

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.79>

**ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ ПО СТАДИЯМ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПОКОЛЕНИЙ**

Обзор

**Фисенко М.Д.<sup>1,\*</sup>**

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0002-6931-3051;

<sup>1</sup> Волгоградский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Волгоград, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (m.fisenko.teach[at]mail.ru)

**Аннотация**

В статье рассматриваются изменения на рынке труда сквозь призму поколенческой теории. Автор применяет теорию Н. Хоува и В. Штрауса в адаптированном для России варианте и описывает три поколения (X, Y и Z). Для анализа поколений с точки зрения социально-психологического подхода за основу были взяты основные социальные потребности поколений. Эти потребности, с точки зрения автора, могут помочь спрогнозировать возможное дальнейшее развитие рынка труда, лучше понять современное трудоспособное население и подготовиться к изменениям.

**Ключевые слова:** теория поколений, поколение X, поколение Y, поколение Z, социальные потребности, прогноз рынка труда.

**TRANSFORMATION OF SOCIAL NEEDS OF ABLE-BODIED POPULATION BY STAGES OF GENERATIONAL LIFE CYCLE**

Review article

**Fisenko M.D.<sup>1,\*</sup>**

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0002-6931-3051;

<sup>1</sup> Volgograd Institute of Management – Branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Volgograd, Russian Federation

\* Corresponding author (m.fisenko.teach[at]mail.ru)

**Abstract**

The article examines changes in the labour market through the prism of generational theory. The author applies the theory of N. Howe and W. Strauss in an adapted version for Russia and describes three generations (X, Y and Z). To analyse generations from the point of view of socio-psychological approach, the main social needs of generations were taken as a basis. These needs, from the author's point of view, can help predict the possible further development of the labour market, better understand the current working-age population and prepare for changes.

**Keywords:** generational theory, generation X, generation Y, generation Z, social needs, labour market forecasts.

**Введение**

Мировой и отечественный рынок труда постоянно претерпевает изменения: приходят молодые кадры, развиваются новые формы трудоустройства (дистанционная, платформанная занятость, самозанятость), отрасли бизнеса и т.д. В связи с этим возник запрос формирования прогноза поведения современного общества в контексте трудовой занятости населения.

**Теория поколений**

Наиболее широко смену взглядов на мир в целом и на труд в частности способна описать теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса, которая приобрела особую популярность в России в период 2010–2020-х гг.

Проблема взаимоотношений представителей разных поколений рассматривалась в рамках как науки, так и искусства. Классическая литература пестрит сюжетами о сложностях отношений «отцов и детей», в исторических трактатах данный вопрос рассматривался в контексте идеологического противостояния людей разного возраста одной исторической эпохи. В рамках психологической науки феномен рассматривался разными ее отраслями и активно получил свое развитие в XX веке. Так, в рамках психогенетики изучается наследование психологических признаков, исследователи возрастной психологии рассматривают смену поколений как передачу, в рамках семейной структуры, психологических паттернов поведения, установок, ценностей и т.д. [9].

В рамках социальной психологии существует дискуссия на тему возможности избрать поколение как предмет исследования. Некоторые авторы предлагают свой взгляд на методологию таких исследований и выстраивают модель изучения феномена [6]. Общепринятым является взгляд на поколение как на большую социальную группу со схожими условиями социализации и культурно-историческим контекстом, [1] а взаимодействие между поколениями исследуются как межгрупповые отношения [5].

Поколение в социальной психологии понимается, в соответствии с трактовкой К. Маннгейма, как общность людей, «...переживших некий эпохальный значимый исторический опыт. Совместное переживание этого опыта порождает

поколенческие синдромы, то есть схожую реакцию, которая затем проявляется на протяжении всей последующей жизни». Данное определение считается классическим и к нему отсылаются многие исследователи [4].

Теория поколений, как взгляд на основные характеристики представителей разных возрастов в контексте социально-экономического положения общества является идеей экономиста и социолога Н. Хоува и историка В. Штрауса. На основе исследования истории североамериканского континента и изучения известных биографий они пришли к выводу, что общество развивается циклами с периодичностью в 80 лет, в каждом цикле они выделяли четыре периода, длительностью по 20 лет, которые и представляют собой поколения. В рамках каждого цикла выделяются периоды подъема, пробуждения, развязки и кризиса [11].

Согласно авторам теории, представители одного поколения имеют общие характеристики:

1. Возрастное положение. Они не только находятся на одном временном отрезке по датам рождения, но и имеют общий социально-культурный контекст, взрослеют и социализируются примерно в равных условиях, а также проживают исторические события примерно в равном возрасте.

2. Модели поведения и ценности, т.е. за счет сходных условий становления и проживания похожих событий, формируется схожий взгляд на жизнь, общие установки, формы адаптационного поведения.

3. Отождествление себя со своим поколением. Даже в житейском понимании психологии люди наблюдают разницу во взглядах, потребностях и ценностях у представителей разных поколений, что рождает чувство общности среди людей близких по возрасту [11].

Взгляд на общество через призму теории поколений обладает популярностью в прикладных областях науки, в частности на его основе принимаются управленческие решения, что позволяет, рассмотрев основные характеристики современно-живущих поколений, выдвинуть предположительный прогноз поведения трудоспособного населения.

Согласно общепринятой российской адаптации современной теории поколений, составленной авторами по материалам Проекта «Теория Поколений в России» (RuGenerations), современное российское общество представлено следующими поколениями:

1. Молчаливое поколение, 1923–1943 гг.
2. Бэби-бумеры, 1943–1963 гг.
3. Поколение X, 1963–1984 гг.
4. Поколение Y, 1984–2000 гг.
5. Поколение Z, с 2000 года по настоящее время [2].

### **Характеристика поколений**

Закономерно предположить, что «молчаливое поколение» уже не представлено на рынке труда, и даже если можно встретить исключительные случаи, эти примеры не целесообразно рассматривать в контексте выстраивания будущих стратегий. Похожим образом ситуация обстоит с «бэби-бумерами»: хотя они еще могут быть активно представлены на трудовом рынке их численность серьезно уступает следующим поколениям.

В большинстве своем российские трудовые ресурсы состоят из представителей поколений X и Y, возраст которых полностью соответствует трудоспособному. При этом, прогнозируя будущее рынка труда, важно рассмотреть и поколение Z, которые начали активно вступать в трудовую деятельность и через некоторое время станут значительной частью трудового населения.

Таким образом, целесообразно рассмотреть три поколения: X, Y и Z, а для понимания их влияния на будущее рынка труда необходимо остановиться на мотивационном компоненте социальных потребностей рассматриваемых групп.

Социальные потребности, как часть ценностно-мотивационной системы личности являются важным фактором выбора места и способа заработка, а их анализ позволит более точно спрогнозировать поведение человека, качественные характеристики предпочитаемого им места трудоустройства.

Поколение X воспитывалось занятыми родителями в эпоху перемен, их приучали быть самостоятельными, рассчитывать в первую очередь на себя, свои силы и опыт. Будучи современниками политических изменений, экономических кризисов, технологического прогресса, они научились быть стойкими. Получив качественное системное образование, они стремятся к самореализации. Это ответственные и добросовестные сотрудники. Зачастую они отличаются трудолюбием, стремлением к высоким достижениям, не только в профессиональной, но и личной сфере. Семья, являясь важной ценностью, мотивирует находить способы выстраивания баланса, что порождает высокую занятость и не умение находить время на отдых [2].

Основными социальными потребностями поколения X можно обозначить престижность и высоту профессиональных достижений, получение одобрения со стороны общества, создание крепкой и надежной семьи. Все это делает их хорошими руководителями, предпринимателями и экспертами своего дела [13].

Поколение Y, так же как и предыдущее, формировалось в период серьезных социальных и политических преобразований, однако бурное развитие информационных технологий и взросление под опекой родителей, которые в свою очередь росли в окружении занятых на работе взрослых, и в противоположность к этому стремящихся окружить своих детей заботой, сильно повлияло на представителей поколения Y. Последствием стало развитая гибкость мышления, способность быстро воспринимать и обрабатывать информацию, высокая включенность в цифровой мир, мобильность и коммуникабельность [8]. Образование для них носит прикладной характер, быстрый темп жизни мотивирует находить способы применения информации сразу на практике.

Жизнь в постоянно меняющихся условиях, сформировала поколение Y, как готовых к этим изменениям людей, т.е. они не выстраивают долгосрочных планов, не доверяют отдаленным перспективам, что в большей степени ориентирует их на немедленное вознаграждение. Главная ценность – получение удовольствия от жизни, следовательно, работа рассматривается во многом через эту же призму, она должна приносить радость и удовлетворение, а также не занимать все время жизни. Представители поколения Y стремятся найти работу с гибким

графиком, удаленным местом работы, фриланс. Вероятно, они охотнее согласятся довольствоваться меньшим, чем работать больше. В этом они сильно отличаются от предыдущего поколения [2].

При этом воспитанные своими родителями в духе трудолюбия, стремления к успеху и важности социального одобрения, некоторые представители поколения Y, высокоэффективны в своей сфере деятельности, много времени уделяют работе и карьере. Но и для них стремление к прикладному знанию, активное использование современных технологий и стремление к балансу остается характерным.

В качестве социальных потребностей, характерных для поколения Y, можно выделить стремление к общению, что развивает их коммуникативные навыки и умения работать сообща, сохранению своей индивидуальности, важность профессионального разнообразия и свободы.

Престижность, социальное одобрение и чувство долга не характерны для данного поколения. Вероятно, в будущем они продолжат активно развивать дистанционные формы занятости, что уже повлияло на рынок труда и будет преобразовывать его и в дальнейшем.

Поколение Z родилось в сверхбыстром развивающемся мире технологий, особенностью их взросления является наличие виртуального мира, в который они «сбегают» от гиперопеки родителей и трудностей «внешнего мира». Они еще более ориентированы на себя, свою индивидуальность и свое состояние, чем предыдущее поколение. Характерной чертой их является свобода и раскованность в цифровом мире и сложность адаптации в мире реальном, они испытывают трудности в коммуникации, работе в команде. Активно и охотно обучаются, при этом в большей степени рассчитывают на технологии, а большой объем потребляемой информации затрудняет запоминание.

Поколение Z уважает авторитеты, готовы подчиняться, но в целом предпочитают общение на равных, стремятся переосмыслить чужой опыт, включить в него собственное понимание. Так же, как и предыдущее поколение предпочитают удаленную работу или гибкий график, стремятся сохранить баланс работы и личной жизни. Монотонная работа кажется им обременяющей, они ценят разнообразие в задачах и способах их реализации, им нравится творить, преобразовывать и созидать. При этом им важно понимать конечную цель и смысл деятельности, они склонны рано задумываться о будущем и строить карьерные планы, хотя и не ставят перед собой, как и предыдущее поколение, долгосрочных целей [12].

В качестве социальных потребностей, характерных для поколения Z можно выделить честность и откровенность в общении, стремление проявлять себя в цифровом мире, необходимость возможности изоляции (большинство из них «домоседы»), создание пространства для самореализации и творчества, внимательность к психологическому и психическому здоровью [7].

В настоящее время прогнозы относительно поколения Z носят гипотетический характер, однако уже сейчас можно сказать, что их подход к профессиональной деятельности творческий и преобразующий и можно прогнозировать высокий рост экспертности будущих сотрудников в совокупности с технологическим развитием общества.

### **Критика**

В завершении нельзя не указать на существующую критику применения теории поколений для прогноза изменений на рынке труда. Некоторые авторы смотрят на данную теорию как на слишком обобщающую концепцию, которая носит гипотетический характер. С их точки зрения, теория поколений описывает общество «широкими мазками» и не учитывает индивидуальные особенности. Также возникает опасность стереотипизации, что может привести к дискриминации на рынке труда представителей того или иного поколения [3].

Кроме этого, нельзя обойти стороной вопрос о противоречии поколенческой теории некоторым положениям возрастной психологии. В частности, для возрастной психологии основополагающим является представление о динамично развивающейся психике с возможностью корректировки личностных и социальных черт в течение жизни [3].

Принимая во внимание существующую критику, можно сделать вывод, что теория не подходит для прогнозирования поведения одного конкретного человека, в этом случае решающими факторами будут индивидуальные характеристики личности, однако рассматривая общество в целом мы можем предположить дальнейшие преобразования на рынке труда с учетом социальных потребностей, которые стремятся удовлетворить представители разных поколений.

С одной стороны, из поколения в поколение передаются установки, взгляды на жизнь, паттерны поведения, при этом за счет активных социокультурных преобразований общества и влияний сверстников друг на друга [10]. Каждое новое поколение приобретает свои собственные качественные характеристики, как бы наращивая знания, преобразуя мир.

### **Заключение**

Как и любой элемент современной общественной жизни рынок труда активно меняется вместе с людьми, которые являются его частью и движущей силой. Поколенческий подход позволяет рассмотреть изменения в поведении таких больших социальных групп, как поколения, и спрогнозировать изменения на рынке труда, которые, с одной стороны, будут спровоцированы представителями поколений, а с другой, которые необходимо создать для повышения работоспособности сотрудников.

Социальные потребности, охватывая широкий круг общественных отношений, являются важнейшей частью ценностно-мотивационной структуры личности и во многом определяют поведение людей в общем и на рынке труда в частности.

Поколение X, характеризуется высоким уровнем трудолюбия, ответственности и желанием высоких достижений, стремлением к достижению экспертности в своей деятельности, что создает надежные условия труда, при высоких требованиях к трудоспособности всей организации в целом. Стремясь получить положительную обратную связь, занимать престижный статус и достигнуть успеха, представители поколения X критичны к результатам труда. Такой

подход с течением времени преобразуется, новые поколения (Y и Z) стремятся к большей свободе, удовлетворению своих личных целей и амбиций, они не готовы все свое время тратить на работу, стремятся к балансу. Вследствие чего активно развиваются такие формы занятости как платформенная, дистанционная, самозанятость, все больше появляются трудовые места с гибким графиком.

В целом современные организации уже сейчас могут предложить разные варианты графиков, существуют смены по 12 часов, суточные, ночные, в некоторых местах предоставляется гибкий график, но пока преимущественно для студентов. Вероятно, в будущем вариативность временной занятости будет увеличиваться, все большая часть населения будет негативно относиться к классическому графику 5/2. Помимо этого появляется все больше мест с дистанционной занятостью, что позволяет с одной стороны сотрудникам экономить время на дороге, работать в удобных для себя условиях, больше времени уделять семье, с другой стороны организации сильно экономят на отсутствии необходимости предоставлять физическое рабочее место, необходимое рабочее оборудование, коммунальных услуг.

При этом важно не забывать, что классические формы труда не могут исчезнуть полностью, есть профессиональные сферы не предполагающие возможности изменить условия труда, однако в силу развития современных технологий, есть вероятность автоматизировать большую часть такого труда и уменьшить количество необходимых человеческих ресурсов.

### Финансирование

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского научного фонда и Комитета экономической политики и развития Волгоградской области по гранту № 24-28-20066 <https://rscf.ru/project/24-28-20066/>.

### Конфликт интересов

Не указан.

### Рецензия

Кольцова И.В., Ставропольский государственный педагогический институт, Ставрополь, Российская Федерация  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.79.1>

### Funding

The article was prepared with the financial support of the Russian Science Foundation and the Committee for Economic Policy and Development of Volgograd Oblast on grant No. 24-28-20066 <https://rscf.ru/project/24-28-20066/>.

### Conflict of Interest

None declared.

### Review

Koltsova I.V., Stavropol State Pedagogical Institute, Stavropol, Russian Federation  
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2024.148.79.1>

### Список литературы / References

1. Андреева Г.М. Социальная психология и социальные изменения / Г.М. Андреева // Психологический журнал. — 2005. — № 5. — С. 5–15.
2. Гурова И.М. Теория поколений как инструмент анализа, формирования и развития трудового потенциала / И.М. Гурова, С.Ш. Евдокимова // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2016. — № 3. — С. 150–159. — DOI: 10.18184/2079-4665.2016.7.3.150.159.
3. Зубко Д.В. Теория поколений в фокусе ценностей: к вопросу целесообразности применения поколенческой концепции при стратегическом планировании / Д.В. Зубко // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — № 3.
4. Мангейм К. Проблема поколений / К. Мангейм // Новое литературное обозрение. — 1998. — № 30. — С. 7–47.
5. Марцинковская Т.Д. Поколения эпохи транзитивности: ценности, идентичность, общение / Т.Д. Марцинковская, Н.С. Полева // Мир Психологии. — 2017. — № 1. — С. 24–37.
6. Рикель А.М. Поколение как предмет социальной психологии: исследовать нельзя отказаться? / А.М. Рикель, Е.А. Дорохов // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. — 2023. — № 3. — С. 143–165. — DOI: 10.11621/LPJ-23-31.
7. Сапа А.В. Поколение Z - поколение эпохи ФГОС / А.В. Сапа // Инновационные проекты и программы в образовании. — 2014. — № 2. — С. 24–30.
8. Хомякова Е.И. «Поколение Y» в контексте социального взаимодействия в современном обществе / Е.И. Хомякова // Известия Томского политехнического университета. — 2011. — № 6. — С. 163–156.
9. Dohmen T. The inter- generational transmission of risk and trust attitudes / T. Dohmen, A. Falk, D. Huffman [et al.] // Review of Economic Studies. — 2012. — № 79. — P. 645–677. — DOI: 10.1093/restud/rdr027.
10. Gaulty B. The Intergenerational Transmission of Attitudes: Analyzing Time Preferences and Reciprocity / B. Gaulty // Journal of Family and Economical Issues. — 2017. — № 38. — P. 293–312. — DOI: 10.1007/s10834-016-9513-4.
11. Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy — What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny / N. Howe, W. Strauss. — New York: Broadway Books, 1997. — 400 p.
12. Nieżurawska J. Motivation of Generation Z / J. Nieżurawska. — London: Routledge Open Business and Economics, 2023. — P. 7–30. — DOI: 10.4324/9781003353935-3.
13. Wan F.W.Y. Generation Differences in Work Motivation: From Developing Country Perspective / F.W.Y. Wan, S.K. Tan // International Journal of Economy, Management and Social Sciences. — 2013. — № 2 (4). — P. 97–103.

**Список литературы на английском языке / References in English**

1. Andreeva G.M. Sotsial'naja psihologija i sotsial'nye izmenenija [Social psychology and social change] / G.M. Andreeva // Psihologicheskij zhurnal [Psychological Journal]. — 2005. — № 5. — P. 5–15. [in Russian]
2. Gurova I.M. Teorija pokolenij kak instrument analiza, formirovanija i razvitija trudovogo potentsiala [Theory of generations as a tool for analysis, formation and development of labour potential] / I.M. Gurova, S.Sh. Evdokimova // MIR (Modernizacija. Innovacii. Razvitie) [MIR (Modernization. Innovation. Development)]. — 2016. — № 3. — P. 150–159. — DOI: 10.18184/2079-4665.2016.7.3.150.159. [in Russian]
3. Zubko D.V. Teorija pokolenij v fokuse tsennostej: k voprosu tselesoobraznosti primeneniya pokolencheskoj kontseptsii pri strategicheskom planirovanii [The theory of generations in the focus of values: on the question of the expediency of applying the generational concept in strategic planning] / D.V. Zubko // Mir nauki. Sociologija, filologija, kul'turologija [World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural]. — 2022. — № 3. [in Russian]
4. Mangejm K. Problema pokolenij [The generational problem] / K. Mangejm // Novoe literaturnoe obozrenie [New Literary Review]. — 1998. — № 30. — P. 7–47. [in Russian]
5. Martsinkovskaja T.D. Pokolenija epohi tranzitivnosti: tsennosti, identichnost', obschenie [Generations of the era of transitivity: values, identity, communication] / T.D. Martsinkovskaja, N.S. Poleva // Mir Psihologii [The World of Psychology]. — 2017. — № 1. — P. 24–37. [in Russian]
6. Rikel' A.M. Pokolenie kak predmet sotsial'noj psihologii: issledovat' nel'zja otkazat'sja? [Analysing generation in social psychology: research or reject?] / A.M. Rikel', E.A. Dorohov // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 14. Psihologija [Bulletin of the Moscow University. Episode 14. Psychology]. — 2023. — № 3. — P. 143–165. — DOI: 10.11621/LPJ-23-31. [in Russian]
7. Sapa A.V. Pokolenie Z - pokolenie epohi FGOS [Generation Z is the generation of the FGOS era] / A.V. Sapa // Innovacionnye proekty i programmy v obrazovanii [Innovative projects and programs in education]. — 2014. — № 2. — P. 24–30. [in Russian]
8. Homjakova E.I. «Pokolenie Y» v kontekste sotsial'nogo vzaimodejstvija v sovremennom obschestve ["Generation Y" in the context of social interaction in modern society] / E.I. Homjakova // Izvestija Tomskogo politehnicheskogo universiteta [Proceedings of Tomsk Polytechnic University]. — 2011. — № 6. — P. 163–156. [in Russian]
9. Dohmen T. The inter- generational transmission of risk and trust attitudes / T. Dohmen, A. Falk, D. Huffman [et al.] // Review of Economic Studies. — 2012. — № 79. — P. 645–677. — DOI: 10.1093/restud/rdr027.
10. Gauly B. The Intergenerational Transmission of Attitudes: Analyzing Time Preferences and Reciprocity / B. Gauly // Journal of Family and Economical Issues. — 2017. — № 38. — P. 293–312. — DOI: 10.1007/s10834-016-9513-4.
11. Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy — What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny / N. Howe, W. Strauss. — New York: Broadway Books, 1997. — 400 p.
12. Nieżurawska J. Motivation of Generation Z / J. Nieżurawska. — London: Routledge Open Business and Economics, 2023. — P. 7–30. — DOI: 10.4324/9781003353935-3.
13. Wan F.W.Y. Generation Differences in Work Motivation: From Developing Country Perspective / F.W.Y. Wan, S.K. Tan // International Journal of Economy, Management and Social Sciences. — 2013. — № 2 (4). — P. 97–103.