

НЕФОРМАЛЬНАЯ СУБКУЛЬТУРА КАК ИСТОЧНИК НАЙМА КРЕАТИВНОГО ПЕРСОНАЛА

Черныш Н.А.

Научный руководитель – Гончарова В.В.

В настоящее время существует множество различных молодежных объединений, их количество постоянно растет, возникают новые направления и течения молодежных субкультур. В то же время перед работодателем стоит задача поиска квалифицированного персонала, соответствующего требованиям организации и условиям современного рынка. Чтобы программа отбора была действенной, следует ясно сформулировать качества работника, необходимые для соответствующего вида деятельности. Однако, отбор может быть невозможным, если список требований к работнику со стороны организации будет слишком велик.

Итак, кадры решают все... Этот известный лозунг начинает приобретать новое значение и не теряет актуальности в наши дни. Среди многих работодателей бытует стереотип, что жизнь работника должна вращаться только вокруг работы. И хотя в последнее время этот миф начинает развеиваться некоторые консервативные наниматели до сих пор ставят на первое место для своих сотрудников именно рабочие обязанности.

Но реалии таковы, что даже самый активный трудоголик физически не сможет отдавать работе больше 20 часов в сутки. Но и при таких затратах времени нельзя сказать, что работа будет выполнена качественно. Научно доказано, что работнику необходимо время на сон и отдых, без которых невозможно нормальное функционирование головного мозга, отвечающего за общую работу организма.

Для полноценного отдыха необходима и такая составляющая, как психологическое равновесие, или, попросту говоря, чувство комфорта во всех его проявлениях. Некоторые находят это в своей семье, некоторые – в увлечениях и хобби, пусть и несколько необычных с первого взгляда.

Таким хобби или увлечением как раз и может быть любая из известных сейчас субкультур, каждая из которых имеет свои особенности. Из наиболее распространённых, можно перечислить такие, как гёты, рэперы, рóкеры, хипстеры, анимэшники, металлисты, косплéйеры, бóмберы и райтеры и так далее.

Принадлежность к каждой из данных субкультур могут как ярко выражаться в одежде, макияже, образе жизни, поведении, так и ничем не выделяться до определённого времени. Также необходимо понимать, что не все люди открыто демонстрируют свои увлечения в обыч-

ной жизни, на публике, вне встреч со своими единомышленниками. Поэтому они способны успешно интегрироваться в современное общество, ничем не выделяясь среди обычных офисных работников.

Однако существуют и такие люди, для которых броская одежда, необычный внешний вид, причёска и другие элементы имиджа являются важнейшими факторами самовыражения. Без этих внешних проявлений они чувствуют себя зажатými в рамках обыденности. Но не стоит относиться настороженно к «неодинаковости» таких людей, которые вполне могут вписаться в коллектив, не требующей от сотрудников строгого дресс-кода, и оказаться творческой, креативной личностью. В случае найма такого специалиста стоит рассмотреть вариант удаленной работы или работы на дому. К примеру, можно получать работу по электронной почте и, выполнив задание за заранее определённый период времени, отсылать обратно. Это принесёт определённую выгоду как самой компании, т.к. не требуется терять время на поиску нового квалифицированного сотрудника, так и для самого работника – не будут возникать конфликты по поводу внешнего вида.

Такие люди неплохо организуют корпоративные праздники, костюмированные вечеринки: они всегда полны разнообразных идей и замыслов. Косплэеры, например. Участники косплэя (с англ. costume play – «костюмированная игра») отождествляют себя с каким-то персонажем, называются его именем, носят аналогичную одежду, причёску, даже говорят в таком же тоне и употребляют в речи те же слова что и их герой. Появление любимого персонажа доставит удовольствие участникам не только детского праздника, но и оживит любое корпоративное торжество. Также такое увлечение можно использовать, и как элемент тимбилдинга для коллектива: работа ярких творческих личностей всегда вызывает интерес и способствует сплочению и улучшению морально-психологического климата.

Творческие способности такого неформального сотрудника можно использовать и для пользы основной работы предприятия. К примеру, бómберы и райтеры. И те и другие являются художниками-граффитистами. Такому сотруднику можно поручить разработать креативную рекламу для определённого товара и воплотить её в виде живописного граффити – полотна, что будет привлекать особое внимание к продукту.

Также необходимо подчеркнуть, что не все люди, приверженные субкультурам, являются только подростками; некоторые остаются верны своим увлечениям и во взрослой жизни. Для них хобби является простым способом расслабления, раскрепощения, снятия стресса. При этом не стоит упускать из виду и то, что это является одним из спосо-

бов самоактуализации и самореализации, без которых невозможно гармоничное развитие личности человека. А обретение внутреннего баланса для работника не менее важно, чем его профессиональные навыки и умения. Ведь человек, довольный своей жизнью, и работает лучше.

Литература:

1. Бухтияров А. / Золотой фонд MLM: Система мотивационного рекрутирования. – М.:ФАИР 2012. – 96с.
2. Козлов В. / (Sub)культура: Реальная культура. От Альтернативы до Эмо – М.: Амфора, 2008. – 352 с.

РАЗВИТИЕ ГЛОБАЛИЗИРОВАННОЙ ЭКОНОМИКИ

Шагун К.А.

Научный руководитель – Карней Х.Н.

Современная экономика развивается в условиях преодоления последствий мирового экономического кризиса. Существует несколько сценариев выхода из кризиса – V-образный (резкий спад, а затем резкий возврат на прежний уровень), L-образный (резкий спад производства, а затем медленное возвращение), W (www) -образный (резкий спад, затем резкий скачок вверх, но ниже спада, далее снова спад и т.д.). В складывающейся ситуации имеет место последний вариант развития событий. Такое уже наблюдалось в мировой практике («Великая депрессия»), а значит, что мир снова становится другим. Каждого предпринимателя начинает интересовать вопрос: как работать в новом мире?

Для ответа на поставленный вопрос, необходимо выделить и проанализировать наиболее яркие черты нового мира. Первый момент это приход в бизнес «дигитального» поколения. Его отличительными чертами являются высокий уровень интеллектуального развития, поиск работы по уровню сложности и интересности, а не уровню заработной платы. Это поколение малочисленно, следовательно, возникает дефицит на рынке труда. Ещё одной отличительной чертой является супермобильность нового поколения.

Второй момент это ускорение процесса смены парадигм. Современный мир носит непрерывный характер изменений. В 1950-е гг смена парадигм происходила 1 раз в 15 лет, 60 – 5-7, 70 – 3-5, 80 – 1-3, начиная с 1990-х – непрерывно. XXI век показал, что главными в современном мире являются инновации, информация и пространство. Размер бизнеса это не есть стратегия. На рынке выигрывает та компа-