

**Е. Ю. Садовская**

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

## **О ПРИЧИНАХ СЛОЖНОСТЕЙ В МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ**

*В статье рассматриваются сложности межпоколенческой коммуникации на рабочем месте. Проблемы вызваны рядом причин. У молодых поколений есть ряд стереотипов, касающихся старших поколений, которые могут приводить к конфликтам на рабочем месте. Одна группа стереотипов связана с различиями в навыках использования технологий и знания современных реалий. Другие отличия включают использование более официального консервативного языка и устаревших слов более старшими поколениями наряду с меньшей свободой при выражении своих взглядов.*

**Ключевые слова:** *поколение, межпоколенческая коммуникация, рабочее место, стереотип, отличия*

**Je. Sadvorskaya**

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

## **ABOUT THE REASONS FOR DIFFICULTIES IN INTERGENERATIONAL COMMUNICATION IN THE WORKPLACE**

*The article deals with the difficulties in intergenerational communication in the workplace. The difficulties are caused by a number of reasons. Younger generations have certain stereotypes about older generations which may lead to conflicts in the workplace. One group of stereotypes is related to the differences in the use of technologies, knowledge of modern realities. Other key differences include the use of more official and conservative language and outdated words by older generations along with their limited freedom in expressing their thoughts.*

**Keywords:** *generation, intergenerational communication, workplace, stereotype, differences*

Для успешного функционирования в современном социуме реалии XXI в. требуют владения, а при отсутствии – развития целого ряда навыков, которые были гораздо менее востребованы еще в недалеком прошлом в более гомогенных обществах и мало отличавшихся друг от друга мест трудоустройства. Наиболее важными в настоящее время считаются умение пользоваться различными гаджетами, технологиями и приложениями, быстрая адаптация на рабочем месте, а также такие нетехнические навыки, как навыки взаимодействия с самыми разными людьми, которые могут относиться к разным национальностям, культурам, отличаться по вероисповедованию и взглядам на жизнь (так называемые софт-скилы). Список подобных различий, осложняющих процесс коммуникации на рабочем месте, можно дополнить еще одной характеристикой, обуславливающей отличия между людьми, – поколенческой принадлежностью.

Вопросам поколенческой идентичности, связанных с ней проблемам, а также особенностям разных поколений стало уделяться заметно больше внимания в последнее время как в обществе в целом, так и в бизнес-среде в частности. Это касается в равной степени как представителей старших поколений, так и младших. Коммуникация на рабочем месте заметно осложнилась, так как, прежде всего, «наличие пяти поколений, работающих вместе» [1] создает почву для конфликтов. Кроме того, следует учитывать, что существуют определенные распространенные стереотипы в отношении пожилых работников [1], которые также могут «создавать проблемы

в отношениях между работниками», приводя зачастую к решениям, носящий дискриминационный характер [1]. Соответственно, необходимо четко понимать, как относятся более молодые поколения к старшим и почему, поэтому в фокусе внимания данной статьи – сложности межпоколенческой коммуникации на рабочем месте, обусловленные представлениями младших поколений о старших.

В качестве основного метода исследования был выбран опрос студентов с последующим использованием описательно-аналитического метода, а также интерпретации и количественного подсчета. Ответы респондентов на ряд вопросов, выступив в качестве эмпирического материала, послужили основанием для формирования представлений о возможных причинах проблем в межпоколенческом вербальном взаимодействии.

В настоящее время на рынке труда наблюдается ряд трендов, которые в значительной степени связаны с поколенческими характеристиками и различиями. Прежде всего, произошли заметные демографические сдвиги: «Мы плавно перешли от бэби-бумеров к поколению X и к миллениалам... у каждого из этих поколений – свои собственные подходы к работе» [2]. Вместе с тем в целом у предшествующих поколений был схожий взгляд на рабочие привычки и отношения, поэтому у работодателей не возникало заметных сложностей в межпоколенческой коммуникации. Однако на рынке труда становится заметным присутствие представителей поколения Z, которые заметно отличаются от предшествующих поколений: «...это знатоки технологий, родившиеся и выросшие исключительно в быстро меняющейся и ориентированной на Интернет среде. Особенности представителей поколения Z делают их такой сложной группой. Например, поскольку представители поколения Z являются цифровыми аборигенами, они ожидают, что современное рабочее место будет изобиловать программными инструментами для цифровой совместной работы» [2]. У них также свои представления о жизни и манера общения, что приводит к сложностям в процессе коммуникации.

Одновременно повсеместно растет пенсионный возраст, увеличивается число сотрудников более старшего возраста, хотя многие компании предпочитают нанимать более молодой персонал. Старшие поколения, например, еще работающие бэби-бумеры и иксы, испытывают определенные сложности в случае подчинения более молодым начальникам. Миллениалы и особенно зумеры негативно относятся к старшим поколениям, не владеющим современными технологиями.

Подобные изменения влияют и на список современных профессий, который недавно пополнился профессией, связанной с оказанием услуг по улучшению взаимопонимания и взаимодействия между представителями разных поколений на рабочем месте. Представители подобной профессии называют себя «переводчиками» (translators) и предоставляют консультационные услуги по поколенческой проблематике (generational consulting). В своей книге *The Generation Myth. Why When You're Born Matters Less Than You Think*, опубликованной в 2021 г., в разгар пандемии, эксперт по государственной политике Б. Даффи приводит следующие данные: «...в 2015 американские компании потратили почти 70 млн долл. США [на поколенческое консультирование], при этом некоторые эксперты зарабатывали до 20 000 долларов в час...» [3, с. 53]. Детализируя данные, Б. Даффи также указывает в своей книге (данные на 2021 г.) на то, что только в одной сети LinkedIn более 400 специалистов обозначали себя в качестве экспертов и консультантов по поколению Миллениалов (*Millennial expert, Millenian consultant*).

Крупные компании начали не только информировать, но и обучать своих сотрудников, как взаимодействовать с представителями разных поколений. Такая широко распространенная в Америке сеть розничной торговли, как *Target*, распространила среди менеджеров информационный гайд о стиле работы каждого поколения, а также указала, кто является авторитетом для каждого поколения и описала отношение каждого поколения к соотношению *работа – жизнь*.

Еще одной заметной характеристикой рынка труда являются отличающиеся ожидания работодателей и работников. В частности, Б. Даффи указывает на то, что «Существует ... разрыв между молодыми людьми, их надеждами, целями и ожиданиями и тем, чего по мнению компаний, хотят молодые люди» [3, с. 53], что может быть частично связано и с поколенческими различиями работодателей и работников: «Миллениалы – оптимистичны и сфокусированы на себе. Поколение Z – открыты, заботливы, обладают целостностью и упорством» [3, с. 67]. В то же время поколение X считается «циничным и независимым» [3, с. 67].

Для лучшего понимания настроений среди молодого поколения и выявления возможных причин сложностей во взаимодействии представителей разных поколений на рабочем месте был проведен опрос студентов. В опросе приняли участие 39 студентов 2 курса Института бизнеса БГУ (белорусские и иностранные студенты). Большую часть составили девушки (26 человек, 66,67 %). В опросе приняло участие 8 юношей (20,51 % от общего количества опрошенных). Часть опрошенных не указала свой пол (12,82 %). Возраст респондентов варьировался от 18 до 24 лет. Большую часть группы составляют студенты в возрасте 18–19 лет.

При опросе студентам необходимо было указать свой пол и возраст и ответить на два вопроса: «К какому поколению вы себя относите?» и «Как вы понимаете, что вы общаетесь с представителем иного поколения?» (иностранцы отвечали на английском языке).

Прежде всего, подавляющее большинство студентов точно определяют свою поколенческую идентичность – большая часть относят себя к поколению зумеров – 89,74 %. Только 10,26 % студентов не смогли определиться точно с поколенческой принадлежностью: 1 студент (21 год) отнес себя к поколению миллениалов, 1 студентка ответила «не отношу себя ни к какому определенному generation». Еще одна опрошиваемая указала: «во мне присутствует смесь всех трех поколений» (X, Y, Z). 1 респондентка считает, что она принадлежит к двум поколениям – миллениалов и зумеров.

В качестве индикаторов отличающейся поколенческой принадлежности были указаны ряд характеристик. Прежде всего, это отличия в используемой лексике – зумеры предпочитают использовать сленг, в речи присутствует много заимствований (рофл, кринж и т. п.). По мнению опрошиваемых, старшее поколение использует лексику, которая в настоящее время уже «не в обиходе». Речь представителей старших поколений носит более «официальный» и «консервативный» характер. Манера общения также является более официальной (по сравнению с зумерами). Проведенный опрос также позволил увидеть, что собственное поколение респонденты-зумеры видят как менее консервативное (в речи) и использующее большее количество английских слов. Еще одной из характеристик зумеров является знание мемов, шуток и современных реалий, что нехарактерно для старших поколений.

Следующим отличием является отсутствие боязни выразить собственное мнение у младших поколений. Поколение зумеров «меньше думает о том, что скажут о нас другие люди». При этом респонденты указывают, что поколение зумеров «думает свободнее». Отличается и манера поведения: «Молодые поколения, на самом деле, более приветливые и вежливые». По мнению молодых, «поколения постарше все еще с недоверием относятся к такой открытости». Респондентка (19 лет) считает, что «мы ко всем относимся толерантнее». Еще в одном ответе указывается, что «Люди моего возраста, в большинстве своем, тактичные и толерантные. Многие интересуются вопросом равноправия, разности (непохожести друг на друга) и видят в этом особенность = изюминку, а не изъян). Люди советского мышления тяжело переживают перемены и не хотят двигаться в разные стороны». Одна из студенток «резюмировала» подобные различия: «Я думаю, что различность поколений заключается в разных взглядах на многие вещи, различные ценности и отношение к чему-то новому». Подобные ответы были предоставлены подавляющим большинством опрошенных.

Справедливо будет предположить, что подобные ответы демонстрируют достаточно универсальные и широко распространенные представления, так как среди опрошенных преобладает сходство мнений, а также совпадает выбор слов при описании отношения к старшему поколению. По мнению В. И. Заботкиной, «Ядро значения (интенционал) ... слов является носителем универсального, ибо, как правило, интенционал отражает концепты, общие для больших языковых общностей определенной исторической эпохи» [4, с. 113]. Очевидно, что подобные представления сложились у студентов на основе их знаний об окружающей реальности, полученных в процессе взросления и воспитания, а также познаваемых и самостоятельно: «...система концептов, структурирующая человеческое сознание и определяющая его мировоззрение и, в конечном итоге, образ мира, строится, с одной стороны, под давлением текстов действительности, продуктов человеческой работы в мире, поскольку человек начинает свою жизнедеятельность не с самостоятельного созидания, а с освоения созданного. Постепенно он сам включается в процесс взаимодействия с реальностью, используя ту систему концептов, которая у него сложилась, и не только преобразует (или пытается преобразовать) реальность, но и соответствующим образом корректирует свое сознание. С другой стороны, концепты формируются при помощи вербальных дискурсов... Во-первых, это атомарная информация, привносимая элементарными лексическими и грамматическими значениями. Во-вторых, это полный смысл дискурса ... готовый слепок действительности, изготовленный иным человеческим сознанием» [5, с. 12]. Совпадение взглядов обусловлено, прежде всего, взрослением в одинаковых условиях. Однако следует также учитывать, что опрашиваемые находились рядом друг с другом при проведении опроса в учебной аудитории и могли делиться своими соображениями. С точки зрения лингвистики и дискурсологии, «Устанавливая коммуникацию с себе подобными, человек производит собственные дискурсы, где усвоенные значения неминуемо преобразуются... комплексный образ мира в сознании человека складывается как за счет реальной действительности, так и за счет действительности идеальной, концентрирующейся в сознании человека в основном под воздействием дискурсов» [5, с. 13].

Проанализированные ответы респондентов продемонстрировали следующее:

- в структуре знаний опрошенных преобладают устойчивые стереотипы;
- стереотипы связаны с социальными представлениями о людях, которые относятся к старшим поколениям;
- выявленные единообразные стереотипные представления о людях старших поколений манифестируют единство личностных смыслов респондентов, относящих себя к молодому поколению (поколение зумеров);
- опрошенные не ограничиваются констатацией различий между поколениями;
- присутствует оценочное отношение к иным поколениям.

Таким образом, опрос, проведенный среди студентов, продемонстрировал наличие целого ряда поколенческих стереотипов (у младших поколений по отношению к старшим поколениям). Данные представления отражают социальные установки и идеи о различиях между разными поколениями. Наличие подобных стереотипов и представлений может создавать почву для конфликтов и непонимания на рабочем месте, так как ответы респондентов-зумеров демонстрируют их частично негативное отношение по отношению к старшим поколениям, которые не владеют технологиями, не знают современных реалий, используют устаревшие форматы общения, менее открыты новому и менее толерантны.

#### **Список использованных источников**

1. *Lewis, Silkin*. LLP. Changing Demographics and Ageing Workforces [Electronic resource] / *Silkin Lewis*. – Mode of access: <http://www.futureofworkhub.info/comment/2020/1/30/changing-demographics-and-ageing-workforces>. – Date of access: 20.04.2023.

2. 12 Workplace Trends for 2022/2023: New Predictions & What Lies Beyond? [Electronic resource]. – Mode of access: <https://financesonline.com/workplace-trends/>. – Date of access: 18.04.2023.

3. *Duffy, B.* The Generation Myth. Why When You're Born Matters Less Than You Think / B. Duffy. – New York : Basic Books, 2021. – 274 p.

4. *Заботкина, В. И.* К вопросу об универсальном и специфическом в культурном сознании / В. И. Заботкина // Психоллингвистика и межкультурное взаимопонимание : тез. докл. X Всесоюзного симпозиума по психоллингвистике и теории коммуникации, Москва, 3–6 июня 1991 г. – М. : Институт языкознания АН СССР, 1991. – С. 111–113.

5. *Кожина, А.* Образ мира в древнем славянском дискурсе: к вопросу об интровертированности древних дискурсов / А. Кожина // Лингвистика дискурса и перспективы ее развития в парадигме современной славистики : материалы тематического блока (4.2.11) XV Междунар. съезда славистов, 20–27 августа 2013 г. Минск, Беларусь / ред. И. Ф. Ухванова. – Минск : РИВШ, 2013. – С. 11–20.