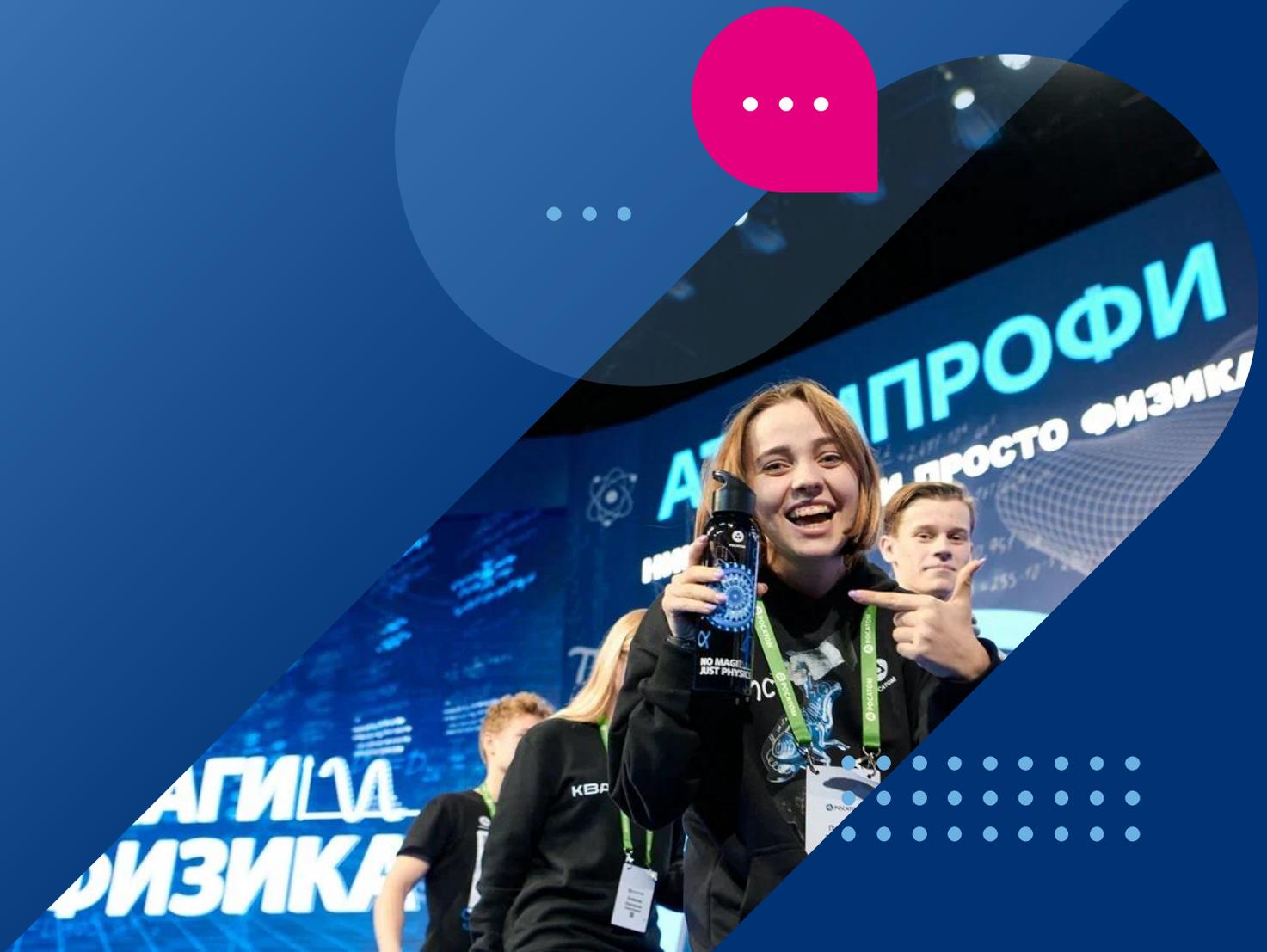


Исследование ценностей и предпочтений поколения зумеров Росатома

Краткий отчет по результатам прикладного исследования АНО
«Корпоративная Академия Росатома»



Актуальность исследования



Актуальность исследования

Мировой рынок труда обновляется: в ближайшие несколько лет существенно возрастет процент найма начинающих специалистов – представителей поколения зумеров [1]. Уже сейчас работодатели уделяют больше внимания анализу данной категории соискателей, которая значительно отличается от представителей других поколений.

Кроме этого, на рынке труда в России наблюдается снижение уровня безработицы. По данным Росстата на 2022 год он составил 3,9%, что гораздо меньше, чем было годами ранее. Следовательно, в перспективе возрастет конкурентная борьба между корпорациями за человеческий ресурс, в частности за молодежь.

Таким образом, перед представителями бизнеса встает два значимых и взаимосвязанных вопроса: как работать с новым сегментом соискателей в лице зумеров, и как в условиях конкурентной борьбы стать привлекательным работодателем для них? Работа с молодежью является необходимостью, которая носит значимый стратегический характер для каждой организации. Данное исследование ставит перед собой цель выявить особенности поколения зумеров Росатома, влияющие на корпоративный контекст (изучить ценности и предпочтения) и рассмотреть подходы, которые помогут компаниям выстраивать более эффективное взаимодействие с молодежью.



Очень часто на деловых или учебных мероприятиях, когда речь заходит про работу с молодежью, я слышу разочарование и недоумение со стороны руководителей и сотрудников.

*Описывая сложности в коммуникации и взаимодействии, коллеги делают большой акцент на различиях между поколениями. Таким образом, они формируют портрет зумеров сквозь призму сравнения с собой, что неминуемо влечет сложности в коммуникации, провоцируя недопонимания и конфликты. На мой взгляд, это одна из корневых проблем во взаимодействии поколений. Здесь важно понимать, что, глядя на другого, мы не смотримся в зеркало и странно ожидать увидеть там себя. Напротив нас стоит **другой** человек: со своими взглядами, убеждениями, ценностями.*

Это исследование направлено на то, чтобы помочь представителям бизнеса лучше понять современную молодежь и наладить качество взаимодействия с ней.

Ключевые выводы

Высокий заработок,
удовлетворение от работы и
карьерный рост
—
это значимые признаки **успешной
карьеры** для зумеров

Баланс работы и личной жизни
важен для молодежи России, но
зумеры Росатома упоминали его
гораздо реже, как приоритетный

Зумеры хотят **общаться со
старшими на равных**, из
партнерской позиции

Для зумеров важна **свобода**, но
лишь 38% чувствуют себя
практически свободными

Зумеры осознают степень своего
влияния и ответственности за
успех, который на их взгляд, в
большей степени **зависит от них
самих**, нежели от факторов
внешней среды

Методология исследования



Цель и задачи



Период исследования

Март, 2022 г. – декабрь, 2023 г.

Методы и выборка исследования:

1. Анализ открытых источников

Обзор 7 российских источников, описывающих ценности, мотивацию и предпочтения поколения зумеров

2. Качественный метод (интервью)

Проведено 6 интервью с представителями молодежи Росатома в возрасте от 12 до 20 лет.

3. Количественный метод (опрос)

Онлайн опрос

Выборка: 2720 представителей молодежи в возрасте от 12 до 20 лет и 1982 представителя молодежи в возрасте от 21 до 26 лет.

Аудитория исследования:

- Молодые сотрудники отрасли
- Студенты опорных вузов отрасли
- Участники отраслевых конкурсов и образовательных программ и проектов
- Юниоры Росатома
- Другие представители молодежи, имеющие отношение к ГК «Росатом».



Словарь терминов

Теория поколений [1] - это теория о существовании неких поколенческих циклов, сменяющих друг друга примерно каждые 20 лет. Суть теории заключается в том, что люди, которые родились в определенный период времени, имеют схожие ценности, особенности восприятия и модели поведения. Теория была разработана Уильямом Штраусом и Нилом Хау.

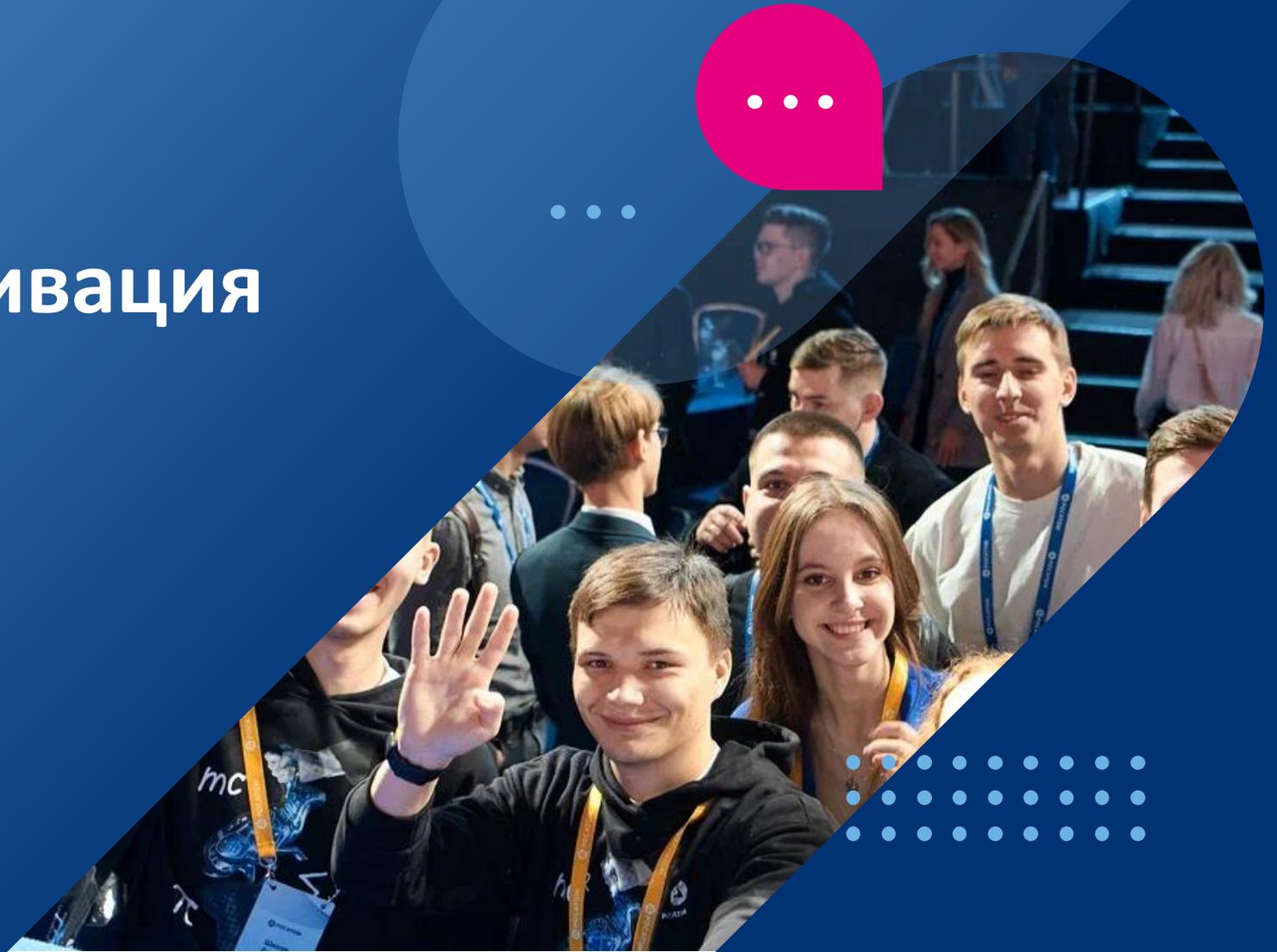
Зумеры – (альтернативные названия: поколение Z, хоумлендеры) наименование поколения людей, рожденных в период с 2003 по 2023 годы.

Зумеры Росатома - поколение людей, рожденных в период с 2003 по 2023 год и имеющих отношение к деятельности Росатома (молодые специалисты, стажеры, практиканты Росатома, студенты опорных вузов Росатома, участники образовательных проектов и конкурсов при поддержке Росатома и т.д.).

Миллениумы – (альтернативные названия: миллениалы, поколение Y) наименование поколения людей, родившихся в период с 1985 по 2002 годы.

[1] В России теория поколений была адаптирована под социальные, культурные, исторические, национальные особенности нашей страны одной из отечественных школ RuGenerations. Здесь и далее в определении границ поколений используется подход данной школы.

Ценности и мотивация зумеров



Ценности зумеров

Ведущими ценностями зумеров Росатома являются: саморазвитие (79%), семья (77%) и построение карьеры (75%).

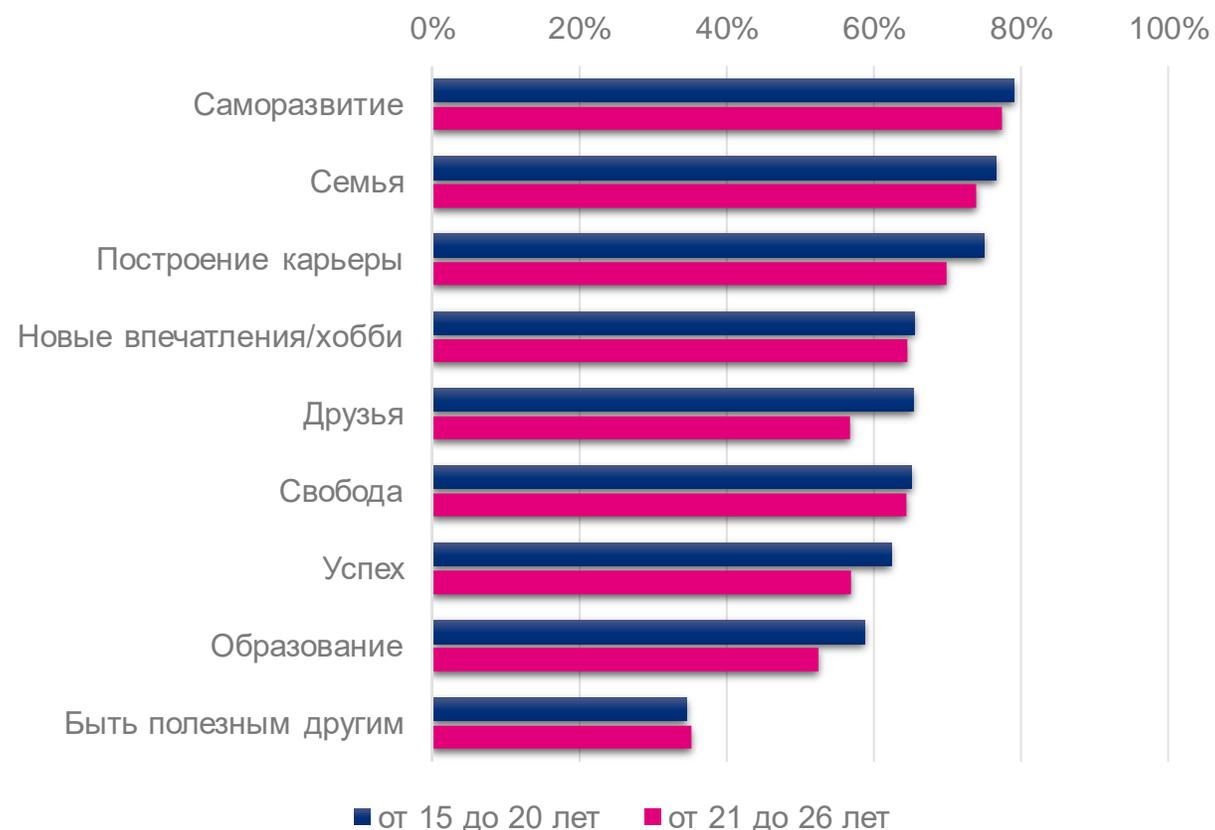
Далее в этом исследовании мы более подробно рассмотрим ценности, оказывающие наибольшее влияние на взаимодействие с зумерами в корпоративной среде: **саморазвитие, построение карьеры, свобода и успех.**

Ценности «семья, друзья, новые впечатления/хобби» носят в большей степени социальный характер, поэтому не будут детально рассмотрены в данном отчете.

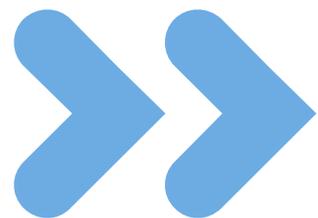
Тема **карьеры** будет раскрыта в первом блоке данной работы, потому что именно она является приоритетным фокусом внимания для бизнеса. Компаниям важно понимать, на что ориентируется молодежь при построении и выборе своей карьеры. В этой же главе будет рассмотрена ценность **саморазвития**, как одного из ключевых для зумера мотивирующих факторов в профессиональной деятельности.

Также отдельное внимание в данной работе уделяется и ценности «**свобода**», потому что именно ее проявление часто становится источником конфликтов и недопониманий во взаимодействии зумеров и представителей других поколений.

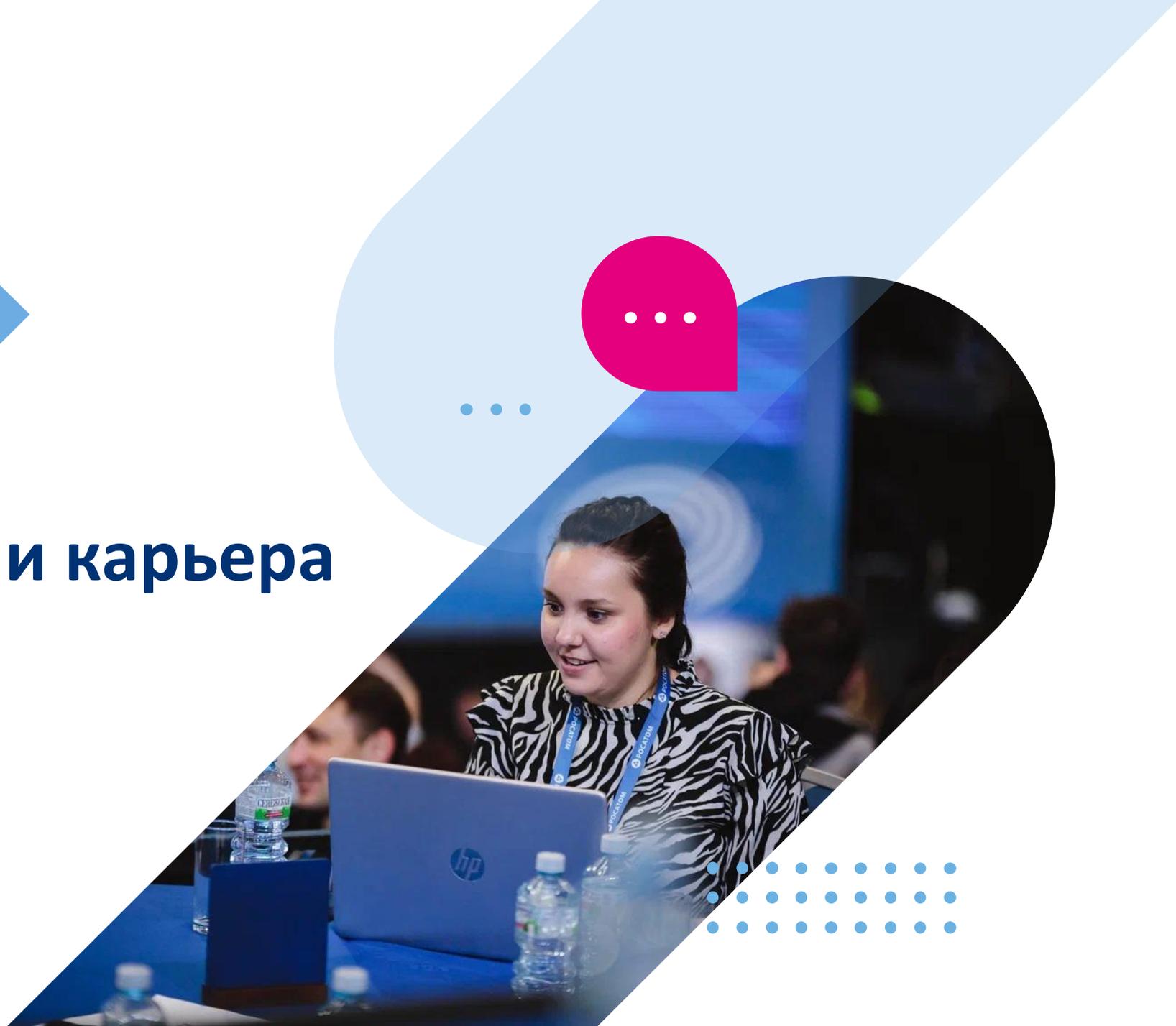
Сейчас распространено мнение о том, что «модель постепенного движения к **успеху** у молодежи повредилась, и что для них успех может быть быстрым и легким». [1] Для того, чтобы выбирать правильные стратегии взаимодействия с зумерами в данном исследовании было уделено особое внимание изучению того, как они воспринимают успех.



Поколение миллениалов Росатома, находящееся на границе с зумерами (с 21 до 26 лет), обладает практически идентичными приоритетами по ценностям, что и зумеры Росатома.



Саморазвитие и карьера



Саморазвитие и карьера

В данном исследовании ценность саморазвития рассматривалась через призму построения карьеры, что позволяет объединить ценности и рассматривать их в тандеме.

В процессе анализа ответов респондентов было обнаружено, что **наличие возможностей для саморазвития и наращивания компетенций** не только влияет на мотивацию зумеров, но и **может компенсировать более низкую зарплату** [1]. Таким образом, прослеживается высокий уровень влияния ценности саморазвития на профессиональную деятельность и карьеру зумеров.

Давая определение хорошей и успешной карьеры зумеры чаще всего упоминали реализацию своего профессионального потенциала, баланс работы и личной жизни, хороший заработок, возможность быть успешным и получать от работы удовольствие.

Однако, когда респондентов попросили ранжировать значимость признаков, на первое место зумеры поставили **высокий уровень зарплаты, на второе - удовлетворенность от работы, на третье - карьерный рост с последующим получением руководящей должности.**

В ходе данного опроса было выявлено ключевое отличие между поколением зумеров и миллениалов в вопросах построения карьеры: более старшее поколение называет признаком успешной карьеры баланс работы и личной жизни и ставит удовлетворенность от работы во главу угла.



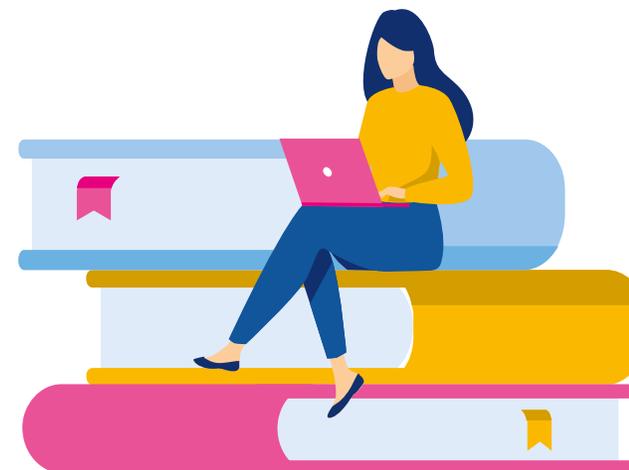
Зумеры

- 1 **Высокий уровень зарплаты**
- 2 **Удовлетворенность от работы**
- 3 **Карьерный рост**



Миллениалы

- 1 **Удовлетворенность от работы**
- 2 **Баланс работы и личной жизни**
- 3 **Карьерный рост**



Саморазвитие и карьера

Первый по значимости признак успешной карьеры у зумеров – **высокая заработная плата**. Это может быть, как возрастной особенностью, так и поколенческой. Многие представители поколения зумеров еще проживают с родителями, не трудоустроены на постоянной основе или находятся только в начале карьерного пути, что ставит в приоритет финансовый вопрос.

На втором месте по упоминаемости было **удовлетворение от работы**, что является проявлением гедонизма в профессиональной деятельности. Отечественные исследования также подтверждают тезис о том, что зумеры чаще, чем старшие поколения хотят хорошо проводить время и баловать себя [1]. Гедонизм в карьере у молодежи Росатома, проявляется в том числе и в ожидании того, что рабочий процесс **должен приносить удовольствие**.

Третьим по значимости признаком успешности карьеры зумеры называли **карьерный рост**, при чем быстрый и стремительный.

В то же время представителям поколения зумеров РФ важно, чтобы в жизни был **баланс работы и личной жизни**. Так в исследовании HAYS большинство опрошенных респондентов отмечали, что хотели бы выбирать часы прихода и ухода (в определенных пределах) и иметь возможность работать удаленно (не из офиса). В этом же опросе молодежь пояснила, что «гибкие условия труда позволяют соблюдать баланс между работой и личным временем» [2]. Таким образом, гибкий график позволяет зумерам подстраивать окружающую среду под себя, вписывая ее в свои рамки комфорта.

Однако, не смотря на то, что зумеры Росатома в интервью тоже упоминали баланс работы и личной жизни, данная ценность не является у них ведущей.

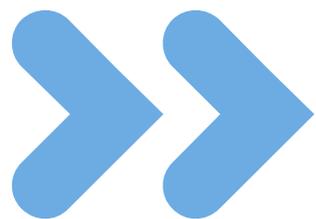
*«Успешная карьера – это когда людям нравится то, чем они занимаются, получают удовольствие, не ходят на работу, как на каторгу. Плюс это материально вознаграждается»,
Александр, 20 лет*

*«Успешная карьера – продвижение по карьерной лестнице, причем быстрое, стремительное. Не зависишь по 15 лет в одной должности»,
Ксения, 17 лет*



[1] Доклад «Мифы и реальность о поколении зумеров», ГК «Ланит», Институт национальных проектов и inventive retail group

[2] «Поколение Z и рынок труда в России», исследования Hays



Свобода



Свобода

По мнению зумеров свобода является необходимым условием для самореализации человека, возможности делать независимый выбор в среде разнообразия и управлять своей жизнью.

СВОБОДА – ЭТО:

- 1 Самодостаточность
- 2 Финансовая независимость
- 3 Свобода выбора

Давая определение свободы, зумеры чаще всего упоминали самодостаточность, финансовую независимость и свободу выбора.

Самодостаточность – это способность человека управлять своей жизнью и приспосабливаться к изменениям без помощи других. По мнению исследовательской команды такое понимание свободы говорит о проявлении индивидуализма.

В разделе «Саморазвитие и карьера» мы уже упоминали о приоритетности высокого заработка у молодежи. Важность этого аспекта находит свое отражение и в понимании свободы, которую зумеры характеризуют сквозь призму **финансовой независимости**.

Еще одно определение свободы – это **свобода выбора**. Молодежь живет в эпоху разнообразия, где они регулярно сталкиваются с необходимостью делать выбор. Для них это естественная среда.

Высокая ценность свободы сказывается на том, как зумеры воспринимают свою жизнь. Большая часть респондентов отмечала, что их жизнь в большей степени зависит от них самих, нежели от внешних обстоятельств.

Однако, только 38% молодежи чувствует себя практически свободными и 36% свободными только отчасти. Это можно объяснить тем, что на первом месте в определении свободы у молодежи стоит «финансовая независимость», и многие из представителей зумеров еще не обрели автономию от родителей.

38%

молодежи чувствуют себя практически свободными

36%

молодежи чувствуют себя свободными только отчасти

В восприятии свободы взгляды зумеров и пограничных к ним миллениалов есть существенная разница. Несмотря на то, что оба поколения в большинстве случаев характеризует свободу сквозь призму самодостаточности, у миллениалов иначе распределились приоритеты (свобода выбора и жизнь занимают более лидирующие позиции). Кроме того, в ТОП-4 определений у них вошло «наличие свободного времени», которое зумеры упоминали намного реже.

Проявление свободы

Говоря о свободе важно не только понимать, что вкладывает молодое поколение в ее определение, но и в чем конкретно оно проявляется. Во-первых, зумеры не признают формальных авторитетов. Они считают, что авторитет надо заслужить [1]. Что может быть одним из проявлений самодостаточности. То, что старшее поколение часто трактует как неуважение и фамильярность, является потребностью видеть в человеке человека, а не его регалии и желанием общаться в партнерской позиции.

85% **ЗУМЕРОВ РОСАТОМА ОТМЕТИЛИ, ЧТО ОНИ СВОБОДНО ОБЩАЮТСЯ СО СТАРШИМИ НА РАВНЫХ**

Это же иллюстрирует исследование, проведенное в Росатоме, где школьников и студентов спрашивали, что на их взгляд важно в учителе. [2] Одними из наиболее популярных ответов были:

- Создание на занятиях атмосферы, в которой никто не боится высказать свою точку зрения
- Открытость к внеаудиторному общению с учениками
- Хорошее чувство юмора

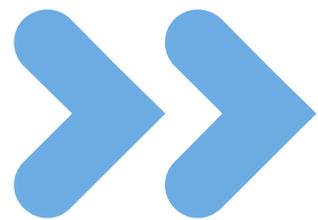
Во-вторых, многие представители поколения хотят иметь возможность выбирать условия труда и жизни, самостоятельно управлять ими. Это сказывается, в том числе на процессе трудоустройства и выбора работодателя. Во-вторых, ценность свободы находит свое отражение в выборе потребляемого контента и знаний: молодежь не будет тратить время на скучный или не актуальный контент, если не увидит в нем очевидную пользу для себя [1]. Если молодежь осознает ценность от прочтения или просмотра большого массива данных, она прекрасно справляется с этой задачей.

Также исследования других компаний показали, что зумеры в нашей стране склонны не признавать необоснованные правила и задачи. [3] В сравнении с предыдущими поколениями у них отрицательная тенденция к конформизму и традиционализму (безусловному следованию правилам и традициям). [1] Непонимание обоснованности правил может приводить к их несоблюдению, а задачи – к демотивации зумера или невыполнению самой задачи.

[1] Доклад «Мифы и реальность о поколении зумеров», ГК «Ланит», Институт национальных проектов и inventive retail group

[2] «Образовательные траектории школьников и студентов: что следует сделать педагогам, руководителям образовательных организаций и предприятий росатома вместе с молодежью в интересах развития кадрового потенциала», исследование ГК «Росатом»

[3] «Поколение Z и рынок труда в России», исследования Naus



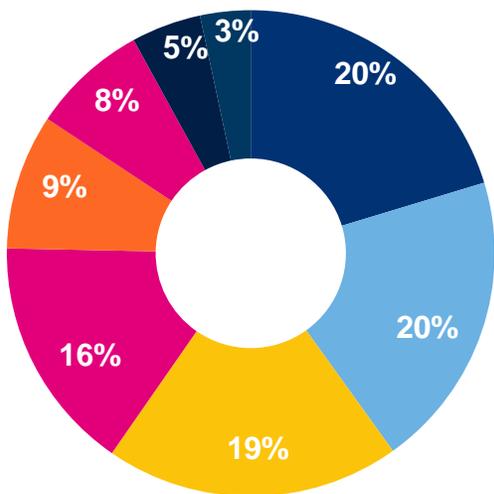
Успех



Успех

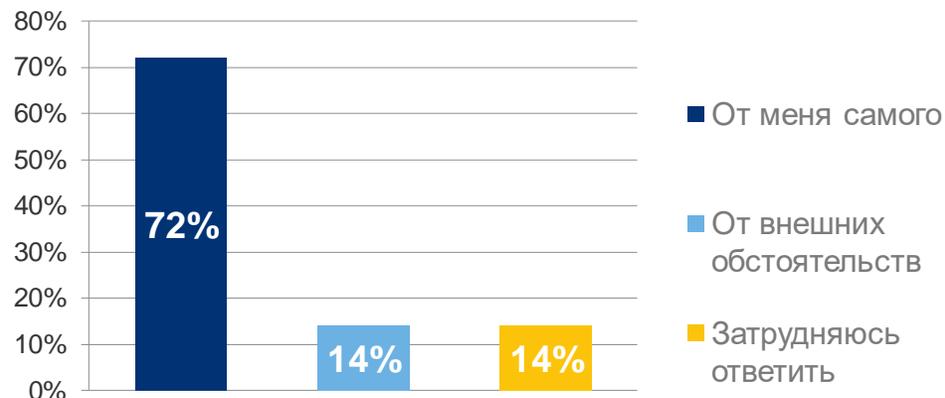
Говоря об успехе важно понять, какие смыслы молодежь вкладывает в это понятие. По результатам качественного исследования наиболее часто зумеры упоминали **«удовольствие» и «радость»**, что дополнительно подтверждает высокий уровень гедонизма этого поколения. Помимо удовлетворенности, респонденты также определяют успех сквозь значимые для себя ценности, такие как: **баланс работы и личной жизни, саморазвитие и самореализация, материальные блага и т.д.**

Как вы думаете, что нужно для достижения успеха в жизни?



- Личностные качества
- Профессионализм в своем деле
- Умение хорошо и много работать
- Связи с нужными людьми
- Удача, счастливый случай
- Высшее образование

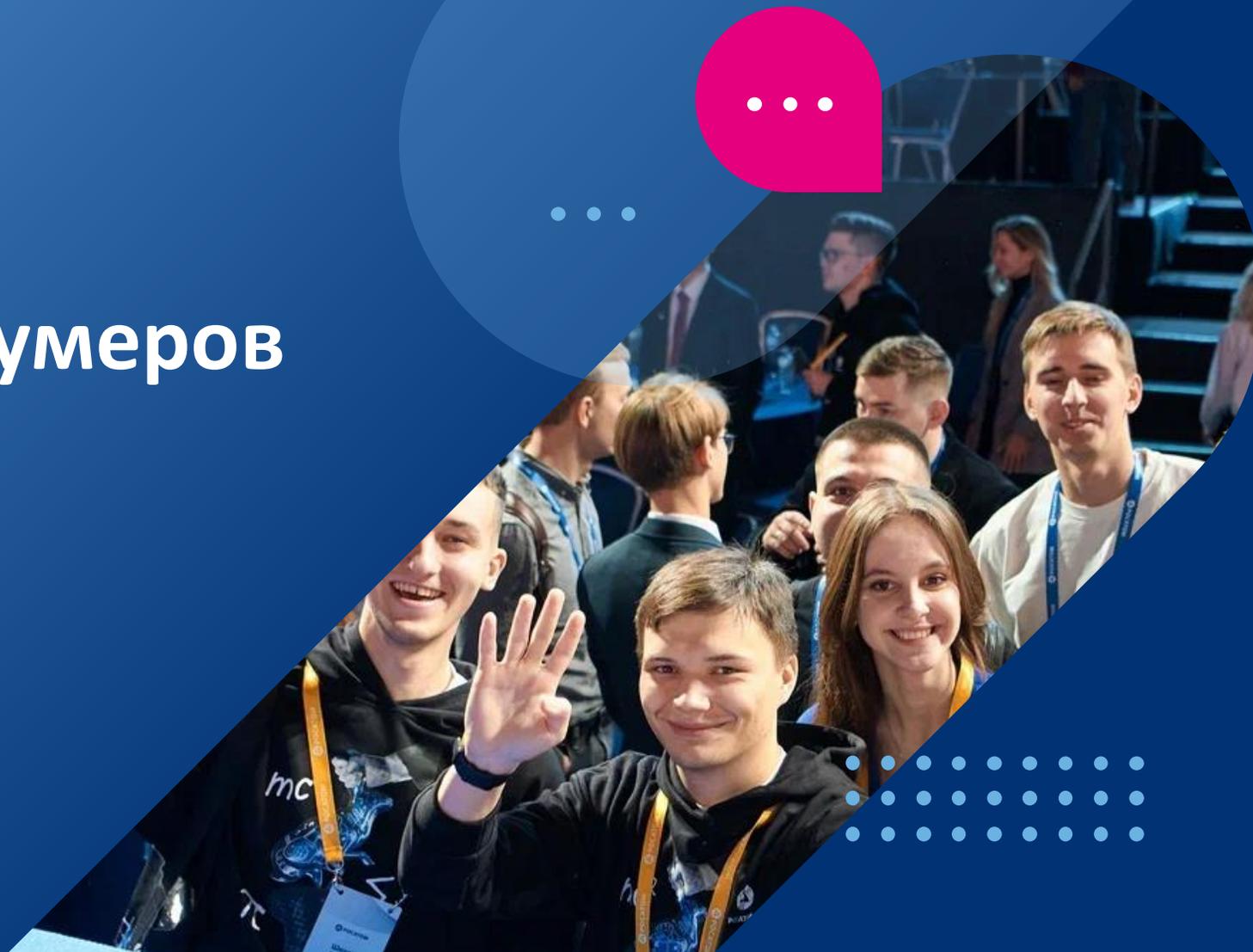
Ваша жизнь в большей степени зависит от вас самих или от внешних обстоятельств?



Среди факторов, необходимых для достижения успеха, молодежь чаще всего называла: личностные качества, профессионализм в своем деле, умение хорошо и много работать. При этом зумеры реже упоминали независящие от них факторы, такие как: влиятельные родственники, обстоятельства, удача или счастливый случай. Однако, при этом молодежь не отрицает того факта, что успех может быть делом случая. **Многие зумеры Росатома в интервью говорили о том, что случайный успех является несправедливым, может расхолаживать человека и даже навредить ему и окружающим.**

«Для достижения успеха нужно трудолюбие и вера в свои силы, желание делать. Счастливый случай возможен, но это сиюминутное дело, оно сейчас есть, а завтра уже нет. Стремлюсь к постоянному успеху». Александр, 20 лет

Предпочтения зумеров



Жизнь в онлайн

На период рождения и взросления зумеров пришлось стремительное развитие технологий. Цифровая среда – это привычная реальность, в которой происходит значительная часть их жизнедеятельности. Приход цифровых технологий в нашу жизнь – один из самых ярких примеров того, как внешняя среда влияет на формирование человека.



79%

предпочитают знакомиться, рассказывать о себе, искать информацию, покупать вещи онлайн



74%

ориентируются в основных мировых трендах и ролевых моделях для себя на основе информации в онлайн

По нашему мнению формат онлайн привлекателен для зумеров следующим:

- 1. Индивидуальный подход** в части коммуникации. «Для зумеров важна возможность регулировать формат и скорость общения, выстраивать коммуникационную среду «под себя». [1]
- 2. Соблюдение баланса работы и личной жизни**, о котором уже говорилось ранее на страницах этого исследования.
- 3. Удовлетворение потребности в разнообразии**: не выходя из дома можно быстро и просто переключаться между разными делами и уделять внимание совершенно разным вещам, начиная от общения со сверстниками и заканчивая обучением.

Жизнь в среде разнообразия

Поколение зумеров выросло в эпоху возможностей для комфортной и качественной жизни. А за счет цифровизации эти возможности стали гораздо доступнее. Разнообразие воспринимается поколением как норма и помогает в реализации их ключевых ценностей – построении карьеры, саморазвитии, а также как элемент проявления свободы.

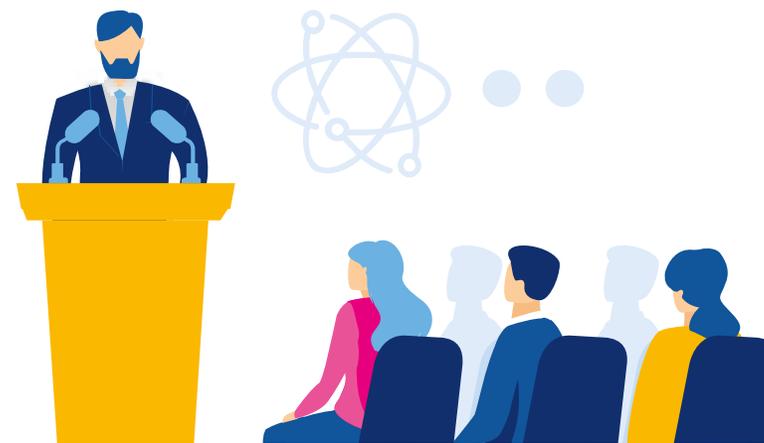
96% респондентов молодежи Росатома отметили, что для поиска своего пути обязательно нужно пробовать разное

Кроме того, молодежь имеет склонность к многозадачности, ведь зачастую для них содержание и переключение в деятельности важнее ее длительности [1].

В современном обществе можно встретить мнение о том, что зумеры обладают клиповым мышлением, не способны быть усидчивыми и воспринимают информацию фрагментарно. Клиповость мышления проявляется в привычке переключаться между разными делами, а не заниматься непрерывно чем-то одним.

Поэтому в работе для зумера важно наличие разных задач и возможность гибко лавировать между ними.

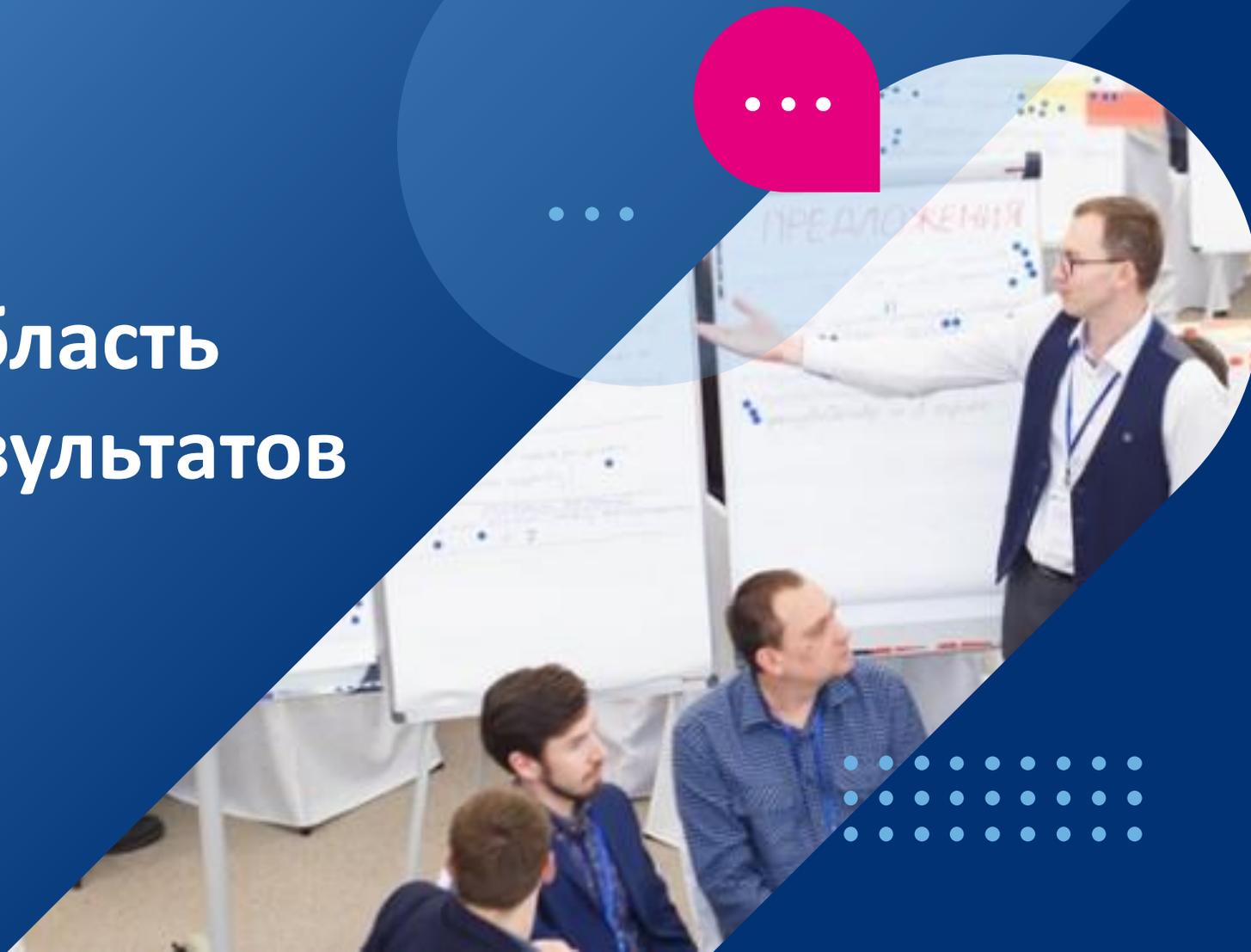
Также тяга к разнообразию помогает зумерам найти свой путь: одна из частых причин увольнений – смена профиля деятельности и возможность попробовать себя в новой роли. [2] Поэтому при выборе будущего работодателя зумеры обращают внимание на возможность горизонтального перемещения внутри компании на случай, если выбранная профессия не оправдывает их ожидания.



[1] Поколение z: стрим, донат и клиповое мышление, RuGenerations

[2] Доклад «Мифы и реальность о поколении зумеров», ГК «Ланит», Институт национальных проектов и inventive retail group

Приложение:
практическая область
применения результатов



Кому будут полезны рекомендации

Результаты данного исследования будут полезны сотрудникам ГК «Росатом» для выстраивания эффективного взаимодействия с молодежью, а именно:



Руководителям ТОП-уровня.

Привлечение и удержание молодежи на предприятии. Вы узнаете, на что зумеры опираются при выборе своего будущего работодателя, а также какие условия труда являются привлекательными для них и почему.



Линейным Руководителям.

Организация рабочего процесса и мотивация зумеров. Вы поймете, на что ориентироваться при постановке целей и задач, как находить общий язык с ними и располагать к себе.



Представителям HR и функции управления персоналом.

Формирование привлекательного имиджа предприятия. Вы узнаете, о чем следует рассказывать на встречах с молодежью, а также чем их заинтересовывать, учитывая ценности поколения.



Наставникам и тренерам.

Передача знаний и опыта. Вы поймете, как организовывать учебный и рабочий процесс зумеров, а также как их мотивировать.



Всем сотрудникам, кто взаимодействует с зумерами.

Межличностное общение. Вы сможете лучше понимать особенности поколения зумеров и выстраивать взаимодействие с ними более эффективно.

Как ставить задачи, мотивировать и организовывать рабочий процесс

Рабочая задача как инвестиция в самореализацию и развитие

Проявляйте индивидуальный подход при постановке целей и задач: опирайтесь на личностные качества зумера и его предпочтения к деятельности. Обращайте внимание на то, что интересно зумеру? В каком направлении он хочет развиваться? В зависимости от этих наблюдений важно подсвечивать, как эта цель или задача поможет ему в карьерном продвижении, наращивании компетенций и достижении успеха.

Обоснованная и четкая постановка целей и правил

Ставьте зумерам четкие и понятные цели. Проверяйте не только то, как зумер понял, что конкретно нужно сделать, но и зачем это нужно делать. Отсутствие причинно-следственных связей (почему это важно, и на что это влияет) при постановке задач может приводить к демотивации зумера. Также подробно разъясняйте зумерам, почему необходимо соблюдать те или иные правила, и чем грозит их нарушение. Отсутствие понимания ценности правил может приводить к их несоблюдению.

Разнообразие в задачах – способ найти себя

После выпуска из образовательного учреждения некоторые молодые специалисты не до конца уверены в том, чем они хотели бы заниматься. Для таких сотрудников крайне важна возможность искать себя через разнообразные задачи. Предусмотрите для них возможность пробовать себя в разных ипостасях и горизонтально перемещаться.

Свобода как мотивирующий фактор

По мере развития экспертизы сотрудника предоставляйте ему больше автономии и свободы действий. Например, самостоятельно планировать время, принимать решения по рабочим вопросам и т.д. Кроме того, зумерам важно пространство для реализации собственных инициатив. Для них это возможность проявить себя и свою уникальность.

Как общаться и выстраивать доверительные отношения

Общение из партнерской позиции

Создавайте и поддерживайте открытую, неформальную культуру общения. Привлекайте зумеров к совместному обсуждению проблем и возможных способов их решения. Также поощряйте зумера открыто высказывать мнение, особенно, несогласие и обязательно аргументировать свою точку зрения. Это позволит молодежи чувствовать собственную значимость (что их мнение важно) и сопричастность к происходящему

Правильное позиционирование себя

«Продавайте» зумерам свой опыт и экспертизу, чтобы получить их расположение. Им важно видеть людей, их экспертизу и живые истории, а не должности и статусы.

Фокус на уникальности

При постановке задач подчеркивайте уникальные качества зумера, благодаря которым эта задача поручается именно ему, а не кому-то другому. Это будет являться мотивирующим фактором.

Также отсылка к уникальности зумера будет уместна и во время обратной связи сотруднику. Что его отличает от других, и за что вы его цените? Что из этого помогает ему быть успешным или хорошо справляться с работой?

Цифровые технологии как инструмент взаимодействия

Так как зумеры относятся к поколению, для которого информационные технологии – это данность, важно коммуницировать с ним в привычном формате. Помимо личных встреч задействуйте такие ресурсы, как чат-боты, вебинары, онлайн курсы, трансляции, которые помогают в адаптации и обучении; QR-коды с полезной информацией о предприятии; группы и каналы в мессенджерах и т.д.

Как привлекать на предприятие

Понятный карьерный путь

Показывайте прозрачность карьерного пути, а также, что для этого нужно сделать. Рассказывайте реальные истории успеха сотрудников вашего предприятия.

Горизонтальное перемещение

Далеко не все молодые люди к своему возрасту четко определились с профессиональной ролью. Для многих из них важна возможность пробовать разное и искать то, что в итоге придется по душе. Поэтому показывайте, что внутри вашего предприятия (дивизиона, Росатома) можно найти себя, даже если позиция, на которую зумер изначально пришел, ему не откликнулась. Подсветите все разнообразие направлений деятельности, которое может быть потенциально интересно вашей молодой аудитории.

Истории «без галстуков»

Рассказывайте про себя, сотрудников и руководство компании «без галстуков». Зумерам важно видеть людей, их экспертизу и живые истории, а не «погоны». Это же касается и бренда работодателя, у которого тоже должна быть какая-то своя история, в которой транслируются взгляды, ценности компании. А главное, наглядно отражено, чем она отличается от других компаний конкурентов.

Личный контакт

Создавайте как можно больше точек соприкосновения с молодежью, где они могли бы познакомиться с жизнью предприятия и вживую пообщаться с сотрудниками, которые там работают. Для молодежи важно «прожить» это на собственном опыте, пообщаться, задать вопросы и т.д. Для этого прекрасно подойдут командообразующие и образовательные мероприятия: мастер-классы, марафоны, развивающие встречи, выступления в качестве спикера на конференциях, форумах и т.д.

Акцент на важном

Подсвечивайте возможности и условия работы, которые пересекаются с ценностями зумеров. Например, гибкий график, бесплатное обучение, возможности карьерного роста, проекты, направленные на реализацию собственных инициатив и т.д.

Как обучать

Управляемая среда для обучения

В этом исследовании мы говорили о том, что зумеры отдают предпочтение цифровым форматам взаимодействия, потому что они позволяют подстраивать окружающую среду под себя и свои потребности. Поэтому, создавайте возможность посещать занятия дистанционно и(или) асинхронно.

Четкие цели и очевидная ценность обучения

Формулируйте четкие и понятные цели обучения. Не забывайте обязательно доносить смысл, зачем это обучение нужно зумеру и почему оно важно? Показывайте связку учебного процесса с жизнью и прикладной характер тех знаний, которые вы собираетесь передать. Например, как это поможет зумеру развить компетенции, подняться по карьерной лестнице, обрести большую свободу действий или стать более успешным.

Понятные и четкие инструкции во время практики

Подробно разъясняйте инструкции к практическим упражнениям и правила занятия, их цель и ценность.

Партнерская позиция в обучении

Создавайте и поддерживайте открытую, неформальную культуру общения. Привлекайте зумеров к совместному обсуждению предмета обучения. Поощряйте их открыто высказывать мнение, особенно, несогласие и обязательно аргументировать свою точку зрения. Это позволит молодежи чувствовать собственную значимость (что их мнение важно) и сопричастность к происходящему, а также повысит эффективность обучения за счет вовлеченности в процесс.

Разнообразие и динамичность

Используйте динамичные и игровые форматы в обучении. Стремитесь к разнообразию в темах и форматах обучения.

Исследовательская команда



Ольга Яшяева

Ведущий тренер-консультант Корпоративной Академии Росатома, эксперт в сфере обучения и развития людей, сертифицированный коуч. Более 7 лет участвует в образовательных проектах со школьниками, студентами и преподавательским составом.



Ксения Боровская

Менеджер исследовательских проектов Корпоративной Академии Росатома, аналитик качественных данных. Более 10 лет занимается исследованиями в различных областях, особая сфера компетенций - исследования молодежи.



Александра Белоус

Руководитель проектов развития новых образовательных технологий в Корпоративной Академии Росатома, методолог образовательных программ, социальный психолог.