

Различия поколений в консолидации социального капитала: организационный и субкультурный аспекты

Н.В. ВОЛКОВА*,
НИУВШЭ, Санкт-Петербург, Россия,
nv.volkova@hse.ru

В.А. ЧИКЕР**,
СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия,
vchiker@yandex.ru

Л.Г. ПОЧЕБУТ***,
СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия,
ludmila.pochebut@gmail.com

В статье рассматриваются особенности консолидации социального капитала двух государственных организаций в контексте различий трудового поведения представителей трех поколений (беби-бумеры, поколения X и Y). Авторы вводят понятие «консолидация социального капитала», которая возникает на основе единого смыслового пространства, включающего в себя оценку организационной культуры, приверженности сотрудников целям и ценностям организации, а также их устойчивой организационной идентификации. В значительной степени консолидация социального капитала персонала определяется организационными, поколенческими и субкультурными особенностями. Были обследованы 250 человек с применением комплекса из трех методик по оценке организационной культуры, приверженности и четырех типов идентификации. Материалы, полученные на двух выборках (90 и 160 человек) в г. Санкт-Петербурге и г. Петрозаводске, показали различия между поколениями как вну-

Для цитаты:

Волкова Н.В., Чикер В.А., Почебут Л.Г. Различия поколений в консолидации социального капитала: организационный и субкультурный аспекты // Социальная психология и общество. 2019. Т.10. № 2. С. 127–145. doi:10.17759/sps.2019100210

* *Волкова Наталья Владимировна* — кандидат психологических наук, старший преподаватель Департамента менеджмента, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия, *nv.volkova@hse.ru*

** *Чикер Вера Александровна* — кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия, *vchiker@yandex.ru*

*** *Почебут Людмила Георгиевна* — доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия, *ludmila.pochebut@gmail.com*

три организаций, так и между ними. Наибольшие трудности в консолидации социального капитала испытывает поколение X, сформировавшееся в нашей стране в годы перестройки и социальных изменений, что отражается в уровне идентификации представителей данного поколения и противоречиях в восприятии реальной и предпочитаемой организационной культуры.

Ключевые слова: консолидация социального капитала организации, идентификация, приверженность, организационная культура, поколения, субкультурные различия.

Введение

Несмотря на продолжающуюся дискуссию о правомерности выделения научного конструкта «поколение» в психологических исследованиях при изучении различий, возникающих в связи с возрастом респондентов, такой научный подход при анализе выявленных закономерностей в характеристике определенных социальных когорт продолжает активно развиваться, а количество работ по этой тематике неуклонно растет [3; 6; 10; 12; 14; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 26; 28].

В.И. Пищик отмечает, что «в итоге накопилось большое количество определений понятия “поколение” и как звена генеалогической цепи, жизненного этапа, и как исторического периода и социально-возрастной категории. Возраст выступает признаком принадлежности к одному поколению, однако принадлежность к нему еще не означает равенство возраста» [12, с. 80–81]. Поколения сменяют друг друга с определенной периодичностью (примерно каждые 15–20 лет). Например, Э.М. Ремарк называл поколение Германии, воевавшее в Первой мировой войне — «потерянное поколение», а поколение, воевавшее во Второй мировой войне, немецкий социолог Х. Шельский обозначил как «скептическое поколение».

В социально-психологическом смысле Б.Д. Парыгин писал о психологии эпо-

хи как исторической общности людей, принадлежащих к одному поколению. Это общность психического состояния и поведения людей определенного времени, которая объединяет их, несмотря на многообразие различий между людьми [11, с. 256].

В социологическом смысле В.В. Радаев (2018 г.) рассматривает поколения как реальные социальные группы, совместно пережившие какие-то важные исторические события, повлиявшие на общность их восприятия и поведения. Автор считает, что разграничивать поколения нужно не по годам рождения, а по периодам, когда представители того или иного поколения вступали во взрослую жизнь [17, с. 16–17]. Наиболее важными факторами формирования психологии поколения В.В. Радаев считает исторические и культурные особенности взросления (социализации) молодых людей. Учитывая эти особенности, он предлагает выделить шесть эпох при классификации современных российских поколений: 1) мобилизационное поколение (1938 г. рождения и раньше, период взросления — 1941–1956 гг.); 2) поколение оттепели (1939–1946 гг. рождения, период взросления — 1956–1964 гг.); 3) поколение застоя (1947–1967 гг. рождения, период взросления — 1964–1984 гг.); 4) поколение реформ (1968–1981 гг. рождения, период взросления — 1985–

1999 г.); 5) поколение миллениалов (1982–2000 г. рождения, период взросления – 1999–2016 г.); поколение Z (г. рождения – 2001 и позднее, период взросления – 2016–20... г.).

Согласно традиционным классификациям (основанным преимущественно на теории В. Штрауса и Н. Хоува; 1991 г., 2009 г.), поколения обозначаются, как правило, следующим образом: величайшее поколение (1900–1923 г.), молчаливое поколение (1924–1943 г.), беби-бумеры (1944–1963 г.), поколение X (1964–1983 г.), поколение Y (1984–2003 г.), поколение Z (2004–20... г.)¹. Исходя из этой теории, мы определяем **поколение** как группу людей, родившихся в определенный период времени, общая социализация которых проходила под влиянием одинаковых исторических, политических и экономических событий, а также в определенной социокультурной среде [5].

В целом, несмотря на некоторые разногласия и сомнения, научное сообщество пришло к мнению, что в обозначении поколений как возрастных групп есть сущностное связующее ядро, определяемое, прежде всего, фиксацией превалирующих ценностей и мировоззрения на определенном историческом отрезке времени и в определенной культуре, в которых формируется личность. Таким образом, возраст – лишь одна из характеристик выделяемых групп.

Одним из первых отечественных авторов, обратившихся к понятию «поколение», был И.С. Кон, который смог объединить в основных признаках поколений

социологический, психологический и философский аспекты рассмотрения. Он считал, что понятие «поколение» определяется соотносительностью следующих составляющих: 1) современники, родившиеся примерно в одно и то же время; 2) ступень в происхождении от общего предка (сын, внук, правнук); 3) отрезок времени от рождения родителей до рождения их детей; 4) общность жизненного опыта и переживания современников [8]. Именно поэтому ключевые исторические события, переживаемые или уже пережитые совместно большими группами людей, часто принимаются за точку отсчета в определении соотношения с поколением. Это определяет то, что «люди, объединенные в одно поколение, сходным образом воспринимают и интерпретируют историческую ситуацию и выстраивают стратегии своей жизни» [12, с. 82].

Мы, в свою очередь, не единожды обращались к теме поколений в связи с вопросами, возникающими в организационной психологии [4; 5; 33], поэтому конструкты «ценности и мировоззрение поколений», «историческая память поколений» представляются нам удачными, обладающими объяснительными возможностями как рабочего, так и социального поведения людей в обществе.

Одним из наиболее продуктивных направлений, разрабатывающих вопросы теории поколений, стало направление организационной психологии и менеджмента, основные работы в области которых мы обобщили в нашей статье «Особенности карьерной мотивации в контексте теории поколений» [5]. Было

¹ Существуют некоторые разночтения в возрастных границах и названиях выделяемых поколений в работах авторов, занимающихся теорией поколений, что, однако, не нарушает общей логики и направленности научных исследований.

доказано, что представители разных поколений существенно отличаются друг от друга по ряду параметров организационного поведения, карьерной мотивации, по параметрам адаптации и самопрезентации. Другие исследователи показали, что различия касаются также социокультурного, субкультурного, поведенческого и мотивационного аспектов трудовой и социальной направленности представителей различных поколений, их организационного поведения, разрешения конфликтов, устойчивости организации в период кризисов и т.д. [1; 10; 13].

Нам представляется крайне интересным рассмотреть поколенческие различия в аспекте накопления, консолидации и использования социального капитала организаций, который в совокупности может характеризовать эффективность их деятельности [16]. Социальный капитал организации можно понимать как объединяющую и сплачивающую силу, связанную с эффективностью ее деятельности. Консолидация с точки зрения социальной психологии — групповой процесс, который означает согласование членами группы в ходе общения целей, норм, ценностей, средств, стиля и способов совместной деятельности. Консолидация социального капитала — это устойчивая, общепризнанная система деловых и межличностных отношений сотрудников организации. Социальный капитал организации консолидируется на основе единого смыслового пространства, включает приверженность сотрудников целям и ценностям организации, их устойчивую организационную идентичность и выражается в определенной организационной культуре [15].

С. Лионс и Л. Курон (S. Lyons, L. Kuron, 2014 г.) на основе метаанализа публикаций конкретизировали, что

поколения важно рассматривать как социальную силу организации, а не просто демографическую переменную, а авторам подобного рода исследований следует более детально изучать организационный контекст (*organizational context*). Соответственно, в качестве основных эмпирических характеристик исследования социального капитала организации нами были выбраны показатели организационной культуры, организационной идентификации и приверженности сотрудников. Эти феномены отражают не только индивидуальные различия, но и рассматриваются как составляющие организационного контекста, который, по мнению ряда зарубежных ученых, является существенным условием при изучении поколенческих различий [26; 28].

Эмпирическое исследование

Цель исследования: выявить поколенческие и субкультурные особенности консолидации организационного социального капитала.

Гипотезы исследования:

1. Социальный капитал организации и его консолидация определяются комплексом взаимозависимых показателей организационной культуры (реальной и предпочитаемой), организационной приверженности и идентификации сотрудников.

2. Существуют различия в накоплении и консолидации социального капитала, связанные с принадлежностью к определенным поколениям в каждой отдельной организации.

3. Субкультурные различия в оценке показателей социального капитала в наибольшей степени касаются поколений X и Y.

Задачи исследования:

1. Выделить основные показатели консолидации социального капитала организаций, наиболее чувствительных к оценке поколенческих различий рабочего поведения сотрудников.

2. Выявить и сравнить специфику социального капитала двух государственных организаций Северо-Западного федерального округа, принимая во внимание принадлежность их сотрудников к различным поколениям.

3. Описать субкультурные различия в оценке показателей социального капитала организации в контексте теории поколений.

Характеристика выборки исследования. Исследование проводилось в 2018 году в двух городах Северо-Западного федерального округа России: Санкт-Петербурге и Петрозаводске. Одна из организаций осуществляет свою деятельность в сфере высшего образования крупного мегаполиса — Санкт-Петербург (население около 5 млн. 300 тыс. чел.), вторая организация — в сфере социального обеспечения в среднем российском городе Петрозаводске (население более 300 тыс. чел.).

Соответственно, под субкультурными различиями рассматриваются особенности культуры труда в мегаполисе и среднем российском городе.

В опросе приняли участие 250 сотрудников двух государственных организаций, из которых 68% — женщины, средний возраст — 39,9 лет ($SD=10,93$), и 32% — мужчины, средний возраст которых составил 41,2 года ($SD=9,6$). Основными критериями выбора организаций для исследования стали продолжительность работы в государственном секторе более 10 лет и возможность беспрепятственного сбора большого объема эмпи-

рического материала. Соответственно, для целей настоящего исследования стали доступны данные из сферы образования и социального обеспечения.

В Санкт-Петербурге участниками эмпирического исследования стали 90 человек (70 женщин и 20 мужчин) возрастной категории от 21 до 65 лет. В Петрозаводске выборочная совокупность составила 160 респондентов. На вопросы методик ответили 100 женщин и 60 мужчин возрастной категории от 25 до 61 года. Выбор респондентов проводился случайным образом.

В целях сопоставления полученных результатов с международными исследованиями в нашей работе за основу была взята классификация, предложенная В. Штраусом и Н. Хоувом (1991), с периодами рождения, которые уже применялись в отечественных работах [5]. Эта классификация во многом пересекается и с последними разработками российских исследователей. Важно отметить, что основная причина дискуссий по систематизации поколений лежит в датах смены периодов (cutoff dates). Например, одна из последних классификаций, предложенная В.В. Радаевым (2018), ограничивает поколение X периодом времени рождения продолжительностью 14 лет (1968–1981 гг.), однако релевантность такого небольшого срока обсуждается в международных работах [28].

Согласно классификации В. Штрауса и Н. Хоува (1991 г.) все респонденты были разделены на три возрастные группы: поколение Y (1984–2003 гг.), поколение X (1964–1983 гг.) и беби-бумеры (1944–1963 гг.). В табл. 1 представлены демографические характеристики выборки.

Методики исследования. Исследование было направлено на анализ консо-

Демографические характеристики выборки

Показатель	Санкт-Петербург N=90		Петрозаводск N=160		Итого N=250	
	N	Средний возраст	N	Средний возраст	N	Средний возраст
Гендерные различия средних						
Мужчины	20	37,3	60	42,5	80	41,2
Женщины	70	37,7	100	41,4	170	39,9
Различия средних по поколениям						
Поколение Y (1984–2003 гг.)	43	27,4	41	30,2	84	28,8
Поколение X (1964–1983 гг.)	34	41,9	109	44,6	143	44,0
Беби-бумеры (1944–1963 гг.)	13	60,3	10	58,2	23	59,4

Примечание. N – количество респондентов

лидации социального капитала организации. Выбор диагностических методик соответствовал возможностям оценки основных компонентов этого феномена, связанных, в первую очередь, с восприятием организационной культуры и психологической привязанностью к организации (организационная приверженность и идентификация). Опрос был проведен с использованием трех зарубежных стандартизированных методик, адаптированных к российской специфике отечественными учеными.

1. *Приверженность персонала* измерялась с помощью опросника «Организационная приверженность» (Organizational Commitment Questionnaire), разработанного Л. Портером с коллегами [30] и адаптированного В.И. Доминяком (2006 г.) [7]. Методика отражает следующие три аспекта этого феномена [29, с. 226]:

- насколько сильна вера в цели и ценности организации и их признание;
- готовность прилагать значительные усилия в интересах организации;
- желание сохранить членство в организации.

Опросник включает 15 утверждений, которые оцениваются по шкале Лайкерта. Все полученные ответы суммируются и вычисляется среднее значение.

2. *Организационная идентификация* измерялась с помощью опросника, который базируется на расширенной модели этого феномена, разработанной Г. Крэйнером и Б. Эшфортом [25], в адаптации О.Н. Бурмистровой (2010 г.) [2]. В основе этой модели лежат как позитивные, так и негативные формы организационной идентификации, которые включают следующие измерения:

- *сильная идентификация* – уникальное психологическое состояние, когда человек позитивно соотносит себя с большинством организационных аспектов, демонстрируя положительное отношение к ним;

- *дезидентификация* – психологическое состояние, когда человек отделяет от себя некоторые организационные аспекты, как правило, чувствуя негативное отношение к ним;

- *амбивалентная идентификация* – это психологическое состояние как идентификации, так и дезидентификации по отношению к организационным аспектам.

Человеку импонируют некоторые из них, и в то же время он не может принять другие;

- *нейтральная идентификация* — это психологическое состояние ни идентификации, ни дезидентификации по отношению к организации. Сотрудник определяет себя нейтрально в отношении организационных аспектов, фокусируясь исключительно на личных целях.

Каждое измерение включает в себя 6 вопросов с оценкой по шкале Лайкерта. В результате для каждого респондента определяется четыре показателя организационной идентификации.

3. Восприятие сотрудниками *организационной культуры* измерялось с помощью опросника, базирующегося на рамочной конструкции конкурирующих ценностей, разработанного К. Камероном и Р. Куинном (2001 г.) (Organizational Culture Assessment Instrument, OCAI). Инструмент включает в себя следующие шесть измерений этого феномена [9]:

- важнейшие характеристики организации;
- общий стиль лидерства в организации;
- управление персоналом и описание рабочей обстановки;
- связующая сущность организации;
- стратегические акценты, которые продвигают стратегию компании;
- критерии успеха, которые определяют награды и поощрения.

В опроснике каждое из этих шести измерений включает четыре утверждения, которые соотносятся с одним из четырех типов организационной культуры:

- клановая культура — место работы, где сотрудники доверяют друг другу и имеют много общих интересов;
- иерархическая культура — формализованное место работы, в котором поведение регулируется правилами и инструкциями;

- адхократическая культура — творческое, динамичное и предпринимательское место работы, где сотрудники готовы рисковать для достижения целей организации;

- рыночная культура — место работы, где сотрудники ориентированы на достижение конкретных результатов.

Респондент должен распределить 100 баллов между четырьмя утверждениями в каждом из шести измерений, тем самым выражая свое мнение относительно организационной культуры оцениваемой компании. Опросник заполнялся дважды, чтобы понять как текущую ситуацию в организации, так и желаемую атмосферу. Соответственно, методика определяет то, насколько один из типов культуры доминирует в настоящее время и является наиболее желаемым для персонала в перспективе.

Методы статистической обработки результатов. Статистический анализ был выполнен с помощью программного обеспечения SPSS 20.0 для Windows. Обработка данных проводилась с использованием сравнительного анализа описательных статистик (средние значения, процентное распределение и стандартные отклонения). Принадлежность к поколению выступала в качестве независимой переменной при проведении сравнения показателей зависимых и независимых выборок с использованием дисперсионного анализа и t-критерия Стьюдента.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ компонентов социального капитала в организации г. Санкт-Петербурга. На первом этапе анализа эмпирических данных был проведен

сравнительный анализ данных с использованием t-критерия Стьюдента по типам организационной культуры, идентификации и приверженности в организации, расположенной в Санкт-Петербурге, принимая во внимание принадлежность опрошенных к определенному поколению. В результате было установлено, что средние значения по *сильной организационной идентификации* у поколения X значимо ниже ($M=3,97$), чем у представителей старшей возрастной группы – беби-бумеров ($M=4,81$) ($t(45)=-2,306$, $p=0,026$). То есть представители старшего поколения (беби-бумеры) отличаются от сотрудников, принадлежащих к среднему поколению (поколению X), более высокой организационной идентификацией и в значительной степени демонстрируют позитивное отношение к ней. Это значит, что организационное поведение представителей именно этого поколения (беби-бумеров) является предпосылкой стабильных, долгосрочных рабочих отношений, несмотря на большую долю в их оценке рыночной составляющей организационной культуры. Представители поколения Y оценивают рыночную составляющую организационной культуры значимо ниже ($M=26,19$), чем беби-бумеры, у которых среднее значение составляет 34,55 ($t(54)=-2,149$, $p=0,036$). Скорее всего, представители молодого поколения (Y) воспринимают характеристики рыночной культуры как вполне приемлемые, обычные для современной организации. Для представителей же старшего поколения (беби-бумеры), проживших основные годы в значительно менее конкурентной рабочей среде, проявление элементов рыночной культуры оказывается более ярким и очевидным.

Анализ компонентов социального капитала в организации г. Петрозаводска.

водска. В ходе сравнительного анализа данных, полученных в г. Петрозаводске, было установлено, что представители поколения X ($M=22,52$) значимо ниже оценивают рыночную культуру в организации по сравнению с беби-бумерами ($M=29,01$) ($t(117)=-2,452$, $p=0,016$). Важно отметить, что дисперсионный анализ, где принадлежность к поколению выступала в качестве независимого фактора, также показал значимые отличия по этому измерению организационной культуры ($F(2,157)=3,576$, $p=0,03$). Соответственно, отношения, связанные с конкуренцией на рабочем месте, которые характерны для рыночной культуры, по-разному воспринимаются сотрудниками – представителями трех поколений и в г. Петрозаводске. Таким образом, эти данные полностью соотносятся с результатами, полученными в организации г. Санкт-Петербурга, и говорят о том, что именно рыночная составляющая организационной культуры по-разному воспринимается представителями трех изучаемых поколений. Представители поколения беби-бумеров в наибольшей степени ощущают такую конкурентную направленность организационных отношений, но при этом сохраняют приверженность организации, вероятно, желая продолжить с ней трудовые отношения.

Сравнительный анализ компонентов социального капитала между поколениями в различных городах. Следующим этапом эмпирического исследования стал сравнительный анализ субкультурных различий таких компонентов социального капитала, как организационная культура, приверженность и идентификация в организациях двух регионов Северо-Запада России. Процедура проводилась с применением t-критерия Стьюдента для двух незави-

симых выборок. В табл. 2 представлены результаты сравнительного анализа и описательные статистики выборки.

Наименьшее количество различий по исследуемым показателям социального капитала организации в зависимости от региона продемонстрировали представители старшего поколения (беби-бумеры). Полученные данные можно, вероятно,

объяснить тем, что социализация этого поколения проходила в относительно одинаковых стабильных условиях, созданных в СССР, и это отражается на их общем отношении к организации и ее ценностям. В этой группе значимо отличаются только средние значения по дезидентификации ($t(21)=-2,84, p=0,01$), нейтральной ($t(21)=-2,741, p=0,012$) и

Таблица 2

Описательные статистики организационной культуры (ОК), приверженности и идентификации

Показатель	Организация	Поколение Y			Поколение X			Беби-бумеры		
		N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Организационная приверженность	Санкт-Петербург	43	4,29**	,41	34	4,07**	,58	13	4,17	,47
	Петрозаводск	41	3,58**	,75	109	3,74**	,65	10	3,85	,73
Амбивалентная идентификация	Санкт-Петербург	43	2,00**	1,06	34	2,40*	1,13	13	2,50	1,47
	Петрозаводск	41	2,79**	,85	109	2,85*	,71	10	3,34	1,06
Нейтральная идентификация	Санкт-Петербург	43	2,55*	1,30	34	2,84*	1,20	13	2,31*	,97
	Петрозаводск	41	3,11*	1,04	109	3,28*	1,01	10	3,66*	1,40
Дезидентификация	Санкт-Петербург	43	1,57**	,75	34	1,81**	,91	13	1,67*	,70
	Петрозаводск	41	2,81**	,79	109	2,75**	,72	10	2,52*	,73
Сильная идентификация	Санкт-Петербург	43	4,02	1,39	34	3,97**	1,01	13	4,81*	1,35
	Петрозаводск	41	3,63	1,03	109	3,33**	1,07	10	3,35*	1,18
Клановая ОК текущая	Санкт-Петербург	43	28,85	17,46	34	21,91**	12,81	13	25,64	19,25
	Петрозаводск	41	32,90	12,79	109	34,55**	11,96	10	30,84	10,30
Адхократическая ОК текущая	Санкт-Петербург	43	23,89	10,33	34	25,71	14,77	13	28,78	13,69
	Петрозаводск	41	22,01	7,05	109	22,17	7,22	10	18,48	8,25
Рыночная ОК текущая	Санкт-Петербург	43	26,19	11,48	34	31,96**	15,38	13	34,55	14,77
	Петрозаводск	41	24,21	6,81	109	22,52**	7,46	10	29,01	12,90
Иерархическая ОК текущая	Санкт-Петербург	43	21,10	16,73	34	20,47	12,08	13	13,01	13,03
	Петрозаводск	41	20,79	9,65	109	20,69	9,63	10	21,64	8,58
Клановая ОК предпочтительная	Санкт-Петербург	43	41,63**	23,64	34	36,79	17,69	13	41,35*	13,88
	Петрозаводск	41	29,49**	13,83	109	32,28	18,57	10	25,49*	15,52
Адхократическая ОК предпочтительная	Санкт-Петербург	43	26,29	16,23	34	29,22**	10,71	13	31,41	15,01
	Петрозаводск	41	25,88	8,91	109	22,86**	11,70	10	30,58	19,43
Рыночная ОК предпочтительная	Санкт-Петербург	43	18,98*	9,64	34	20,79	11,19	13	17,05	8,81
	Петрозаводск	41	23,69*	7,81	109	25,25	14,16	10	24,65	11,20
Иерархическая ОК предпочтительная	Санкт-Петербург	43	12,16**	8,67	34	12,96**	9,09	13	11,92	10,02
	Петрозаводск	41	20,94**	13,30	109	19,63**	13,22	10	19,08	6,17

Примечания. * – различия значимы при $p<0,05$, ** – различия значимы при $p<0,01$; N – количество респондентов, M – среднее значение, SD – стандартное отклонение

сильной идентификации ($t(21)=2,703$, $p=0,013$), а также представления о клановой культуре ($t(21)=2,581$, $p=0,017$). Согласно полученным данным, организационная идентификация в большей степени выражена в организации г. Санкт-Петербурга, что соотносится с видением ее организационной культуры как клановой, в наибольшей степени поддерживающей доверие и общность сотрудников. Это позволяет говорить о консолидации социального капитала организации для представителей этого поколения в г. Санкт-Петербурге, важности для сотрудников сложившейся организационной субкультуры.

Наиболее противоречивым оказалось поколение X, годы формирования представителей которого проходили в период перестройки и распада Советского Союза. В ходе сравнительного анализа были установлены значимые различия средних значений по организационной приверженности ($t(141)=2,673$, $p=0,008$) и всем четырем компонентам идентификации — амбивалентной ($t(141)=-2,789$, $p=0,006$), нейтральной ($t(141)=-2,103$, $p=0,037$), сильной ($t(141)=3,082$, $p=0,002$) и дезидентификации ($t(141)=-6,182$, $p=0,000$). Можно сказать, что сотрудники поколения X в организациях Санкт-Петербурга в целом более привержены целям и ценностям своей организации и в большей степени идентифицируются с ней, чем сотрудники г. Петрозаводска. Диагностируемые в организациях существующие клановая ($t(141)=-5,288$, $p=0,000$) и рыночная ($t(141)=4,856$, $p=0,000$) культуры также воспринимаются представителями разных регионов на значимом уровне по-разному у представителей этого поколения. В г. Санкт-Петербурге клановая составляющая оценивается ниже, а рыночная выше, чем в г. Петрозаводске, что,

вероятно, может быть связано со спецификой конкурентных отношений, более выраженных в городе-миллионнике. Интересно отметить, что предпочитаемая организационная культура также значительно отличается по оценкам сотрудников двух регионов, но по другим компонентам: иерархическому ($t(141)=-2,746$, $p=0,007$) и адхократическому ($t(141)=2,821$, $p=0,005$) измерениям. То есть в идеале в организации г. Санкт-Петербурга, в отличие от г. Петрозаводска, в меньшей степени желательна иерархическая структура, а в большей степени — адхократическая, предполагающая творчество и самовыражение, что вполне обосновано для сферы высшего образования. В г. Санкт-Петербурге преобладает оценка культуры организации как рыночной, а предпочтительной является адхократическая культура. При этом уровни идентификации и приверженности остаются высокими, что позволяет ожидать от персонала высокую организационную стабильность. В Петрозаводске для поколения X очень важна клановая культура — как текущая, так и предпочтительная, а приверженность и идентификация ниже, чем в Санкт-Петербурге. Вероятно, от организации все еще ожидается реализация патерналистской модели, связанной с обеспечением нужд работающих, но без ответных обязательств с их стороны.

Таким образом, комплекс показателей, измеряющих социальный капитал у представителей поколения X, описывает определенную специфику его консолидации, связанную с субкультурными особенностями предпочитаемых отношений в организации. В предыдущих исследованиях установлено, что поколения, период становления которых проходил в эпоху экономических трудностей, делают особый акцент на гарантии занятости, по

сравнению с теми, кто социализировался в благоприятных условиях [27]. Полученные результаты показывают субкультурные различия по этому параметру между представителями поколения X в разных городах. Тезис подтверждается данными, полученными в организации г. Санкт-Петербурга, но опровергается данными, полученными на предприятии г. Петрозаводска. По данным газеты «Вести Карелия» от 18 марта 2019 г. [18], количество безработных в 2018 году в Карелии составило 8,2% от численности экономически активного населения. Это вдвое выше, чем в среднем по России. Среди регионов Северо-Западного федерального округа по уровню безработицы Карелия остается самым неблагоприятным регионом. Это проявляется в высокой напряженности на рынке труда. Несмотря на это, уровни организационной приверженности и идентификации у сотрудников организации г. Петрозаводска значимо ниже, в то время как дезидентификация, нейтральная и амбивалентная идентификация значительно превышают средние значения респондентов из Санкт-Петербурга. Можно предположить, что существуют некие специфические факторы организационного развития конкретного предприятия в г. Петрозаводске, которые для представителей активного и трудоспособного поколения X являются критичными даже при такой нестабильной ситуации на рынке труда. В связи с этим консолидация социального капитала у представителей этого поколения в конкретно взятой организации происходит наиболее противоречиво, а стабильность ищется в клановой модели организации. Таким образом, противоречивая ситуация, сложившаяся в организации, требует дальнейшего анализа.

Представители поколения Y, которое часто называют «нетерпеливым», про-

демонстрировали отсутствие значимых различий в восприятии реальной организационной культуры, т.е. и в той, и в другой региональной группе обследованных существует практически одинаковое, согласованное в своих тенденциях восприятие существующей организационной культуры. По мере убывания оценок выделяются клановая, рыночная, адхократическая и иерархическая культуры. Однако в отношении предпочтительной культуры в коллективе между двумя группами наблюдаются различия. Как было отмечено в предыдущих исследованиях [22; 28], для этого поколения характерны гибкость, открытость и независимость, а также фокусирование на собственной карьере. В результатах нашего исследования значимые отличия в предпочитаемой организационной культуре были зафиксированы в отношении клановой ($t(82)=2,854, p=0,005$), иерархической ($t(82)=-3,6, p=0,001$) и рыночной ($t(82)=-2,456, p=0,016$) культур. Это означает, что представители поколения Y в г. Санкт-Петербурге более ориентированы в перспективе на клановую культуру. В г. Петрозаводске отмечается стремление к иерархической и рыночной культуре, предполагающее свободное организационное развитие с жестким управлением и возможностью изменить ситуацию, которая, вероятно, не устраивает молодых. Организационная приверженность ($t(82)=5,381, p=0,000$) и три типа идентификации (амбивалентная ($t(82)=-3,748, p=0,000$), нейтральная ($t(82)=-2,185, p=0,032$) и дезидентификация ($t(82)=-7,445, p=0,000$)) также показали значимые субкультурные различия между регионами у представителей этого поколения. Выявлено, что представители поколения Y в Санкт-Петербурге более привержены организации, а в Пе-

трозаводске отмечается в целом невысокий уровень идентификации сотрудников с организацией, что выражает их неустойчивую организационную позицию. В целом можно сказать, что представители поколения Y существенно различаются в двух изученных организациях. В г. Санкт-Петербурге представители этого поколения, несмотря на свою «нетерпеливость», более привержены организации, готовы работать в конкурентных отношениях. В г. Петрозаводске проявляется стремление изменить ситуацию за счет рыночных возможностей и структурированного управления. Показатели организационной приверженности, вне зависимости от принадлежности к определенному поколению, ниже в г. Петрозаводске.

Выводы

1. В работе зафиксированы различия в консолидации социального капитала организаций в зависимости от принадлежности их сотрудников к поколениям беби-бумеров, X и Y, а также субкультуры региона. Наиболее активно представлено в настоящий момент на рынке труда поколение X, а характеристики его организационного социального капитала наиболее противоречивы в г. Петрозаводске.

2. Проанализированы основные показатели социального капитала организаций, чувствительные к оценке поколенческих различий рабочего поведения сотрудников. Это показатели организационной культуры (реальной и предпочитаемой), приверженности целям и ценностям организации и идентификации с ней. Их совокупная однонаправленная оценка может говорить о сформированности социального капитала организа-

ции, а также выявлять возможности его накопления. Консолидация социального капитала организации в большей степени выражена в г. Санкт-Петербурге. В г. Петрозаводске отмечается невысокая идентификация сотрудников с организацией и приверженность к ней.

3. Сравнительный анализ межпоколенческих различий показал следующее:

а. В Санкт-Петербурге представители поколения беби-бумеров отличаются от поколений X и Y более высокой идентификацией с организацией и более высокой оценкой рыночной организационной культуры, что можно объяснить как их многолетней включенностью в организационную жизнь, так и реакцией на сложившиеся рыночные условия работы, поиск стабильности.

б. В Петрозаводске представители поколения беби-бумеров выше оценивают рыночную культуру в организации, чем представители поколения X. Таким образом, как и в Санкт-Петербурге, в центре внимания для беби-бумеров оказываются рыночные элементы организационной культуры, которые не проявлялись столь явно в советское время — время их становления и зрелости, а в последние годы стали превалирующими и явными.

с. Для поколения беби-бумеров выражена идентификация с организацией, предпочтительной организационной культурой является клановая, формирующая взаимное доверие и общность сотрудников. В то же время представители этого поколения высоко оценивают рыночную организационную культуру в организации, признавая ее соответствие требованиям современности. Такие характеристики можно считать предпосылкой стабильных, долгосрочных рабочих отношений, на которые ориентированы представители этого поколения.

4. Сравнительный анализ субкультурных различий выявил следующее.

Сотрудники всех поколений, работающие в организации Санкт-Петербурга, демонстрируют большую приверженность целям и ценностям организации, чем сотрудники организации в Петрозаводске. Таким образом, установленным фактом можно считать низкий уровень организационной приверженности и идентификации сотрудников со своей организацией на предприятии в Карелии, несмотря на высокий уровень безработицы и нестабильность на рынке труда. Мы считаем, что определяющими в этом явлении оказываются организационные условия конкретного предприятия, нуждающиеся в дополнительном изучении.

5. Наибольшие трудности в консолидации социального капитала испытывают представители поколения X, формировавшегося в нашей стране в годы перестройки и социальных изменений, что отражается в уровне их идентификации, а также в противоречиях в восприятии реальной и предпочитаемой организационной культуры как в г. Санкт-Петербурге, так и в г. Петрозаводске.

6. Представители поколения Y в Санкт-Петербурге в перспективе ориентированы на клановую культуру, создающую организационную стабильность и интеграцию. В Петрозаводске представители этого поколения стремятся к формированию иерархической и рыночной культур в организации, что способствует не только более свободному организационному развитию и накоплению социального капитала, но и создает возможности для более жесткого управления при необходимости изменения ситуации.

7. Обнаружены существенные различия в консолидации социального капитала между современными трудоспособными поколениями (беби-бумеры, X и Y), а также субкультурные различия. Наиболее стабильно в показателях социального капитала поколение беби-бумеров, наибольшие различия демонстрируют поколения X и Y. Отмечаются различия в консолидации социального капитала также и в каждой исследуемой нами организации. При этом можно предположить, что социальные условия регионов и конкретные условия предприятия особым образом формируют организационное поведение представителей каждого поколения.

Финансирование

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 19-013-00560 «Методология и социально-психологические методы исследования социального капитала организации»).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Артюхина Л.В.* Жизненные и профессиональные ценности поколений — основа корпоративной культуры компании в условиях кризисов и конкуренции // *Современные гуманитарные исследования.* 2015. № 5. С. 179—183.
2. *Бурмистрова О.Н.* Организационная идентификация и оценка сотрудниками эффективности деятельности руководителя: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2010. 183 с.
3. *Верна В.В.* Практические аспекты управления персоналом с учетом положений теории поколений // *Материалы V международной научно-практической конференции «Современные технологии управления персоналом»* (г. Симферополь,

- 27–28 сентября 2018 г.). Симферополь: Издательство «Типография «Ариал», 2018. С. 38–43.
4. *Волкова Н.В., Чикер В.А.* Адаптация персонала в российских организациях: различие профессиональной мотивации и уровня самомониторинга представителей трех поколений (на материале компаний г. Санкт-Петербурга) // Вестник Московского университета. Серия 14: Психологические науки. 2015. № 4. С. 21–38.
 5. *Волкова Н.В., Чикер В.А.* Особенности карьерной мотивации в контексте теории поколений: результаты эмпирического исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8: Менеджмент. 2016. № 4. С. 79–105.
 6. *Глотов М.Б.* Поколение как категория социологии // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 42–48.
 7. *Доминяк В.И.* Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации: Дис. ... канд. психол. наук. СПб., 2006. 281 с.
 8. *Кон И.С.* Ребенок и общество. М.: Академия, 2003. 336 с.
 9. *Камерон К., Куинн Р.* Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. 311 с.
 10. *Лизовская В.В.* Ценностные и социокультурные аспекты восприятия ценовых и мотивационных стимулов в разрезе теории поколений // Материалы международной научно-практической конференции «Молодежная политика России в контексте глобальных мировых перемен» (г. Санкт-Петербург, 22–24 ноября 2018 г.). СПб.: СПбГУПТД, 2018. С. 223–226.
 11. *Парыгин Б.Д.* Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. СПб.: ИГУП, 1999. 592 с.
 12. *Пищик В.И.* Поколения: социально-психологический анализ ментальности // Социальная психология и общество. 2011. № 2. С. 80–88.
 13. *Пищик В.И., Королева, Н.В.* Ситуационный анализ конфликтного взаимодействия сотрудников компании, принадлежащих к поколениям X и Y // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 1. С. 78–89. doi:10.17759/sps.2018090106
 14. *Постникова М.И.* Психология отношений между поколениями в современной России. СПб.: РГПУ, 2011. 44 с.
 15. *Почебут Л.Г., Чикер В.А., Волкова Н.В.* Социально-психологическая модель когнитивного социального капитала организации: концепция и аспекты исследования [Электронный ресурс] // Организационная психология. 2018. Т. 8. № 2. С. 47–71. URL: <http://orgpsyjournal.hse.ru> (дата обращения: 05.05.2019).
 16. *Почебут Л.Г., Свенцицкий А.Л., Марарица Л.В., Казанцева Т.В., Кузнецова И.В.* Социальный капитал личности. М., ИНФРА-М, 2014. 250 с.
 17. *Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: Эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33.
 18. Снижение безработицы не помогло Карелии подняться со «дна» рейтинга регионов РФ [Электронный ресурс] // «Вести Карелия». 18 марта 2019 г. URL: <https://vestikarelii.ru/news/snizhenie-bezrabotitsy-ne-pomoglo-karelii-podnjatsja-so-dna-rejtinga-regionov-rf/> (дата обращения: 20.03.2019).
 19. *Старцева А.А.* Сравнительный анализ ценностей разных поколений (X, Y, Z) и их актуализация в управлении персоналом // Сборник материалов международных

- научно-практических конференций по проблемам социальной психологии, управления персоналом, менеджмента и маркетинга (г. Москва, 30 ноября 2017 г.). Реутов: ООО СВИВТ, 2018. С. 158–166.
20. *Трегубенко И.А.* Психологическая диагностика исторической памяти // Научные труды. 2011. № 19. С. 106–121.
21. *Федотова В.А.* Взаимосвязь ценностей и инновативных установок у представителей разных поколений россиян // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 2. С. 82–92. doi:10.17759/sps.2016070206
22. *Черников Б.В.* Дифференциация трудовых ценностей среди поколений современных работников // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 385. С. 153–158.
23. *Шамис Е.* Теория поколений. Необыкновенный Икс. М.: Ун-т Синергия: Школа Бизнеса, 2017. 138 с.
24. *Шамис Е., Антюпов А.* Теория поколений // Маркетинг. Менеджмент. 2007. № 6. С. 42–46.
25. *Kreiner G.E., Ashforth B.E.* Evidence toward an expanded model of organizational identification // Journal of Organizational Behavior. 2004. Vol. 25 (1). P. 1–27.
26. *Lyons S.T., Kuron L.K.J.* Generational differences in the workplace: A review of evidence and directions for future research // Journal of Organizational Behavior. 2014. No. 35. P. 139–157.
27. *Lub X.D., Ba P.M., Blomme R.J., Schalk R.* Why do generational differences in psychological contracts exist? // Generational diversity at work: New research perspectives / In E. Parry (ed.). Oxon: Routledge, 2015. P. 37–51.
28. *Marcus J., Leiter M.P.* Generational Differences: Effects of Job and Organizational Context // Age Diversity in the Workplace. Bingley, UK: Emerald Publishing Limited, 2017. P. 65–94.
29. *Mowday R.R., Steers R.M. and Porter L.W.* The Measurement of Organizational Commitment // Journal of Vocational Behavior. 1979. Vol. 14 (2). P. 224–247.
30. *Porter L.W., Steers R.M., Mowday R.T., Boulian P.V.* Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians // Journal of Applied Psychology. 1974. Vol. 59 (5). P. 603–609.
31. *Strauss W., Howe N.* Generations: the history of America's future, 1584 to 2069. New York: Quill William Morrow, 1991.
32. *Strauss W., Howe N.* Millennials Rising: The next great generation (vintage original). New York, 2009. 432 p.
33. *Volkova N, Chiker V.* On-boarding in Russian organization: differences of cognitive and social attitudes across three generations // 5th Annual Conference on Cognitive and Behavioral Psychology (Singapur, 2016). P. 18–24.

Consolidation of the social capital among different generational cohorts: organizational and subcultural facets

N.V. VOLKOVA*,

National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia
nv.volkova@hse.ru

V.A. CHIKER**,

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
vchiker@yandex.ru

L.G. POCHEBUT***,

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia
ludmila.pochebut@gmail.com

The aim of this article is to consider the consolidation of social capital in two Russian state organizations under the context of different generational cohorts, namely, Baby Boomers, Generation X and Y, and the features of their organizational behavior. Consolidation of social capital is based on the integrated semantic area that could include the estimation of organizational culture, employees' commitment to company goals and values as well as strong organizational identification. Extensively, consolidation of social capital is determined by organizational, generational and subcultural peculiarities of staff. Altogether, 250 employees participated in this study and filled in three questionnaires to estimate organizational culture, commitment and four dimensions of identification. The data collected in two sample groups (90 and 160 people) in St. Petersburg and Petrozavodsk respectively demonstrated the significant differences among generational cohorts both in the organization and between them. The most hardships in the consolidation of social capital undergo generation X whose formative years had been within Perestroika span and strong social changes in Russia. All that is reflected at their level of organizational identification and contradictions while perceiving current and preferred organizational cultures.

Keywords: consolidation of organizational social capital, identification, commitment, organizational culture, generational cohorts, subcultural differences.

For citation:

Volkova N.V., Chiker V.A., Pochebut L.G. Consolidation of the social capital among different generational cohorts: organizational and subcultural facets. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2019. Vol. 10. no.2, pp. 127–145. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2019100210

* *Volkova Natalia V.* — PhD in Psychology, Senior Lecturer, National Research University Higher School of Economics, St. Petersburg, Russia, nv.volkova@hse.ru

** *Chiker Vera A.* — PhD in Psychology, Senior Researcher, Associate Professor, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, vchiker@yandex.ru

*** *Pochebut Ludmila G.* — Doctor of Science in Psychology, Professor of Social Psychology St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, ludmila.pochebut@gmail.com

Funding

The work was supported by a grant from the Russian Foundation for Basic Research (project 19-013-00560 “Methodology and socio- psychological research methods of social capital of an organization”).

REFERENCES

1. Artjuhina L.V. Zhiznennye i professional'nye cennosti pokolenij – osnova korporativnoj kul'tury kompanii v uslovijah krizisov i konkurencii [Life and professional values generations – the basis of corporate culture in the conditions of crisis and competition]. *Sovremennye gumanitarnye issledovanija [Modern Humanities research]*, 2015, no. 5, pp. 179–183. (In Russ.).
2. Burmistrova O.N. Organizacionnaja identifikacija i ocenka sotrudnikami jeffektivnosti dejatel'nosti rukovoditelja. Diss. kand. psichol. nauk [Organizational identification and evaluation by employees the operational efficiency of a supervisor. PhD (Psychology) diss.]. Moscow, 2010.183p.
3. Verna V.V. Prakticheskie aspekty upravlenija personalom s uchetom polozhenij teorii pokolenij [Practical aspects of personnel management taking into account the provisions of the theory of generations]. Materialy V mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii «*Sovremennye tehnologii upravlenija personalom*» (Simferopol', 27–28 sentjabrja 2018 g) [Proceedings of the Fifth International conference “*Contemporary approaches of human resource management*”]. Simferopol': Izdatel'stvo «Tipografija «Arial» 2018,pp. 38–43.
4. Volkova N.V., Chiker V.A. Adaptacija personala v rossijskikh organizacijah: razlicnie professional'noj motivacii i urovnja samomonitoringa predstavitelej treh pokolenij (na materiale kompanij g. Sankt-Peterburga) [On-boarding in Russian organizations: Career motivation and self-monitoring differences across three generations (case study of organizations in Saint-Petersburg)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 14: Psihologicheskie nauki [Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psychology]*, 2015, no. 4, pp. 21–38. (In Russ., abstr. in Engl.).
5. Volkova N.V., Chiker V.A. Osobennosti kar'ernoj motivacii v kontekste teorii pokolenij: rezul'taty jempiricheskogo issledovanija [Features of Career Choices through the Generation Theory: The Results of Empirical Research]. *Vestnik of Saint Petersburg University. Serija 8: Management [Vestnik of Saint Petersburg University. Seriya 8: Management]*, 2016, no. 4, pp. 79–105. (In Russ., abstr. in Engl.).
6. Glotov M.B. Pokolenie kak kategorija sociologii [Generation as a category in sociology]. *Sociologicheskie issledovanija [Sociological studies]*, 2004, no. 10, pp. 42–48. (In Russ.).
7. Dominyak V.I. Organizacionnaja lojal'nost': model' realizacii ozhidaniy rabotnika otsvoej organizacii. Diss. kand. psichol. nauk [Organizational commitment: the model of employee expectation from the organization. PhD (Psychology) diss]. St. Petersburg. 2006. 281 p.
8. Kon I.S. Rebenok i obshhestvo [The child and the society]. Moscow: Akademija, 2003. 336p.
9. Cameron K.S., Quinn R.E. Diagnostika i izmenenie organizacionnoj kul'tury [Diagnosing and changing organizational culture]. St. Petersburg: Piter Publishing, 2001. 311 p.

10. Lizovskaja V.V. Cennostnye i sociokul'turnye aspekty vosprijatija cenovyh i motivacionnyh stimulov v razreze teorii pokolenij [Valuable and sociocultural aspects to perceive price and motivational incentives in the context of the generational theory]. *Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Molodezhnaja politika Rossii v kontekste global'nyh mirovyh peremen»* (Sankt-Peterburg, 22–24 nojabrja 2018 g.) [Proceedings of the International scientific conference “Youth policy in Russia under the context of global changes”]. SPb: SPbGUPTD, 2018, pp. 223–226.
11. Parygin B.D. Social'naya psihologiya. Problemy metodologii, istorii i teorii [Social psychology. Problems of methodology, history and theory]. SPb: IGUP. 1999. 592 p.
12. Pishchik V.I. Generations: Socio-Psychological Analysis of Mentality. *Sotsial'naja psihologija i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2011. no. 2, pp. 80–88. (In Russ., abstr. in Engl.)
13. Pishchik V.I., Koroleva N.V. Situational analysis of conflict interaction of employees belonging to generations X and Y. *Sotsial'naja psihologija i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2018. Vol. 9, no. 1, pp. 78–89. doi:10.17759/sps.2018090106. (In Russ., abstr. in Engl.)
14. Postnikova M.I. Psihologija otnoshenij mezhdru pokolenijami v sovremennoj Rossii [Psychology of intergenerational relations in modern Russia]. Saint-Petersburg: Russian State Pedagogical University, 2011, 44 p.
15. Pochebut L.G., Chiker V.A., Volkova N.V. Social'no-psihologicheskaja model' kognitivnogo social'nogo kapitala organizacii: koncepcija i aspekty issledovanija [Conceptual framework of cognitive social capital in organizations from a social psychology perspective]. *Organizacionnaja psihologija [Organizational psychology]*, 2018. Vol. 8, no. 2, pp. 47–71. (In Russ., abstr. In Engl.). URL: <https://orgpsyjournal.hse.ru/en/2018-8-2/221052223.html> (Accessed: 05.05.2019).
16. Pochebut L.G., Svencickij A.L., Mararica O.V., Kazanceva T.V., Kuznecova I.V. Social'nyj kapital lichnosti [Social capital of individuality]. Moscow: Infra-M, 2014, 250 p.
17. Radaev V.V. Millenialy na fone predshestvuyushchih pokolenij: Empiricheskij analiz [Millennials compared to previous generations: an empirical study]. *Sociologicheskie issledovaniya [Sociological Studies]*, 2018, no. 3, pp. 15–33. (In Russ., abstr. in Engl.)
18. Snizhenie bezraboticy ne pomoglo Karelii podnjat'sja so «dna» rejtinga regionov RF [Elektronnyi resurs] [Decreasing of the unemployment rate has not allowed Karelia to rise from the lowest rate among other Russian regions]. «*Vesti Karelija*» [*Vesti of Karelia*]. 18 marta 2019g. URL: <https://vestikarelii.ru/news/snizhenie-bezrabotitsy-ne-pomoglo-karelii-podnjatsja-so-dna-rejtinga-regionov-rf/> (accessed 20.03.2019).
19. Starceva A.A. Sravnitel'nyj analiz cennostej raznyh pokolenij (H, Y, Z) i ih aktualizacija v upravlenii personalom [Comparative analysis of the values of different generations (X, Y, Z) and their actualization in human resource management]. *Sbornik materialov mezhdunarodnyh nauchno-prakticheskikh konferencij po problemam social'noj psihologii, upravlenija personalom, menedzhmenta i marketinga* (Moskva, 30 nojabrja 2017 g.) [Proceedings of international conferences in social psychology, human resource management and marketing]. Reutov: OOSVIVT, 2018, pp. 158–166.
20. Tregubenko I.A. Psihologicheskaja diagnostika istoricheskoy pamjati [Psychological Diagnostics of the Historical Memory]. *Nauchnye Trudy [Scholarly works]*, 2011, no. 19, pp. 106–121.

21. Fedotova V.A. Values and Attitudes towards Innovation among Different Generations of Russian People. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2016. Vol. 7, no. 2, pp. 82–92. doi:10.17759/sps.2016070206. (In Russ., abstr. in Engl.)
22. Chernikov B.V. Differenciacija trudovyh cennostej sredi pokolenij sovremennyh rabotnikov [The differences in work values among generations of modern workers]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Tomsk State University Journal]*, 2014, no. 385, pp. 153–158. (In Russ., abstr. in Engl.).
23. Shamis E. Teorija pokolenij. Neobyknovennyj Iks [Generational theory. Exceptional X]. Moscow: Un-t Sinergija: Shkola Biznesa. 2017. 138 p.
24. Shamis E., Antipov A. Teorija pokolenij [The theory of generation]. *Marketing. Menedzhment [Marketing. Management]*. 2007, no. 6. pp. 42-46.
25. Kreiner G.E., Ashforth B.E. Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 2004. Vol. 25, no. 1, pp. 1–27.
26. Lyons S.T., Kuron L.K.J. Generational differences in the workplace: A review of evidence and directions for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 2014, no. 35, pp. 139–157.
27. Lub X.D., Ba P.M., Blomme R.J., Schalk R. Why do generational differences in psychological contracts exist? In E. Parry (Ed.). *Generational diversity at work: New research perspectives*. Oxon: Routledge, 2015, pp. 37–51.
28. Marcus J., Leiter M.P. Generational Differences: Effects of Job and Organizational Context. *Age Diversity in the Workplace*. Bingley, UK: Emerald Publishing Limited, 2017, pp. 65–94.
29. Mowday R.R., Steers R.M. and Porter L.W. The Measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 1979. Vol. 14, no. 2, pp. 224–247.
30. Porter L.W., Steers R.M., Mowday R.T., Boulian P.V. Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 1974. Vol. 59, no. 5, pp. 603–609.
31. Strauss W., Howe N. Generations: the history of America's future, 1584 to 2069. New York: Quill William Morrow, 1991.
32. Strauss W., Howe N. Millennials Rising: The next great generation (vintage original). New York, 2009.
33. Volkova N., Chiker V. On-boarding in Russian organization: differences of cognitive and social attitudes across three generations. *5th Annual Conference on Cognitive and Behavioral Psychology* (GBR, 2016, Singapur), pp. 18–24.