

# Проблемы трансформации поведенческой модели поколения Z

**Е.С. ВАСЮТИНА**, кандидат экономических наук, Российский государственный социальный университет. E-mail: esvas@mail.ru,

**Л.В. МАТРАЕВА**, доктор экономических наук, Российский государственный социальный университет. E-mail: matraeva@rambler.ru,

**Н.А. КОРОЛЬКОВА**, ООО «ЛАРИУМ КОНСАЛТИНГ», Москва.

E-mail: korolkovana@lariums.com

В статье обсуждаются особенности становления и развития современного поколения с точки зрения теории поколений Н. Хоува и Т. Штрауса. Основой анализа послужило масштабное социологическое исследование, проведенное в 2016 г. Сбербанком России, результат которого – выявление направлений трансформационных изменений поведенческой модели, анализ его причин и следствий. Эта информация может быть полезна для развития и повышения эффективности государственного регулирования различных сфер экономики. Дана оценка ключевых элементов поведенческой модели, таких как обработка информации, самовосприятие, ценностные установки, фрустрации, страхи и ожидания у поколения Z, позволяющие предположить формирование проблем, решение которых невозможно в условиях действующего институционального контура экономической политики.

*Ключевые слова:* теория поколений; экономическая модель поведения; поколение Z; ценностные установки; трансформационные сдвиги

## Введение

Целевыми ориентирами принятой Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г. и разрабатываемой Стратегии-2035 названы высокие стандарты благосостояния и социального благополучия населения. Стратегические документы фокусируются на повышении уровня занятости, образования, а также снижении уровня бедности и социальной изоляции, обусловленных экономическим положением людей. Для достижения поставленных целей решающую роль, помимо технологий, по-прежнему играют человеческие ресурсы.

Однако необходимо учитывать тот факт, что при реализации государственных приоритетов, определенных на предстоящие 10–25 лет, человеческие ресурсы не останутся однородными. За это время произойдет смена поколений. А это означает, что

в ходе реализации Стратегии нужно предусмотреть действие механизмов передачи от поколения к поколению навыков, знаний, мировоззрения, научить представителей различных поколений лучше понимать и взаимодействовать друг с другом.

### **Постановка задачи**

Впервые о данной проблеме заговорили в начале 1990-х годов, после того как Нейли Хоув и Уильям Штраус независимо друг от друга создали так называемую «теорию поколений». Проанализировав историю США XX века, ученые обнаружили, что существуют двадцатилетние периоды, в которые большинство людей обладают сходными ценностями. Эти совокупности людей, рожденных в последовательные двадцатилетия, были названы социальными поколениями. Принадлежность индивидов к одному поколению определяется на основании трех основных критериев: (1) возрастное положение в истории, что подразумевает переживание одних и тех же исторических событий, (2) общие ценности и модели поведения, а также (3) субъективное ощущение причастности к данному поколению [Howe, Strauss, 1991].

Представителям каждого поколения присущи свои особенности мировоззрения и ценности, которые в свою очередь рождают систему мотиваций, поведенческие стереотипы. Безусловно, специфика каждой отдельной личности, закладываемая воспитанием, семьей, профессией, социальным окружением, имеет большое значение. Однако есть и некие фундаментальные ценности, которые формируют людей одного поколения (основной их массы) значимыми событиями в стране и мире, влиянием средств массовой информации, доминирующей системой воспитания, условиями дефицита или избытка благ. Базовые ценности создают стержень, определяющий сознание человека, и остаются с ним на всю жизнь.

### **Модели поведения поколений России**

Для России в рамках теории Хоува-Штрауса принято выделение нескольких типов поколений, а именно: «молчаливое поколение», «беби-бумеры», поколение X, поколение Y («миллениумы») и формирующееся поколение Z («центениалы») [Воронцова, 2016].

**«Молчаливое поколение» (1923–1943 гг.)** пережило сталинские репрессии, Великую Отечественную войну, восстановление страны после разрухи, что наложило свой отпечаток на его ценностные ориентиры и поведенческие черты. Представители данного поколения законопослушны и трудолюбивы, терпеливы по отношению к внешним событиям и трудностям, в потреблении консервативны и запасливы. В настоящее время им уже больше 75 лет, они давно не работают и практически не влияют на какие-либо общественные процессы, в отличие от последующих четырех поколений, которые определяют текущее и будущее социально-экономическое развитие, поскольку по-прежнему активны и тесно взаимодействуют друг с другом.

Базовые ценности **поколения «бэби-бумеров» (1943–1963 гг.)** формировались в эпоху экономического подъема, расцвета социалистической идеологии. Они росли в мировой супердержаве, поэтому им свойственна психология победителей. Действия людей этого поколения направлены на укрепление сформировавшихся ценностей и опираются на созданную до них идеологию. Представители данного поколения преимущественно оптимистичны, для них ценны коллективизм, командный дух.

**Поколение X (1963–1983 гг.)** во многом отвергает предыдущую идеологию, образуя питательную почву для смены социальной парадигмы. Его представители гораздо более прагматичны, чем их родители, в них превалирует индивидуализм, они ценят личное время и пространство. Патриотизм и чувство привязанности к государству у них слабее, чем у родителей, а желание получать выгоду и прибыль доминирует над желанием приносить пользу обществу. В их среде высоко ценятся личный жизненный опыт, готовность к переменам и расчет на собственные силы, поэтому они готовы платить за удобство и скорость. Однако в них еще сильны отдельные базовые ценности, внушенные родительским воспитанием. Они еще соблюдают баланс между работой и личной жизнью, а целеполагания, хотя и носят индивидуалистический характер, все же весьма традиционны.

На становление мировоззрения **поколения Y, или «миллениумов» (1983–2000 гг.)** повлияли кардинальные изменения в геополитическом пространстве: распад СССР и появление ряда

новых государств (не всегда дружественных), возникновение однополярного мира. Эти события сформировали у них уверенность, что нет ничего вечного, нет никаких идеалов и авторитетов. Самые устойчивые и сильные государства могут очень быстро потерять позиции и вес. Для такого архетипа ключевой ценностью является улучшение жизни, поэтому «миллениумов» не покидает стремление к изменению окружающего мира и себя. Они склонны очень быстро принимать решения, что, с одной стороны, способствует формированию иммунитета к изменениям и умению гибко адаптироваться к новым условиям, с другой – зачастую сопровождается неспособностью к глубокому анализу, приверженностью поверхностным суждениям, что не дает возможности оценить ситуацию объективно и всесторонне. Для представителей данного поколения не характерны длительные трудовые усилия. Идеалом «миллениумов» является «американская мечта» – возможность быстро и легко достичь успеха и денежного благополучия.

**Поколение Z (2000 г. – н.в.).** Сегодня мы наблюдаем, как формируется новое поколение, получившие название «центениалы». Хотя процесс еще не завершен, уже сейчас можно сказать, что по своим ценностям и установкам они будут кардинально отличаться от предыдущих поколений. Прежде всего – благодаря тем условиям, которые формируют личностное пространство и базовые ценности его представителей. Кардинальным образом изменяются базовые социальные институты, многие из которых формировались столетиями, такие как семья, церковь и другие.

В ближайшем будущем «центениалы» станут важными участниками на рынке труда, быстрорастущей группой сотрудников и клиентов, но уже сейчас представители поколения Z являются законодателями моды и предлагают лучшие обзоры будущих тенденций, таких как использование технологий, коммуникаций и схем покупок [Кулакова, 2018].

### **Замечание о базе данных**

Дальнейший анализ в статье будет опираться на исследование Сбербанка, который собрал основные факты о поколении Z в России, отразив ряд черт его «психологического портрета». Сбербанк представил результаты совместного с агентством Validata исследования молодежи, проведенного в конце 2016 г.

[30 фактов.., 2017]. Как следует из релиза банка, это самое крупное в его истории качественное исследование данного сегмента потенциальных клиентов. Наше внимание привлекли выявленные в данном исследовании отдельные тенденции, которые значительно провоцируют существенные трансформационные сдвиги в поведенческой модели, а, следовательно, требуют рефлексии на уровне планирования экономической политики.

1. *Восприятие только краткой, наглядной информации*, которая потребляется маленькими, «перекусочными» порциями, при этом иконки, смайлики и картинки часто заменяют текст.

2. *Отсутствие долгосрочных трендов*. Социальные сети формируют ощущение потока, в котором все меняется каждую секунду.

3. *Повредилась поведенческая модель постепенного движения к успеху*.

4. *Поиск своего пути* – основная установка и ценность поколения Z.

5. *Установка на гедонизм*. Собственно, счастье – это и есть успех, считает молодежь. Успех измеряется разнообразием жизни и удовольствием от нее, а не богатством и статусом.

6. *Работа должна быть в радость* и, конечно, приносить доход, но не отнимать много времени: «вкалывать» молодые люди не готовы. Слова «карьера» и «престижная работа» в ответах практически не звучат.

7. *Боязнь «обычной» жизни* без спонтанности, интенсивных переживаний и ярких впечатлений.

8. *Минимальный горизонт планирования*.

9. *Главные ожидания от будущего – комфорт и спокойствие*.

### **Постановка проблемы**

Системный анализ таких элементов, как обработка информации, самовосприятие, ценностные установки, фрустрации, страхи и ожидания, характерные для поколения Z, дает основание говорить, что общество и государство стоят на пороге формирования совершенно нового для них круга проблем, которые не могут быть решены в условиях действующего институционального контура, используемого для реализации экономической политики [Якутин, 2018].

Во-первых, мы видим, что актуализируется стремление к ценностям, носящим отчетливо нематериальный характер: впечатления, путешествия, развлечения становятся более важным приобретением, чем обеспеченная обывательская жизнь, обремененная недвижимостью, активами, собственностью и, наконец, ответственностью. В восприятии «центениалов» стиль жизни родителей и более старших поколений представляется едва ли не пугающим. Они сознательно отказываются от традиционной модели поведения, когда строились долгосрочные жизненные планы, в числе желаемых целей фигурировали доходная престижная работа, семья и материальный достаток.

Во-вторых, можно ожидать, что стремление к комфорту и спокойствию как основная целевая установка снижает маргинальную склонность к риску – одному из главных факторов предпринимательской активности. И если рыночную экономику рассматривать как систему, имманентным элементом которой являются неопределенность, несовершенство и асимметричность информации, неизбежно возникает вопрос о восприятии риска и готовности субъектов брать его на себя. Поколение Z в формате описанных психологических установок, скорее, относится к тем, кто предпочитает «синицу в руках» [Поколение., 2016]. Большинство его представителей не склонны рисковать ради неких грядущих благ и будут стараться ограничивать (а то и вовсе избегать) любой риск, угрожающий благополучию. Это означает, что они будут искать рабочие места с гарантированным доходом без высокой степени неопределенности, что точно не способствует формированию бизнес-инициативы.

В-третьих, отсутствие терпения и концентрации, коллажное восприятие информации, стремление к получению быстрого результата без переживания периода входа и ожидания свидетельствуют о нацеленности на проекты с коротким сроком отдачи от вложенных средств и усилий [Shatto, Erwin, 2017]. Все это, безусловно, отразится на рынке труда, поскольку отказ от модели постепенного движения к успеху, очевидно, приведет к высокой текучести кадров. Следует ожидать, что отработанные на прежних поколениях системы мотивации работников и KPI компаний каналы передачи опыта, знаний, умений окажутся устаревшими и неэффективными. Проблемы возникнут и с социализацией работников в коллективах, поскольку социальная адаптация

и формирование навыков работы в команде для людей поколения Z потребуют дополнительных мер со стороны работодателей.

Другими словами, особенностью поколения Z является свойственная ему принципиально другая потребительская и целевая поведенческая модель на рынке труда [Tapscott, 2008]. Ее характеризуют смещение приоритетов в сторону «социального комфорта» и покоя, отсутствие мотивации к накоплению, равнодушие к социальному признанию результатов труда, низкий уровень бизнес-инициативы, а также «личной» социализации, отсутствие длинных горизонтов планирования.

Потребительская модель основана на концепции потребления не ради удовлетворения потребностей, а ради удовольствия как такового. Удовольствие приносит сам процесс покупки. При этом потребители сместились в сторону Интернета, где размещается виртуальная рыночная площадка для заключения сделок. Большинство из них не любит ходить по обычным магазинам. Кроме того, поколение Z является самым большим потребителем информационных услуг и информационных гаджетов.

В-четвертых, короткий горизонт планирования неизбежно скажется на процессе накопления. Уже сейчас стремление к формированию сбережений у поколения Z практически отсутствует. Низкая чувствительность к субъективному будущему и слабое видение долгосрочных перспектив препятствуют психологически и интеллектуально формированию накоплений как на личностном, так и на общественном уровне. К тому времени, когда «центениалы» составят значительную долю трудовых ресурсов, это может привести к истощению одного из ключевых источников формирования длинных денег, в которых нуждается рыночная экономика.

Кроме того, следует обратить внимание, что традиционные модели экономического развития рассматривают определенную норму накопления как условие обеспечения траектории сбалансированного экономического роста. Правило Фелпса гласит: сбалансированный рост экономики возможен при условии, что каждое поколение сберегает для будущих поколений такую же часть национального дохода, какую само получило от родителей. Отсутствие же мотивации к накоплению нарушает данное условие, что может привести к суженному воспроизводству в рамках долгосрочного периода.

Создаются дополнительные риски и для пенсионной системы. Классическая система пенсионного обеспечения представляет собой распределительные отношения во времени между поколениями. Фондирование средств, отчисляемых в пенсионные фонды из текущих доходов экономически активного населения, закладывает основу текущего обеспечения пенсионеров. Предполагается, что в каждом поколении о новых пенсионерах заботятся люди, пришедшие на рынок труда и вступившие в ряды экономически активного населения. Однако сегодня оказывается, что нижняя граница пополнения рядов трудящихся размыта. Очень многие «миллениалы», а «центениалы» – в подавляющем большинстве предпочитают до 30–35 лет «искать себя», ценят свободный график труда и личную независимость, что приводит к отказу от постоянной занятости, карьерного роста, «белой» заработной платы. Поколение Z охотно идет на фрилансерство и текущее потребление за счет будущего. Возраст «дожития» для него так же не актуален, как и забота о материальном благополучии, здоровом образе жизни и т.д.

В этих условиях апелляция к сложившейся у предшествующих поколений системе предпочтений не работает. Поддержания демографического баланса, на которое направлена государственная экономическая и социальная политика, становится недостаточно. Все усилия по сохранению работоспособности текущей модели пенсионной системы за счет увеличения пенсионного возраста становятся тщетными. Психологические, мировоззренческие установки поколения Z, вступающего в ряды экономически активного населения, в долгосрочной перспективе неизбежно ведут к ухудшению финансовой состоятельности распределительной пенсионной системы.

Помимо проблемы грядущего дефицита длинных денег, в среднесрочной перспективе можно ожидать возникновения еще одной проблемы, связанной с финансами, где виновниками опять становятся мода и веяния, привносимые в экономическую действительность «центениалами». Речь идет о мощном тренде, формируемом в денежной системе – распространении криптовалют. Молодые и дерзкие стали проводниками и активными адептами нового финансового инструмента. Пока что в большинстве государств обращение криптовалют наряду с фиатными деньгами либо находится под запретом, либо подлежит



жесткому регулированию. Но там, где криптовалюты свободно обращаются, практически отсутствуют отлаженные механизмы налогообложения подобных операций.

Наднациональный характер криптовалют приводит к появлению сферы экономики, в которой нет формальных институтов, а правила игры формируются буквально на глазах. Что это может означать для конкретной страны и ее экономики? Предпочтение, которое поколение Z все чаще отдает криптовалютам перед традиционными инструментами финансового рынка, фактически выводит из-под государственного учета и контроля заработанные им средства. Это еще сильнее подрывает его вклад в общественное благосостояние.

### **Заключение**

Постановка вопросов, определение и изучение проблем, связанных с трансформацией поведенческой модели в рамках новых общественных формаций, сегодня является чрезвычайно актуальной задачей, поскольку происходящие изменения отражают глобальные тренды, а не случайные отклонения, поддающиеся коррекции с помощью известных инструментов. Формирующееся поколение Z обладает большой индивидуальностью с точки зрения экономического поведения и способно привести существенные риски в сложившуюся модель государственного экономического развития, вплоть до изменений традиционных моделей социально-экономических отношений, основанных на бихевиоризме: теории спроса, мотивации, накопления и потребления. Собственно, речь идет о трансформации самих законов вовлеченности человека в действующую экономическую систему.

Особо следует отметить, что проблема регулирования подобных рисков осложняется тем, что система взглядов и поведенческих паттернов, с которой приходится иметь дело, пока еще находится в фазе становления и претерпевает изменения, и подстроиться под нее с учетом временного лага на принятие решений и внедрение последних на государственном уровне достаточно сложно. Однако если закрыть глаза на происходящие изменения и не принимать их во внимание при совершенствовании моделей социально-экономических процессов, мы можем столкнуться с тем, что принятые решения окажутся абсолютно не эффективными и не работающими.

## Литература

Воронцова Ю.А. Теоретическая основа теории поколений// Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2016. № 3(72). С. 268–273.

Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект// Вопросы территориального развития. Вып. 2(42). 2018 С. 1–10.

Поколение Selfie: пять мифов о современной молодежи: исследование (ВЦИОМ) Всероссийского центра исследования общественного мнения// Пресс-выпуск 3265. 2016. 13дек. [Эл. ресурс]. URL: <http://old2.wciom.ru/index.php?id=459&uid=115996> (дата обращения: 30.05.2018).

Якутин Ю.В. Цивилизационный сдвиг требует активной социальной политики государства// Экономика и жизнь. 2018. № 01 (9717). [Эл. ресурс]. URL: <https://www.eg-online.ru/article/363669/> (дата обращения: 05.06.2018).

30 фактов о современной молодежи: исследование Сбербанка и Validata// Янгспейс. 2017. № 11. [Эл. ресурс]. URL: [https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth\\_presentation.pdf](https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf) (дата обращения: 12.06.2018).

Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y.: William Morrow & Company, 1991. 554 p.

Shatto B., Erwin K. Teaching Millennials and Generation Z: Bridging the Generational Divide // Creative nursing Volume 23, Issue 1, 1. 2017. February. Pp. 24–28.

Tapscott D. Growing Up Digital: How the net generation is changing your world, McGraw-Hill, 2008. 384 p.

Статья поступила 31.01.2019.

## Summary

Vasiutina E.S., Russian State Social University, Matraeva L.V., Russian State Social University, Korolkova N.A., LARIUM Consulting, Moscow

### Problems of Transformation of the Behavioral Model of Generation Z

**Abstract.** The article discusses features of formation and development of the modern generation from a point of view of theory of generations of Howe N. and Strauss W. The analysis is based on a large-scale sociological study conducted in 2016 by Sberbank of Russia that served to identify directions of transformational changes in the behavioral model as well as causes and consequences for development and effectiveness of government regulation in various sectors of economy. The authors evaluate key elements such as information processing, self-perception, value settings, frustrations, fears and expectations from the future generation Z, underlying problems that cannot be resolved in the current institutional environment of economic policy.

**Keywords:** theory of generations; the economic model of behavior; generation Z; value settings; transformational shifts

## References

Vorontsova Yu.A. (2016). Teoreticheskaya osnova teorii pokoleniy in *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsialnyie nauki*. No.3(72). Pp. 268–273. (In Russ.).

Kulakova A. B. (2018). Pokolenie Z: teoreticheskiy aspekt in *Voprosyi territorialnogo razvitiya [Territorial Development Issues]*. Vol. 2(42). Pp. 1–10. (In Russ.).

Pokolenie Selfie: pyat mifov o sovremennoy molodezhi: issledovanie (VTsIOM) Vserossiyskogo tsentra issledovaniya obschestvennogo mneniya (2016). In Vol. 3265. 13 dec. Available at: <http://old2.wciom.ru/index.php?id=459&uid=115996> (accessed: 30.05.2018). (In Russ.).

Yakutin Yu. V. (2017). Tsivilizatsionniy sdvig trebuets aktivnoy sotsialnoy politiki gosudarstva in *Ekonomika i zhizn*. No.01 (9717). Available at: <https://www.eg-online.ru/article/363669/> (accessed: 05.06.2018). (In Russ.).

30 faktov o sovremennoy molodezhi: issledovanie Sberbanka i Validata. Yangspeys (2017). No.11. Available at: [https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth\\_presentation.pdf](https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf) (accessed: 12.06.2018). (In Russ.).

Howe N., Strauss W. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. N.Y.: William Morrow & Company, 554 p.

Shatto B., Erwin K. (2017). Teaching Millennials and Generation Z: Bridging the Generational Divide. *Creative nursing*. Vol. 23, Issue 1.1. February. Pp. 24–28.

Tapscott D. (2008). *Growing Up Digital: How the net generation is changing your world*, McGraw-Hill, 384 p.