

# GEWZ



## WIRUS SZCZĘŚCIA W PRACY

Zaprojektuj zaangażowanie  
i motywację młodych  
pracowników

Joanna Nieżurawska  
Agata Gałaś

# **WIRUS SZCZĘŚCIA W PRACY**

Zaprojektuj zaangażowanie  
i motywację  
młodych pracowników

# FENOMEN ZETEK

*Pokolenie może być wyznacznikiem cech osobowości osób urodzonych w określonych latach*

Okoliczności, w których dorastamy oraz zdobywamy doświadczenie, wpływają na to, kim się stajemy i jak postrzegamy rzeczywistość. Wspólny bagaż doświadczeń społecznych może wpłynąć na ukształtowanie się określonych cech u przedstawicieli pokolenia, czyli osób urodzonych w podobnym okresie. Przez soczewkę społeczną rozumiemy m.in. ważne wydarzenia historyczne, przemiany rozgrywające się na scenie politycznej, rozwój technologii, kataklizmy oraz trendy dominujące w kulturze popularnej. Opisując pokolenia, musiałyśmy pogodzić się ze stosowaniem pewnego rodzaju uogólnień, aby wyszczególnić konkretne cechy charakteryzujące dane grupy. Jednak ważne jest dla nas, aby już na początku publikacji wybrzmiało nasze przeświadczenie o tym, że w każdej generacji występują wyjątki; a cechy, które uznajemy za typowe dla danego pokolenia, najczęściej ujawniają się w badaniach statystycznych. Dodatkowo warto zaznaczyć, że w centrum generacji cechy statystyczne ujawniają się najsilniej, a im bliżej styku z innym pokoleniem, tym cechy międzypokoleniowe mocniej się

przenikają.



**SILENT GENERATION**



**BABY BOOM GENERATION**



**GENERATION X**



**MILLENNIALS**



**GENERATION Z**



**GENERATION ALPHA**

Przy każdej generacji możemy mówić o nieco innych priorytetach życiowych i przyjmowaniu odmiennych postaw wobec pracy zawodowej. Chociaż grupy pokoleniowe podkreślają swoją odrębność,

to jednak żadna z nich nie może istnieć w całkowitym oderwaniu od pozostałych. Dlatego też charakterystyka Zetek będzie bardziej czytelna jeżeli najpierw zbudujemy kontekst i przedstawimy ją na tle starszych generacji. Każde pokolenie jest mocno uwikłane kulturowo, przez co ulega działaniu mechanizmów społeczno-kulturowych. Zależności międzypokoleniowe przenikają się, a przepuszczone przez sitko odmiennych doświadczeń przyjmują coraz to nowe oblicze. Zdarza się, że badacze i badaczki zgłębiający/e wiedzę o pokoleniach przyjmują różne przedziały czasowe dla początku pokolenia Z. Aby unikać nieporozumień w tej kwestii przyjmijmy, że nadrzędną klasyfikacją przyjętą w książce jest ta znajdująca się poniżej:

- 1. Generacja Z – 19952 lub po 19963 do 2000 lub 2004,**
- 2. Generacja Y – 19775 lub 1980–1994,**
- 3. Generacja X – 1965–1979,**
- 4. Baby boomers – 1946–1964,**
- 5. Tradycjonałiści – 1925–1945.**



**Tradycjoniści (1925–1945)**, uważa się ich za pracowników lojalnych, przykładających wagę do historii oraz kultywujących tradycję. Mają niewielką potrzebę poznawania nowych technologii, dlatego nie wykorzystują jej w codziennym życiu (korzystają z tradycyjnego telefonu). Są oporni na zmiany i najchętniej wybierają tradycyjne formy komunikacji.



**Baby boomers (1946–1964)**, postrzegani są jako lojalni pracownicy, którzy są skłonni pracować całe życie w jednej firmie. Obecnie szacuje się, iż stanowią oni 15% wszystkich zatrudnionych. Preferują oni komunikację bezpośrednią, rzadziej niż młodsze pokolenia korzystają ze smartfonów i komputerów. Pracodawcy zauważają, że chociaż baby boomers podchodzą niechętnie do nowych technologii, to coraz sprawniej posługują się komputerami. W pracy cenią stabilność, w tym także stabilność zatrudnienia (najchętniej pracują w jednym miejscu). Badania potwierdzają, że aby zwiększyć u nich zaangażowanie i lojalność, należy wprowadzić np. systemy kafeteryjne, kładące nacisk na indywidualizm. Mają usystematyzowaną hierarchię wartości i określoną strategię na życie i pracę (bardzo ważna jest dla nich kariera i pieniądze), dlatego wkładają dużo wysiłku we wszystko, co robią w pracy. Przekłada się to na

szukanie dróg do rozwijania swoich umiejętności i kwalifikacji, które zwiększają ich użyteczność w miejscu pracy. Uważani są za specjalistów w swoich dziedzinach, czego dowodem jest ich długoletnia aktywność zawodowa. Pracodawcy cenią ich za sprawne operowanie kompetencjami miękkimi m.in. umiejętność współpracowania z innymi osobami. Ponad to: optymiści, potrzebują uznania i prestiżu (wysokie stanowisko, własne biuro), nie boją się ciężkiej pracy, preferują komunikację bezpośrednią, ale młodszy przedstawiciele tego pokolenia utrzymują kontakty również przez social media (Facebook).