

VALORIZAREA MUNCII ÎN CADRUL GENERAȚIILOR

VALUATION OF WORK ACROSS GENERATIONS

DOI: 10.5281/zenodo.10438898

UDC: 331.5:349.2

Valentina CORNEA

Universitatea „Dunărea de Jos” Galați,

Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul

E-mail: valentina.cornea@ugal.ro

ORCID ID: 0000-0001-6469-1283

Abstract: *By reviewing the literature that addressed the evolution of the working phenomenon, the study synthesizes the meanings and content of work over time. We have analysed the attitudes of four existing generations in the labour market – the Baby Boomers, Generation X and Generation Y and Generation Z. After examining the similarities and differences in how generations value work, we have noticed differences in the attitudes towards work and its existential role.*

Key words: *generation, work, value*

Rezumat: *Prin revizuirea unui corp de literatură care a abordat evoluția fenomenului muncă studiul sintetizează semnificațiile și conținutul muncii de-a lungul vremii. Sunt analizate atitudinile a patru generații existente pe piața muncii - Baby Boomers, Generația X și Generația Y și Generația Z. Examinarea asemănărilor și diferențelor privind modul în care generațiile valorizează munca, arată diferențe privind atitudinile față de muncă și rolul existențial al acesteia.*

Cuvinte cheie: *generație, muncă, valoare*

Introducere

Dezvoltarea umanității și a tehnologiilor a schimbat atât natura și conținutul muncii, cât și atitudinile față de aceasta. Dacă în societățile vânători-culegători munca servea supraviețuirii, odată cu apariția monedei munca a devenit valoare percepută. Există tot mai multe dovezi că natura muncii evoluează odată cu apariția de noi forme, cum ar fi inovația deschisă și crowdsourcing, freelancing și gig economy, inteligența artificială și robotica (Fayard, 2021). Sociologii susțin că fiecare generație formează valori comune și atitudini specifice, diferite de cele ale altor generații. Primele sunt un produs al schimbărilor socio-culturale cheie și al evenimentelor politice care au avut loc în anii critici de dezvoltare pentru acea grupă de vârstă (Mannheim, 1952), cum ar fi războaiele și consecințele războaielor, apariția noilor tehnologii, schimbarea modelelor familiale, recesiunile economice, piața muncii.

Dezbaterile despre evoluția conținutului muncii și atitudinile exprimate de

diferite generații sunt notabile și în continuă creștere. Inevitabil, acestea au încercat să explice atitudinile și comportamentul față de muncă. Intenția acestui studiu este de a sintetiza progresele realizate până acum și le raportează la conceptele și semnificațiile teoretice despre muncă. Argumentul dezvoltat este că munca ar putea continua să ia forme noi nu doar datorită evoluției tehnologiilor, ci și modului în care oamenii se raportează la muncă. Pornesc de la premisa că munca, privită din perspectivă sociologică și prin lentile generaționale, oferă fundament pentru conceptualizarea / reconceptualizarea muncii ca efort și energie depuse pentru realizarea unui scop. Cunoașterea caracteristicilor generațiilor permite actualizarea punctelor forte ale fiecărei generații, motivarea, menținerea și promovarea cooperării între reprezentanții acestora (Hansen et al., 2012). Atitudinile diferitelor generații față de muncă sunt relevante nu doar pentru companiile și organizațiile moderne, în special managerilor și profesioniștilor din domeniul resurselor umane, ci și pentru a fundamenta politici și strategii privind valorificarea eficientă a potențialului uman de o manieră sustenabilă.

Metodologie

Prin revizuirea unui corp de literatură care a abordat evoluția fenomenului muncă sunt sintetizate semnificațiile și conținutul muncii de-a lungul vremii. Imaginea generală despre valoarea muncii pentru patru generații - Baby Boomers, Generația X, Generația Y și Generația Z este realizată în baza dimensiunilor prin care munca poate fi valorizată (Schwartz 2012): starea finală sau modul de conduită dorit, abordarea situațiilor specifice, selecția sau evaluarea comportamentului, a oamenilor și a evenimentelor, ordonarea în raport cu alte valori sau priorități. Fundamentul teoretic al studiului îl reprezintă teoriile lui Mannheim (1952) și Strauss-Howe (1991), potrivit cărora atitudinile generațiilor sunt puternic influențate de evenimente politice, economice, sociale și istorice.

Munca: definire, sens, conținut, semnificație

Aforismul cu rădăcini biblice „Cine nu lucrează, nu mănâncă” și teza materialist-dialectică „Munca l-a creat pe om” sunt probabil cele mai cunoscute expresii despre muncă. În sensul cel mai general, conturat pe fundamente filosofice, munca este activitatea de producere a bunurilor materiale și spirituale. În sens restrâns, în societățile moderne, munca reprezintă activitatea de producere de bunuri și servicii recunoscute social și care reprezintă o sursă de venit pentru cel care o prestează (Zamfir, Vlăsceanu, 1998, pp.372-373).

Pentru sociologi muncă înseamnă îndeplinirea sarcinilor care permit oamenilor să-și câștige existența în mediul în care se află (Watson, 2003, p. 113). Definiția este suficient de simplă, însă este necesar a preciza că noțiunea „a câștiga existența” implică mult mai mult decât a produce suficiente bunuri

materiale pentru a asigura supraviețuirea fizică. Oamenii nu își extrag pur și simplu un trai din mediul în care se află. În multe feluri, munca transformă în mod eficient mediile și, în acest proces, creează pentru mulți un nivel de trai cu mult peste nivelul de subzistență de bază. Munca pe care o fac oamenii devine strâns legată și de concepția lor despre sine. Astfel, prin „a câștiga existența” se face referire simultan atât la aspectele materiale, cât și culturale ale existenței umane. O societate, sau o parte a unei societăți, are cultura sa distinctivă. Pentru americani spre exemplu, a fi ocupat este o normă culturală. A lucra în orice mod, indiferent de utilitatea activității desfășurate, este în mod inerent un lucru mai valoros decât alternativa. Potrivit unor studii, americanii muncesc cu 25 la sută mai mult decât europenii și își iau mult mai puține vacanțe (Malesic, 2017). După standardele chinezești, șomajul, este o încălcare a drepturilor fundamentale ale omului de a trăi decent din propria muncă, onestă (Buzărnescu, 2017).

În doctrina juridică munca este activitate umană conștientă și specifică, manuală și/sau intelectuală, prin care oamenii își utilizează forța de muncă, de regulă, în scopul producerii bunurilor cerute de satisfacerea trebuințelor lor (Ștefănescu, 2015, p. 7).

Economiștii definesc munca că fiind timpul și efortul depuse pentru satisfacerea nevoilor și a dorințelor. James Suzman, antropolog și autorul cărții „O istorie a modului în care ne petrecem timpul” consideră însă că în această definiție sunt omise două aspecte: 1) diferența între muncă și petrecerea timpului liber; 2) diferența între nevoi și dorințe. Adesea singurul lucru care diferențiază munca de petrecerea timpului liber este dacă o activitate desfășurată este plătită sau dacă pentru a o desfășura trebuie de plătit. Un om al cavernelor privește vânarea unui elan drept muncă, pe când vânătorii din lumea civilizată văd vânătoarea ca activitate de agrement palpitantă și adesea foarte scumpă. Același lucru se întâmplă și în cazul artiștilor: pentru un artist comercial, desenatul este muncă, dar pentru milioane de artiști amatori este o plăcere relaxantă; pentru un expert în lobby, cultivarea relațiilor cu persoane cu putere de decizie este muncă, în timp pentru majoritatea oamenilor a lega prietenii este o bucurie. Nevoile și dorințele sunt mai complicat de diferențiat. Suzman este de părere că există foarte puține lucruri considerate universal drept necesitate - hrană, apă, aer, căldură, companie și siguranță. Necesitățile se îmbină atât de imperceptibil cu dorințele, încât diferențierea este practic imposibilă. Pentru cineva un mic dejun compus dintr-un croissant și o cafea bună este o necesitate, în timp ce pentru alții este un lux. Identificând aceste două limitări, Suzman propune o definiție universală a muncii, una în privința căreia ar fi de acord și vânătorii - culegători, și brokerii în costume, și agricultorii de subzistență, și oricine altcineva: alocarea intenționată de energie sau efort unei sarcini pentru a atinge un obiectiv sau un scop (Suzman, 2020, p. 17).

Varietatea activităților numite „muncă” și aparentele diferențe dintre ele i-

au determinat pe unii filozofi să concluzioneze că munca sfidează orice definiție sau este, în cel mai bun caz, un concept vag în care diferite experiențe au „asemănare de familie” (Muirhead, 2007). Argumentul lui Muirhead privind imposibilitatea de a fi cuprinsă într-o definiție naturală sau fixată ca un element în tabelul periodic, este diviziunea contingentă a muncii din punct de vedere istoric.

Grecii antici spre exemplu, considerau cea mai dezirabilă și singura viață „bună” petrecerea timpului liber. Munca, în sensul aprovizionării cu necesitățile de bază ale vieții, era o activitate degradantă care urma să fie alocată celor mai de jos grupuri din cadrul ordinii sociale și, mai ales, sclavilor. Sclavia a fost dispozitivul social care le-a permis grecilor să-și mențină viziunea asupra muncii ca fiind ceva ce trebuie evitat de o ființă umană completă: ceea ce ființele umane „împărtășeau cu toate celelalte forme de viață animală nu era considerat uman” (Arendt 1959).

Romanii tindeau să urmeze viziunea grecească. Evreii considerau munca ca pe o corvoadă neplăcută care, totuși, putea juca un rol în ispășirea păcatului și restaurarea unui anumit grad de demnitate spirituală.

Creștinismul timpuriu a modificat viziunea relativ extremă a Greciei și a recunoscut că munca ar putea să-l facă pe cineva sănătos și să-l abată de la gândurile și obiceiurile păcătoase. Gânditorii de frunte ai Bisericii Catolice, cum ar fi Aquino, au fost influențați de viziunea greacă, dar a apărut o doctrină care a dat un rol muncii în gândirea creștină. Munca a fost văzută drept penitență care decurge din căderea în păcatul originar. De asemenea, a contribuit la virtutea obediinței, dar nu a fost în niciun caz văzută ca nobilă, răsplătitoare sau satisfăcătoare; „însăși nesfârșitul și plictiseala sa au fost valoroase din punct de vedere spiritual prin faptul că au contribuit la resemnarea creștină” (Watson, 2003, p. 114).

Pentru calviniști munca profesionala neobosita este mijloc excelent de dobândire a încrederii în sine și un mod de sporire a gloriei lui Dumnezeu. Din perspectiva eticii protestante, aptitudinile și talentele cuiva sunt privite ca daruri legate nu numai de nevoile sociale, ci și de intenția divină. O persoană localizează o chemare ținând cont de darurile interioare. În același timp, sfârșitul unei chemări este de a sluji binele comun. Prin urmare, darurile interioare ale cuiva trebuie identificate și evaluate în funcție de nevoile sociale. Dovada că cineva ocupă o chemare adecvată este profitul. Divinii puritani sfătuiau că „Dacă Dumnezeu îți arată calea prin care poți obține în mod legal mai mult decât o altă cale (fără rău sufletului tău sau altul), dacă refuzi aceasta și alegi calea mai puțin profitabilă, vei trece pe una dintre sfârșitul chemării tale și refuzi să fii ispravnic al lui Dumnezeu (Muirhead, 2007, p. 111). Tendința de a defini ceea ce este util în termeni a ceea ce este profitabil a instituționalizat profitul ca măsură a aptitudinii și a chemării.

În prima jumătate a secolului XX americanii percepeau munca ca „interes central al vieții”. Un studiu realizat de Nancy Morse și Robert Weiss (1955) a arătat că 80% dintre bărbați erau dispuși să muncească chiar dacă nu ar trebui să facă acest lucru din motive economice. Începând cu anii 1970, studiile asupra populației americane au arătat în mod constant că aproximativ 70 % dintre americani spun că vor continua să muncească. Bărbații sunt mai predispuși decât femeile să spună că ar continua să muncească. (Kalleberg, 2019). Și pentru 70% dintre toți europenii munca reprezintă un aspect esențial al vieții (europeanvaluesstudy.eu).

Pentru chinezi, valoarea muncii este dată de principiile confucianismului - auto-îmbunătățire, contribuție la societate, recompense și stabilitate, deschidere către schimbare, putere și status (Jaw, et al, 2007). Munca grea, rezistența, colectivismul și rețelele personale (guanxi) înseamnă pentru chinezi dedicație și asumarea responsabilității, sârguință și, în general, alinierea valorilor și a obiectivelor (Shi, 2023).

Aceste date susțin ideea potrivit căreia oamenii dau sens muncii în funcție de mediul social în care se află, normele și culturile sociale, nevoi și dispozițiile individuale diferite, precum și oportunitățile de a obține recompense economice și non-economice din locuri de muncă (Kalleberg, and Marsden, 2019).

În pofida porozității noțiunii de muncă, unele progrese în definirea acesteia par posibile, luând în considerare varietatea de moduri în care este organizată munca. Odefiniție cuprinzătoare în acest sens este cea oferită de Shawish (2005), prin care susține că munca este o activitate umană dinamică, structurată și intenționată, bazată pe cunoștințe și perspectivă, precum și pe un efort organizat care are implicații pentru realitatea oamenilor și în viața instituțiilor și organizațiilor. Și mai clarificator este punctul de vedere exprimat de Hannah Arendt (1959), potrivit căreia muncă este un efort intenționat care creează un mijloc pentru un scop. Meritul Hannei Arendt este că distinge trei tipuri de muncă: 1) munca pentru supraviețuire; 2) munca, care creează un produs, o „operă de artă”; și 3) Munca acțiune.

Munca pentru supraviețuire este munca întreprinsă pentru a supraviețui. În această categorie intră spre exemplu spălatul hainelor, sau gătitul, sau mersul la cumpărături. Sunt acțiuni interminabile, în sensul că oricât de mult nu s-ar munci spălând, mergând la cumpărături sau gătind, acestea vor trebui reluate din nou chiar a două zi sau în următoarea săptămână. Este tipul de muncă care întreține viața, munca de sclav, așa cum face un animal, și nu aduce alte roade pe termen lung în afară de supraviețuire. Munca prin care se creează produce valoare dincolo de simpla supraviețuire. Este un efort intenționat care creează un mijloc pentru un scop, culminează cu o lucrare, un rezultat, ceva tangibil, ceva care va dura, ceva ce poate fi transmis generației următoare: biserici, statui, tablouri, cărți, cântece, simfonii etc. Munca „activitate creatoare” înseamnă realizarea a

ceva nou din libertatea de a crea de dragul creației, nu ca răspuns la o necesitate. Acțiunea este, în acest sens, este cel mai înalt tip de activitate umană, o expresie a libertății fundamentale a ființelor umane. Considerațiile Annei Harend permit a face distincția între *lucru* și *muncă*. Atât o persoană, cât și o mașină pot lucra. Însă doar o persoană poate munci. Munca este voluntară și duce la dezvoltare, iar lucrul este o activitate obligatorie sau forțată, scopul fiind un mijloc de supraviețuire. Muncă corespunde producerii sau fabricării unei lumi artificiale de lucruri care vor exista chiar și după ce au fost create. Procesul de muncă și toate procesele care se desfășoară în modul de muncă sunt dominate nu de efortul intenționat al individului și de produsul pe care îl dorește, ci de mișcarea procesului în sine și de ritmul pe care îl impune lucrătorilor (Fayard, 2021, p. 146).

Atitudini și valori privind munca

În prezent, piața globală a muncii este acoperită de patru generații diferite – Baby Boom, generația X și generația Y în creștere rapidă, dar și reprezentanți ai generației Z, care încep să fie prezenți în câteva domenii.

Baby boomer-ii (născuți între 1946 și 1964) intră într-o piață a muncii în deceniile 7 și 9 a secolului XX. Energia și efortul erau consumate în mare parte în cadrul unui ethos organizațional, care le oferea în schimb un loc de muncă. Sunt o generație care a fost forțată să fie competitivă pentru resurse și oportunități (Lancaster & Stillman, 2002). Manifestau loialitate, iar subordonarea se potrivea cu ethosul unei generații care se unise pentru a lupta împotriva fascismului în anii 1940. Boomerii sunt văzuți ca dependenți de muncă, care prețuiesc cariera și caută semnificație în munca lor (Strauss & Howe, 1991). Totodată realizează că muncă începe să devină obstacol în calea realizării de sine, și, încercările de a găsi sens în afara muncii organizate s-a exprimat în simplitatea voluntară, experimentele de viață în comun, aderarea la mișcarea „back to the land”. „Back to the land” este o mișcare inițiată în anii 1960 de rezidenți urbani din SUA, care se mută în mediul rural pentru a practica agricultura de semi-subsistență și a căuta un mod de viață mai simplu. Acești mici agricultori relativ bine educați, mulți cu diplome profesionale, se mută în zonele rurale care prezintă adesea grade ridicate de subdezvoltare – șomaj ridicat și niveluri intense de extracție a resurselor și poluare (Jacob, 1996). În prezent, sunt la apusul unor cariere în muncă, dar încă acoperă o mare parte a pieței muncii, și este numită în continuare o generație de dependenți de muncă (Valickas, Jakštaitė, 2017, p. 110).

Căutând un compromis între dependența de muncă și diminuarea efectelor muncii ca obstacol în calea realizării personale (de sine) și-au dat seama că mesajul despre valoarea muncii pentru copiii lor, așa-numiții millenniali (cei născuți între 1981 și 1996) trebuie să fie altul. Îndemnul pentru aceștia a fost să caute locuri de muncă care le plac. Ipoteza pasiunii, deși contestată, a prins, cel

puțin mediatic valoare simbolică: până în 2000, expresia „urmează-ți pasiunea” apărea tipărită de trei ori mai des decât în anii șaptezeci și optzeci (Newport, 2016).

Cu părinți dedicați muncii, Generația X este reprezentată de copiii care au avut grijă de ei înșiși. Mulți dintre ei recunosc că acest lucru le-a dezvoltat abilități de independență, adaptabilitate și rezistență (Thiefoldt & Scheef, 2004). Revoluționarea televiziunii și a mass media i-a expus mai mult la evenimente mondiale și cultura pop decât generațiile anterioare (Lancaster & Stillman, 2002). Generația X este motivată la locul de muncă de feedback, provocări și oportunități de dezvoltare (Cohen, 2002).

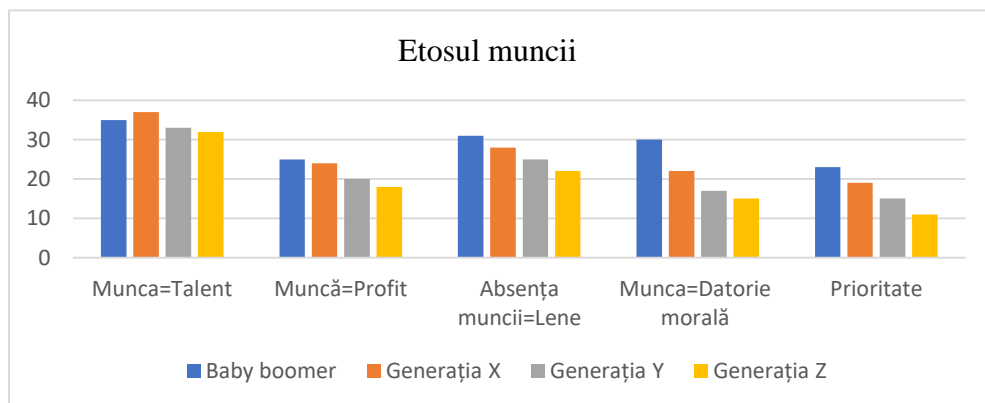
Generația X a intrat în forța de muncă cu o mentalitate deosebită de cea a milenialilor care i-au precedat. Fiind primul grup care a beneficiat din plin de smartphone-uri și rețelele sociale, generația X și-a format o înțelegere a lumii în care granițele dintre digital și real au fost estompate. Pentru această generație, personalul s-a împletit cu economicul (Newport, 2022). Deși ar putea fi considerați cu ușurință pesimiști în ceea ce privește lumea și viitorul lor, atitudinea lor exprimă un sentiment de „carpe diem”. Nu este o atitudine de iresponsabilitate, ci mai degrabă faptul că își asumă responsabilitatea pentru bunăstarea lor de zi cu zi (Marston, 2004).

Y este generația care experimentează costuri mai ridicate pentru educație, locuință și cheltuieli generale de trai decât generațiile anterioare. S-a alăturat forței de muncă la începutul anilor 2000. Generația Y este prima generație care, pentru un timp, nu a văzut cele mai grave efecte ale unei recesiuni. În schimb a văzut efectele restructurărilor corporative. Se mențin la un loc de muncă în jur de trei ani, nu își văd cariera sub forma unei scări – mai degrabă o „rețea de oportunități”. Crescuți într-o eră digitală, generația Y demonstrează o etică puternică a muncii, cunosc tehnologii media și se simt confortabil cu schimbarea. Sunt obișnuiți să abordeze sarcini multiple cu energie egală și se așteaptă să muncească din greu la multe activități diferite și stimulatoare, uneori în același timp. Cu toate acestea, ei caută să dobândească controlul asupra timpului lor. Generația Y nu are simțul loialității organizaționale precum reprezentanții Baby Boomers. În schimb, ei caută persoane cu care să se fidelizeze. Au nevoie și caută locuri de muncă distractive, manifestă atitudini noi față de gen și etnie, văd lumea ca fiind globală și conectată non-stop. Un sondaj Gallup arată că 65% dintre mileniali consideră un echilibru mai mare dintre viața profesională și viața personală și o bunăstare personală mai bună ca fiind „foarte importante” atunci când iau în considerare un nou loc de muncă. Dorința mileniilor de a echilibra viața profesională și viața personală și de bunăstare este aproape la fel de semnificativă ca și dorința lor de a crește salariul sau beneficiile (gallup.com).

Spre deosebire de baby boomers și o parte din generația X milenialii au altă atitudine față de muncă. Daniel David crede că milenialii vor să lucreze mai mult

în grup, să fie supervizați, să își facă prietenii la serviciu. Adaptarea culturii organizaționale la atitudinile față de muncă ale milenialilor îi poate păstra mai mult timp în companie. Sunt generația care nu vin să ofere ceva companiei, ci mai degrabă se întrebă ce le oferă compania. Acest tip de așteptări sunt motivul pentru care migrează dintr-o companie în alta. Munca este asociată cu emanciparea. Dacă salariul oferit permite emanciparea, șansele de a fi dedicat companiei sunt mai mari. Dacă companiile nu oferă suportul convenit sau pe măsura așteptărilor, angajamentul față de organizația respectivă nu va fi foarte mare. Din aceste considerente companiile / organizațiile sunt supuse provocării de a se adapta stilului lor de muncă, diferit față de generația X.

Generația Z este la începutul carierelor de muncă. A crescut într-o lume mult mai diversă decât generațiile anterioare. Analizele Gallup arată că, asemeni milenialilor, pentru generația Z oportunitățile de dezvoltare și „calitatea managerului” sunt extrem de importante într-un loc de muncă. Tinerii angajați își doresc un manager căruia îi pasă de ei ca persoană și care este implicat activ în dezvoltarea carierei lor (gallup.com). Alte studii arată că atât generația Y, cât și generația Z au definit valoarea și flexibilitatea muncii hibride înainte de pandemie. În plus, aceste cohorte apreciază libertatea de a călători mai mult decât un salariu mai mare sau siguranța locului de muncă. Ei caută suficientă autonomie, oferită de instrumentele bazate pe tehnologie pe care sunt obișnuiți să le folosească, pentru a lucra în stilul lor preferat, fie că este singur sau în colaborare (Grous, 2023). În ciuda faptului că și-au câștigat reputația de nemotivați sau nepractici de către generațiile mai în vârstă, mulți din Gen-Z sunt cu siguranță dispuși să muncească din greu pentru securitatea financiară pe care și-o doresc. Un studiu a constatat că 58% dintre lucrătorii din Gen-Z au fost dispuși să lucreze noaptea și în weekend, dacă asta înseamnă să obțină un salariu mai mare (forbes.com).



Sursa: elaborat de autor în baza Atlas of European Values, 2020

Studiul Valorilor Europene (Atlas of European Values, 2022) arată caracteristicile etosului muncii pentru diferite generații, pornind de la patru afirmații asupra cărora respondenții au oferit răspunsuri pe o scală Likert: (1) Pentru a-ți dezvolta pe deplin talentele, trebuie să ai un loc de muncă; (2) Este umilitor să primești bani fără a fi nevoit să lucrezi pentru ei; (3) Oamenii care nu lucrează devin leneși; (4) Munca este o datorie față de societate; și (5) Munca ar trebui să fie întotdeauna pe primul loc, chiar dacă înseamnă mai puțin timp liber.

Se poate observa că pentru toate patru generații, cu diferențe minore, munca este percepută ca modalitate de dezvoltare a talentelor. Cele mai mari diferențe se înregistrează pentru valoarea „munca prioritate”.

Discuții și concluzii

Faptul că fiecare dintre generațiile de vârstă, așa cum sunt percepute potrivit modelului W. Strauss și N. Howe (1991) exprimă atitudini și valori comune și specifice este susținut empiric. Există numeroase studii, rezultatele cărora scot în evidență diferențe semnificative în atitudinile și valorile privind munca în rândul generațiilor mai tinere și mai în vârstă. O analiză critică a lui Lyons și Kuron (2014) a ajuns la concluzia că generațiile diferă în ceea ce privește valorile și atitudinile lor de muncă, precum și în ceea ce privește preferințele de conducere și munca în echipă. Generațiile mai tinere par să acorde mai multă importanță recompenselor monetare și petrecerii timpului liber și sunt mai extrovertite, nevrotice și narcisiste. În același timp, acest suport empiric este etichetat ca fiind controversat (Stiglbauer et al, 2022). Parry și Urwin (2011) rezumă că dovezile empirice sunt extrem de inconsecvente: multe studii nu reușesc să găsească diferențe, iar altele contrazic stereotipurile populare, respingându-se ideea oarecum ideea că generațiile diferă în ceea ce privește valorile lor de muncă. Sau, chiar dacă există diferențe semnificative, efectele sunt destul de mici (Cucina et al. 2018). Studii recente surprind, într-adevăr și tendințe de „alinieare generațională” în sensul că anumite diferențe nu mai sunt atât de pronunțate. Generațiile Z și, prezumtiv, Alpha, au un specific local tot mai mic, iar la nivel global, în pofida specificului local, vor fi tot mai unitare (Ilie, 2020). În „Valorile muncii de-a lungul generațiilor: dezvoltarea noii scale a valorilor muncii și examinarea diferențelor generaționale”, un studiu empiric, realizat pe un eșantion reprezentativ pentru populația germană autorii arată că valorile muncii asociate cu dezvoltarea organizațională durabilă sau cu nevoile de bază au fost foarte asemănătoare între generații. Generațiile mai tinere și cele mai în vârstă diferă semnificativ doar în ceea ce privește cât de mult apreciază claritatea, banii, cariera, dezvoltarea, stimularea și relaționarea, toate acestea fiind extrem de plauzibile din perspectiva ciclului de viață (Stiglbauer et al, 2022). Angajarea în companii internaționale, dezangajare politică și ideologică, individualistă, dar și creativă sau responsabilă sunt caracteristici surprinse ale generației Z din

întreaga lume (Ilie, 2020). Preferințele puternice pentru un echilibru mai bun dintre muncă și viață influențează pozitiv decizia de a părăsi organizația pentru atât pentru generația X, cât și pentru generația Y. (Karaivanova, Zinovieva, 2014, p. 186).

Faptul că în cadrul celor patru generații valorificarea talentelor este creditată cel mai mult poate fi considerat un indicator al valorizării muncii-creație și munca – acțiune. Explic valorizarea acestor două dimensiuni și prin faptul că, începând cu baby boomers, coeficientul de inteligență a crescut în cadrul fiecărei generații, statistic vorbind generația milenialilor fiind considerată cea mai inteligentă. Dar, deși milenialii, au potențial de inteligență mai ridicat decât alte generații, există temeri că acest potențial rămâne neexprimat (David, 2023). Cu certitudine, munca va continua să ia forme noi nu doar datorită evoluției tehnologiilor, ci și modului în care oamenii se raportează la muncă. Presiunea se va accentua și sub presiunea factorilor culturali și un accent mai mare pe valorile intrinseci ale muncii.

Referințe bibliografice:

1. Arend, H. (1959) *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press
2. Buzărnescu Ș. (2017) Originalitatea modelului chinezesc de dezvoltare. *România socială*. Disponibil: <https://www.romaniasociala.ro/originalitatea-modelului-chinezesc-de-dezvoltare/>
3. Cohen, J. (2002). I/Os in the know offer insights on Generation X workers. *Monitor on Psychology*, vol. 33, nr. 2.
4. Cucina, J. M., Byle, K. A., Martin, N. R., Peyton, S. T., and Gast, I. F. (2018). Generational differences in workplace attitudes and job satisfaction: lack of sizable differences across cohorts. *J. Manag. Psychol.* 33, 246–264. doi: 10.1108/JMP-03-2017-0115
5. David, D. (2023) De la "Baby Boomers" la „Generația Z”. Disponibil: <https://www.gandul.ro/actualitate/exclusiv-de-la-baby-boomers-la-generatia-z-daniel-david-tinerii-nu-mai-vor-sa-aiba-sefi-sa-li-se-controleze-comportamentul-vor-recompense-19954065>
6. Fayard, A.-L. (2021). Notes on the Meaning of Work: Labor, Work, and Action in the 21st Century. *Journal of Management Inquiry*, 30(2), 207- 220. <https://doi.org/10.1177/1056492619841705>
7. Gesthuizen, M., Kovarek, D., & Rapp, C. (2019). Extrinsic and Intrinsic Work Values: Findings on Equivalence in Different Cultural Contexts. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 682(1), 60-83. <https://doi.org/10.1177/0002716219829016>
8. Grous, A. (2023) The impact of digitalisation on generations Y and Z. Disponibil: https://eprints.lse.ac.uk/118075/1/businessreview_2023_1_10_the_impact_of_digitalisation_on_generations_y_and_z.pdf

9. Hansen J.-I. C. and Leuty M.E. (2012) Work Values Across Generations. *Journal of Career Assessment* , vol. 20, nr. 34.
10. Ilie, N. (2020) Vârste și generații. Între responsabilitate și conflict. *Revista Cultura*, nr. 611, pp.13-40
11. Jacob, J. C. (1996). The North American Back-to-the-Land Movement. *Community Development Journal*, 31(3), 241–249. <http://www.jstor.org/stable/44257280>
12. Jaw, B., Ling, Y., Yu-Ping Wang, C. and Chang, W. (2007) The impact of culture on Chinese employees' work values, *Personnel Review*, Vol. 36 No. 1, pp. 128-144. <https://doi.org/10.1108/00483480710716759>
13. Kalleberg, A. L. and Peter V. Marsden, P. V. (2019). Work Values in the United States: Age, Period and Generational Differences. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Nr. 682. DOI : 10.1177/0002716218822291
14. Karaivanova, M., Zinovieva, I. (2014) Preferences for Learning and Skill Development at Work: Comparison of Two Generations. *Journal of Education Culture and Society* No. 1, pp. 169-186
15. Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). When generations collide: Who they are. Why they clash. How to solve the generational puzzle at work. New York, NY: Harper Collins
16. Lyons, S., & Kuron, L. (2014). Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 35(Suppl 1), S139–S157. <https://doi.org/10.1002/job.1913>
17. Malesic, J. (2017). Parenting is Not a „Job” and Marriage is Not „Work” *New Republic*, 9. Disponibil: <https://newrepublic.com/article/144254/parenting-not-job-marriage-not-work>
18. Mannheim, K. (1927/28), republished 1952, The problem of generations. In: Paul Kecskemeti (ed.). *Karl Mannheim: Essays* Routledge, pp. 276-322.
19. Marston, C. (2004). Presentation: Four Generations in the Workplace. Salt Lake City, UT: Planned Parenthood Federation of America, Western Region Conference
20. Muirhead, R. (2007) *Just Work*. Harvard University Press.
21. Newport, C. (2016) *So Good They Can't Ignore You*. London: Piatkus
22. Newport, C. (2022) The Year in Quiet Quitting *A new generation discovers that it's hard to balance work with a well-lived life*. Disponibil: <https://www.newyorker.com/culture/2022-in-review/the-year-in-quiet-quitting>
23. Parry, E., and Urwin, P. (2011). Generational differences in work values: a review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, no. 13, 79–96. doi: 10.1111/j.1468-2370.2010.00285.x
24. Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
25. Shawish, M., N., (2005) *Human Resources Management*. Third Edition, Sunrise House for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

26. Shi Z, Huang W and Liang Y (2023) Work values and cultural background: a comparative analysis of work values of Chinese and British engineers in the UK. *Front. Psychol.* 14:1144557. doi: 10.3389/fpsyg.2023.1144557
27. Stiglbauer B, Penz M and Batinic B (2022) Work values across generations: Development of the New Work Values Scale (NWVS) and examination of generational differences. *Frontiers in Psychology.* 13:1028072. doi: 10.3389/fpsyg.2022.1028072
28. Strauss W. and Howe N. (1991) *Generations: The history of American's future, 1584-2069*. New York: William Morrow and Company, Inc.
29. Suzman, J. (2021) *Munca. O istorie a modului in care ne petrecem timpul*. București: Editura: Publică.
30. Ștefănescu, I.T. (2015) *Tratat teoretic și practic de drept al muncii*. București: Universul Juridic.
31. Thieffoldt, D., & Scheef, D. (2004). Generation X and the Millennials: What you need to know about mentoring the new generations. *Law Practice Today*. Disponibil: http://www.abanet.org/lpm/lpt/articles/nosearch/mgt08044_print.html
32. Valickas A., Jakštaitė, K. (2017) Different generations' attitudes towards work and management in the business organizations. *Human Resources Management & Ergonomics*, Vol. XI, nr. 1.
33. Watson T. J. (2003) *Sociology, Work and Industry*. This edition, Taylor & Francis, e-Library.
34. Zamfir, C., Vlăsceanu, L. (1998) *Dicționar de sociologie*, Editura Babel, București, 1998.
35. ***Atlas of European Values (2022). Disponibil: <https://europeanvaluesstudy.eu/about-evs/research-topics/work/>
36. ***How Gen-Z Is Bringing A Fresh Perspective To The World Work. Disponibil: <https://www.forbes.com/sites/ashleystahl/2021/05/04/how-gen-z-is-bringing-a-fresh-perspective-to-the-world-of-work/>
37. ***Generation Disconnected: Data on Gen Z in the Workplace. Disponibil: <https://www.gallup.com/workplace/404693/generation-disconnected-data-gen-workplace.aspx>