалтер), а также обозначающим надпрофессиональные навыки, которые будут наиболее востребованы работодателем. Несмотря на длительное существование подобных навыков, до недавнего времени они, как правило, использовались сотрудниками в разных сферах деятельности и не требовали постоянного улучшения: «В новом мире: не будет профессий, навыки для которых получают в юном возрасте и в дальнейшем не переучиваются» [2]. В настоящее время большинство сотрудников должны одновременно обладать такими навыками и умениями, как клиентоориентированность, работа с людьми, работа в условиях неопределенности. Востребованными стали навыки художественного творчества, экологические и системное мышление, а также мультиязычность и мультикультурность и т. п.

Очевидно, что все вышеобозначенные тенденции потребуют развития навыков коммуникации, т. к. без них невозможно оказывать услуги и их продвигать в рамках расширения сферы сервиса, невозможно договариваться в рамках экономики совместного пользования чем-либо, невозможно взаимодействовать в условиях разрушения привычной системы иерархических связей. Таким образом, вербальная коммуникация становится еще более востребованной, чем раньше, хотя и будет осуществляться все более активно с помощью различных технических средств. Процесс коммуникативного взаимодействия становится все более многоплановым и сложным, т. к. сотрудники принадлежат к различным поколенческим, этническим, религиозным и иным когортам и группам.

Межпоколенческое взаимодействие, связанное как с демографическим фактором возраста, так и, соответственно, с наличием определенного (накопленного vs. отсутствующего либо недостаточного) опыта, находится на одном из первых мест по важности в коммуникативном процессе и определяет способность сотрудников одного поколения эффективно общаться с представителями других поколений. Это связано с тем, что структурно состав персонала разительно меняется, все большее количество поколений взаимодействует на рабочем месте. Вместе с тем

представления поколений о производственном процессе, этике взаимоотношений значительно отличаются. Трудоустройство в одной и той же компании в течение длительного промежутка времени типично для старших поколений, но вызывает удивление у младших поколений, карьерный рост менее важен для миллениалов, в то время как поколение X ориентировано на постоянство и повышение производительности при меньшей заинтересованности в креативности подходов. Однако взаимодействовать друг с другом должны уметь представители всех поколений, как с коллегами, так и с клиентами.

В настоящее время прогнозируются следующие поколенческие (и также возрастные) особенности экономических процессов: «Вырастет число людей в возрасте от 60 лет и старше, продолжающих работать в своей профессиональной нише, что создает напряжение для нового поколения рабочих. Вырастет спрос на обучение новым навыкам людей, продолжающими активную жизнь в возрасте 60+, что откроет широкие возможности для сферы образования. Вырастет самостоятельная роль детей в цифровой экономике (как в качестве потребителей, так и в качестве участников рынка труда)» [2]. Учитывая данные тенденции, специалисты по работе с персоналом, отделов кадров, отделов планирования должны будут уметь взаимодействовать с подобным разнородным составом сотрудников: «Вырастет спрос на специалистов, понимающих специфику старшего и младшего поколений во всех областях экономики. Вырастет необходимость межвозрастного общения не только при работе с клиентами, но и в выстраивании отношений с коллегами. В скором будущем можно будет встретить команды, в которых будут работать люди младше 18 и/или старше 80 лет» [2]. Соответственно, компании уже уделяют огромное внимание развитию персонала и обучения его так называемым «soft skills». Понимание потребностей, особенностей коммуникации, системы ценностей и, соответственно, манеры поведения представителя того или иного поколения может минимизировать потенциальные конфликты и выбрать оптимальный вербальный и поведенческий инструментарий. Традиционный набор стереотипов поколений относительно друг друга включает такие, как лучшее понимание жизни и накопленный опыт у старших поколений, отсутствие глубокого понимания процессов и одновременно владение современными технологиями у молодых поколений. Помимо ставшим классическим делением поколений У. Штрауса и Н. Хоуа ученые также стали разделять поколения следующим образом: ««книжное» поколение; «телевизионное» поколение; «интернет-поколение». Они принципиально не похожи друг на друга, имеют разные ценностные установки, специфические способы организации труда, коммуникаций, формирования ценностных представлений и приоритетов, в конце концов, разные способы переживания бытия в целом» [3].

Вербальные различия наблюдаются в используемом тезаурусе, в манере обращения, в реакциях, в апелляции к различающимся мотиваторам и ценностям. «Хайп» и «спс» молодых соответствуют «шумихе» и «спасибо» более старших поколений. «Чел» заменяет обращение по имени (имени и отчеству). Постоянно направленный на экран мобильного телефона взгляд, ерзание, закатывание глаз, демонстрирующие отсутствие умения выслушать и дослушать, попробовать понять со стороны молодых поколений противопоставлены попыткам со стороны старших поколений поговорить медленно и рассудительно, частому использованию ласкательных суффиксов для выражения приязни и заботы, потребности оберечь от возможных ошибок. Акцентируя необходимость держаться за одно и то же место работы, экономить и копить деньги, старшее поколение демонстрирует заметное отличие от молодых поколений, которые преимущественно предпочитают жить здесь и сейчас, выбирают работу по интересам, а не только по критерию зарплаты. Манера поведения на рабочем месте также отличается, например, молодые поколения стараются, по возможности, отказаться от телефонных звонков и предпочитают общение в мессенджерах и выбирают коммуникацию посредством гаджетов: «... рубежные поколения, которые помнят условия существования до интернет-технологий, пережили освоение его технологических прорывных разработок

и сталкиваются с поколениями, которые не понимают существования без Сети как естественного состояния социума» [3].

Таким образом, современные экономические и социальные изменения влияют на взаимодействие сотрудников на рабочем месте, а коммуникация между представителями разных поколений приобретает все большее значение и требует развития навыков вербального взаимодействия с учетом поколенческих различий.

Список использованных источников

1. «Гибридные» профессии vs «чистые»: почему профессии будущего не будут иметь названий [Электронный ресурс] / К. Кириллова. – Режим доступа: <https://theoryandpractice.ru/posts/17777-gibridnye-professii-vs-chistye-pochemu-professii-budushchego-ne-budut-imet-nazvaniy>. – Дата доступа: 15.03.2021.
2. Работа будущего [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://atlas100.ru/future/articles/rabota-budushchego/>. – Дата доступа: 15.03.2021.
3. *Листвина, Е. В.* Социокультурные аспекты межпоколенческих коммуникаций в цифровую эпоху / Е. В. Листвина, С. М. Фролова // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2020. – Т. 20, Вып. 4. – С. 369–373.