



Dagmara Łuczka

POKOLENIE Z VS. SILVERSI:

SZTUKA BUDOWANIA RELACJI

„Etykieta potarana, pożółkła, z cerami na łokciach i z łatami na dziurach, przeżyła się i zdziczała. Świat się przewrócił do góry nogami”¹. To fragment poradnika dobrych manier z 1930 r. Jeśli o standardach zachowania prawie sto lat temu właśnie takie zdanie miał autor, to co dopiero mamy dzisiaj powiedzieć?

Różnice pokoleniowe towarzyszą nam od zawsze. Starsi zawsze narzekali na młodszych, na upadek norm i schyłek kultury dobrych obyczajów. Nic więc dziwnego, że w dzisiejszych czasach siwe głowy zamartwiają się, co wyrośnie z tych młodych gagatków. Gagatków, którzy pakują plecaki, by pójść do pierwszej klasy, nasze obawy mniej dotyczą, ale co z tymi, którzy wchodzą właśnie na rynek pracy, którym powierzamy naszych klientów, pieczołowicie pielęgnowane relacje i starannie wypracowaną reputację firmy?

Pokolenie Z vs. Silvers – na jakich polach się różnimy

Jak młodzi sobie z tym poradzą? Czy są na to gotowi? Jaki stosunek mają do kultury, etykiety i, przede wszystkim, jak podchodzą do relacji służbowych?

Postanowiłam to sprawdzić. Inspiracją dla mnie były spotkania z młodzieżą, które odbywałam w ramach prowadzenia warsztatów z etykiety biznesu, a które coraz dobitniej pokazywały mi, że różnice są. Postanowiłam zbadać, na jakich polach się różnimy najbardziej, jak postrzegamy zasady etykiety biznesu i kultury osobistej, jak lubimy budować i podtrzymywać relacje, czy znamy zasady etykiety biznesu i umiemy je stosować. Dla kogo mają one większe, a dla kogo mniejsze znaczenie? Wyniki opracowałam w formie raportu „Pokolenie Z vs Silversi podejście do relacji, konwenansów i etykiety biznesu”, którego fragmentem podzielę się z Państwem w tym artykule, a który w całości można bezpłatnie pobrać w internecie.

Zacznijmy od tego, że...

... łatwiej nam budować relacje z osobami, które mają podobny poziom kultury osobistej co my.

Zgodni są co do tego zarówno młodzi z pokolenia Z (20 plus), jak i osoby reprezentujące pokolenie Silvers (55 plus). Nie jest to szczególnie odkrywcze, biorąc pod uwagę fakt, że już dawno udowodniono, iż wolimy osoby podobne do nas samych. Łatwiej nam się z takimi osobami współpracuje, dogaduje, mamy mniejsze prawdopodobieństwo negacji w kwestii naszych pomysłów. Co jednak oznacza, gdy spotykają się na gruncie zawodowym dystyngowany Silvers i wyluzowana Zetka? I tu wszyscy wiemy, że może być zupełnie na odwrót. Ważne jest jednak to, kto rozdaje karty. Kto jest osobą decyzyjną, a kto klientem? Do czyich standardów powinniśmy się dostosować? Czy wspinamy się na wyżyny protokołu służbowego, czy wręcz przeciwnie – luzujemy węzeł krawata i zapominamy o konwenansach.

Tylko wiedza i świadomość, czego może od nas oczekiwać nasz partner biznesowy, przełożony, współpracownik da nam swobodę, by samemu decydować, jak się zachować oraz kiedy i w jakim stopniu korzystać z pewnych zasad. Robimy to wówczas świadomie, dostosowując się do okoliczności, ale przede wszystkim do osoby, z którą tworzymy relacje biznesowe. Nie zawsze będziemy musieli umiejętnie tytułować czy ustępować miejsca przełożonemu, bo nie zawsze ktoś będzie od nas tego oczekiwał. Jednak gdy mamy świadomość, że dla kogoś takie standardy zachowania są ważne, wiemy, jak z nich korzystać, by sprawić, żeby osoba czuła się w naszym towarzystwie dobrze.

// Osoby nieco bardziej doświadczone wiekiem i stażem zwracają większą uwagę na kulturalne zachowanie. **//**

Młodzi w mniejszym stopniu zwracają uwagę na kulturalne zachowanie u innych, ale nie jest im to obojętne

71,88 proc. studentów zaznaczyło, że zdecydowanie cenią sobie kulturalne zachowanie u innych, podczas gdy ta odpowiedź padła u 95 proc. Silversów ze środowiska biznesowego.

Można by pokusić się o wniosek, że osoby nieco bardziej doświadczone wiekiem i stażem będą zwracały większą uwagę na kulturalne zachowanie. Ale co właściwie oznacza kulturalne zachowanie? Dla jednych jest to powiedzenie „dzień dobry”, a dla innych to, że ktoś wstanie, gdy druga osoba przychodzi porozmawiać. Dla jednych jest to wyjęcie rąk z kieszeni podczas rozmowy, dla innych umiejętność tytułowanie.

Młode pokolenia dorastają już w zupełnie innych czasach i niewielu nastolatków zwraca uwagę na choćby takie niuanse, jak przepuszczenie cioci w drzwiach. To, co dla pokolenia X (40 plus) czy dla silversów (55 plus) wydaje się oznaką kultury i szacunku, może nie mieć już znaczenia dla pokolenia Z (20 plus). Nie jest moją rolą ocenianie pokoleń i wydawanie wyroków, które jest lepsze, a które gorsze. Za ważne jednak uważam przypatrzenie się swoim pracownikom, zwrócenie uwagi na to, jak się zachowują w kontaktach z klientami i jeśli są obszary, w których warto coś zmienić, podpowiedzieć młodszemu, żeby inaczej się zachowywali w pewnych sytuacjach. Mniej odważę to zrobić, bo z moich doświadczeń wynika, że to są tematy na tyle delikatne, iż czasami wolimy odsunąć kogoś od spotkań z wymagającym klientem i wyznaczyć do tego inną, bardziej „pewną” osobę. Pewną, że nie przyniesie nam wstydu, że właściwie się zachowa. Szkoda, bo czasami krótka, konstruktywna rozmowa – pokazanie innego punktu widzenia, innej perspektywy – może zdziałać cuda.

Jak uwrażliwić młodych na współpracę w zróżnicowanym kulturowo i pokoleniowo środowisku pracy?

- **Stwórz w pracy kulturę szacunku i wzajemnego zrozumienia** – wyjaśnij, na czym polega.
- **Wy tłumacz, w jakich obszarach możemy różnić się w podejściu do relacji**, kultury osobistej, standardów komunikacji.
- **Wy tłumacz, jakie standardy obowiązują w Twojej firmie.**
- **Przygotuj pracowników do oficjalnych spotkań** – naucz zasad zapoznawania osób, wymiany wizytówek, tytułowania, zasad eleganckiego wyglądu czy

// U podstaw zdrowych, profesjonalnych relacji zawsze leży szacunek.

zachowania się przy stole. Znając te zasady, łatwiej im będzie skupić się na pracy i odnaleźć się w oficjalnych sytuacjach.

- **Wy tłumacz, że dyplomacja i kurtuazja to sztuka**, która może bardzo pomóc w budowaniu relacji służbowych.

U podstaw zdrowych, profesjonalnych relacji zawsze leży szacunek. To, w jakiej formie okazujemy go sobie, jakie mamy oczekiwania, może zależeć od wielu czynników, m.in. od różnic pokoleniowych i kulturowych. Uwrażliwienie młodzieży na aspekt tych właśnie różnic i przygotowanie ich do funkcjonowania w zróżnicowanym – również pod względem podejścia do relacji – świecie, uważam za bardzo ważne. Kompetencje miękkie będą odgrywały szczególnie ważną rolę w przyszłości, ale to już dziś na rynku pracy spotykają się cztery pokolenia. To, czy i jak będą ze sobą współpracowały, będzie zależało od tego, czy będą potrafiły popatrzeć na proces budowania relacji przez pryzmat drugiej osoby, zrozumieć jej oczekiwania i potrzeby. Jeśli młodzi to pojmą, nie mamy się co martwić o to, że przekazujemy pałeczkę nowemu pokoleniu gagatków, którymi przecież sami, tak jeszcze niedawno, byliśmy.

1. M. Rościszewski, *Zwyczaje towarzyskie. Podręcznik praktyczny dla pań i panów*, wyd. 2, Warszawa 1930, s. 5–7. Zapożyczone z I. Kamińska-Radomska „Współczesna etykieta biznesu w codziennej praktyce w Polsce” str. 22.

AUTORKA

Dagmara Łuczka

Ekspertka etykiety biznesu certyfikowana przez Międzynarodową Akademię Etykiety i Protokołu w Londynie. Autorka książki „Kultura budowania relacji służbowych – czyli etykieta biznesu w praktyce”, Wyd. CeDeWu 2020

www.projektowniawizerunku.pl

PROJEKTOWNIA
W I Z E R U N K U
Dagmara Łuczka