

Особенности, мотивация, ценностные ориентиры и предпочтения сотрудников поколения digital на ИТ-рынке

И. В. Трунов

*Advisability Performance Marketing Group LTD,
Санкт-Петербург, Россия
trunov@alfaleads.net*

Аннотация: Каждое поколение имеет свои особенности, мотивы, ценности, которые формируют социальные тренды. В настоящее время тенденции на ИТ-рынке задают представители цифрового поколения — так называемые *digital generation*. Как показало проведенное исследование, это определение охватывает значительно более широкий пласт людей, чем типы поколений X, Y (миллениалы), Z, положенные в основу теории поколений, которую активно используют в своей практике современные маркетологи и специалисты, занимающиеся подбором персонала.

Предметом исследования данной статьи являются особенности, мотивации, ценностные ориентиры и предпочтения сотрудников поколения digital, касающиеся рабочего режима и коммуникаций в команде. В ней также будет воссоздан портрет представителей digital generation с целью показать, что для эффективной работы сотрудников цифрового поколения требуется иной подход: гибкость условий труда — рабочего времени, места, применение новых методов мотивации. Также в эпоху цифровизации значительное внимание необходимо уделять созданию благоприятной рабочей атмосферы. Особую роль в данном процессе играет применение комплексного подхода к формированию командного духа, основанных на актуальных тенденциях и ценностях представителей данного поколения¹. Понимание нюансов мировосприятия таких сотрудников, позволит топ-менеджерам компаний мотивировать их работать успешнее.

Ключевые слова: цифровое поколение, digital-поколение, digital generation, soft skills, мотивация, обучаемость, креативность, быстрая адаптация, ИТ-рынок.

Для цитирования: Трунов И.В. Особенности, мотивация, ценностные ориентиры и предпочтения сотрудников поколения digital на ИТ-рынке. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023. Т. 22. № 3. С. 83 — 89. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-3-83-89>.

Characteristics, Motivation, Values, and Preferences of Digital Generation Employees in the IT Market

I. V. Trunov

*Advisability Performance Marketing Group LTD,
Saint Petersburg, Russia
trunov@alfaleads.net*

Abstract: Each generation has its own characteristics, motivations, and values that shape social trends. Currently, the trends in the IT market are driven by representatives of the digital generation, also known as the digital generation. As the conducted research has shown, this definition encompasses a much broader range of people than the generational types X, Y (millennials), and Z, which form the basis of the generational theory widely used by modern marketers and HR specialists.

This article aims to explore the characteristics, motivation, values, and preferences of digital generation employees regarding work patterns and communication within a team. It also aims to create a portrait of digital generation representatives in order to demonstrate that an alternative approach is required for effective management of employees from the digital generation. This approach involves flexible working conditions, including working hours and locations, as well as the implementation of new motivational methods. Additionally, in the era of digitalization, significant attention needs to be given to creating a favorable work atmosphere. A comprehensive approach to fostering team spirit based on current trends and values of this generation plays a crucial role in this process [1]. Understanding the nuances of the worldview of such employees will enable top managers to motivate them to work more successfully.

Keywords: digital generation, digital natives, digital generation, soft skills, motivation, adaptability, creativity, quick adaptation, IT market.

¹ Губская М.А., Ласкова Т.С. Поколение Z: особенности мотивации. Журнал «У». Июнь, 2018. [Электронный ресурс] URL: <https://port-u.ru/journal-u/stat-jou/2465-pokolenie-z-osobennosti-motivatsii>.

For citation: Trunov I. V. *Characteristics, Motivation, Values, and Preferences of Digital Generation Employees in the IT Market. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2023. T. 22. № 3. P. 83–89.* <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-3-83-89>.

Теория поколений, возникшая в 1991 году, предполагает существование схожих ценностей и типа мышления у людей, родившихся в определенные временные промежутки. Это предположение основано на том, что люди, принадлежащие к одному социальному поколению, рождаются в пределах одного двадцатилетнего периода. Кроме того, представители данного поколения объединяются тремя важными общими критериями. Во-первых, они переживают одни и те же исторические события примерно в одинаковом возрасте. Во-вторых, разделяют единые верования и модели поведения. В-третьих, испытывают ощущение причастности к данному поколению. Эти факторы являются важными для формирования идентичности каждого поколения и объясняют его условные характеристики ².

Сегодня многие HR-специалисты и руководители компаний используют эту информацию для формирования команд, разработки систем мотивации и принятия управленческих решений. Осознание ценностей и мировоззрения сотрудников позволяет им наладить эффективную коммуникацию и создать условия для комфортной работы в коллективе. Это способствует улучшению микроклимата в организации и повышению эффективности работы команды.

В то же время анализ показал, что лидеры современного бизнеса испытывают затруднения в понимании цифрового поколения и их карьерных предпочтений. Таким образом, решение вопроса, как представителям digital generation выстраивать свою профессиональную деятельность и отношения в команде, а работодателям — задействовать их способности, а также эффективно мотивировать таких сотрудников, особенно актуально.

С целью определить особенности и мотивации представителей цифрового поколения для построения эффективного профиля корпоративной культуры автором статьи был инициирован опрос, который проходил в два этапа. В анкетировании приняли участие свыше 200 человек. Вопросы, которые были предложены участникам, позволили создать портрет представителей digital generation.

Как показали результаты анкетирования, а также анализ и оценка информации, опубликованной в работах других авторов, понятие digital generation, или цифровое поколение, не связано непосредственно с теорией поколений, т. к. объединяет людей независимо от возраста: основным критерием в данном случае является активное использование цифровых технологий ³.

Респонденты были разделены на возрастные категории: 16–20 лет; 21–25 лет; 26–30 лет; 31–35 лет; 36–40 лет. В общем процентном соотношении диаграмма на рисунке 1 выглядит следующим образом:

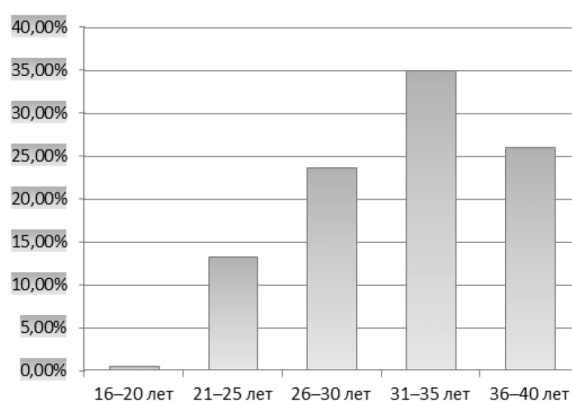


Рис. 1. Процентное соотношение разных возрастных групп участников анкетирования ⁴

² Generational Diversity in the Workplace: Understanding and Managing the Five Generations by Carolyn A. Martin and Bruce Tuglan. 2014. [Электронный ресурс] URL: <https://downloads.hrdpressonline.com/files/7320080417162646.pdf>.

³ Leopoldina Fortunati, Sakari Taipale, and Federico de Luca. Digital generations, but not as we know them. 2017. [Электронный ресурс] URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1354856517692309>.

⁴ Разработано автором.

В результате были получены такие данные: 16–20 лет — 0,51%; 21–25 лет — 13,30%; 26–30 лет — 23,64%; 31–35 лет — 34,97%; 36–40 лет — 26,10%. Также выяснилось, что 30,04% проживает в крупных городах, в том числе в Москве — 27%. При этом 49,27% отметили, что работают удаленно, 50,73% — в офисе. В ИТ-сфере работают 50,25% респондентов, а в числе основных профессий ими были названы профессия программиста (52,2%) и дизайнера (33,6%). Вопреки сложившемуся стереотипу, большинство сотрудников ИТ-сферы не одиночки, а командные игроки: работать в коллективе предпочитает 61% опрошенных. Более половины респондентов (54,5%) состоят в отношениях — женаты/замужем, 12% — в гражданском браке, примерно 50% имеют детей. Отмечено также, что многие познакомились со своими супругами благодаря работе или интересу к ИТ-сфере. Среди основных тем, которые привлекают внимание опрошенных, названы: «Семья и дети» (56%), «Экономика» (53,5%), «Здравоохранение» (49%), «Культура» (46,9%), «Политика» (40,88%), что противоречит тезису о высокой политизированности digital-поколения.

Также 60% участников подчеркивают важность соблюдения баланса между работой и личной жизнью, и только сравнительно небольшое количество респондентов (30%) готовы пожертвовать отдыхом ради достижения успеха на службе. В работе для них важны комфортные условия (72%), возможность стать профессионалом своего дела (69%) и финансовые перспективы (67,5%). Абсолютное большинство респондентов считают залогом успеха профессионализм (79%), а наиболее значимым качеством сотрудника называют ответственность (71%).

Относительно высшего образования мнения аудитории разделились: почти половина (42%) называет его значимой составляющей профессионального успеха, примерно столько же (41,5%) постоянно обучаются, проходят тренинги и т.д., и лишь небольшой процент (16%) респондентов отметили, что не видят ценности в получении образования.

Также участники опроса подчеркнули, что для них значимы вопросы, связанные с экологией: 53% стремятся внедрять экопривычки и 23% — вести экологичный образ жизни.

Отвечая на вопрос о досуге, 61,57% предпочли домашнюю обстановку, 55,17% занимаются спортом и 49,26% творчеством. Почти 70% опрошенных полагаются на собственные силы и контролируют события своей жизни.

Предпочтения по каналам массовой информации сложились следующим образом: 61,5% доверяют независимым источникам или проводят самостоятельный анализ информации, 36,45% не доверяют никаким источникам, а 38,27% ищут достоверность в независимых и федеральных СМИ — соответственно 25,12% и 23,15%.

Таким образом вырисовывается портрет представителей digital generation: можно сделать вывод, что средний возраст представителей этого поколения — 31–40 лет, что несколько расходится с мнением американского публициста, который впервые ввел термин «цифровое поколение» для обозначения тех, кто появился на свет с 1984 по 2000 годы⁵. Треть из опрошенных проживает в крупных городах. При этом почти половина работает удаленно и немногим более 50% — в офисе. Вопросы, связанные со здоровьем, являются приоритетом для 77,83% участников, счастливая семейная жизнь — для 72,9%, независимость в суждениях — для 62,56%, социальный статус значим для 19,7% опрошенных.

Вопреки сложившемуся мнению о склонности подавляющего большинства представителей этого поколения к интроверсии и некоммуникабельности⁶, представители digital generation сторонники коллективной работы, а более половины (58,62%) отдают предпочтение командной работе. Профессионализм считают ключом к успеху в жизни 79,8% респондентов.

По статистике, скорость внедрения инноваций в жизнь постоянно растет, что диктует необходимость оперативно реагировать на происходящие события⁷. Существующие научные публи-

⁵ Marc Prensky Digital Natives Digital Immigrants. 2001. [Электронный ресурс] URL: <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>.

⁶ Яруллина, Л.Р. Портрет цифрового поколения студентов: психологический контекст / Л.Р. Яруллина. Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т. 10. № 4. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/41PSMN422.pdf>.

⁷ Индикаторы инновационной деятельности: 2022. Статистический сборник / Редактор Л.Д. Эйделькинд. [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/589979442.pdf>.

кации⁸, подтвержденные исследованиями, проведенными автором статьи, указывают на то, что развитие интернет-технологий и ускорившийся темп жизни являются ключевыми факторами, влияющими на формирование ряда основных характеристик сотрудников — представителей цифрового поколения. К ним относятся быстрая адаптация, обучаемость, креативность, разносторонность. Данные качества во многом проявились вследствие постоянного контакта представителей цифрового поколения с быстро развивающимися ИТ-технологиями, необходимостью оперативно принимать решения, что стимулирует их быть гибкими, адаптивными в изменяющемся мире⁹. Разносторонность и обучаемость позволяют таким сотрудникам успешно справляться с многообразием новых задач и вызовов, стимулируя профессиональное и личное развитие.

Цифровое поколение также отличается определенной дуализацией (совмещением реального и виртуального мира), проявляющейся в индивидуальности и развитии так называемого короткого мышления. С одной стороны, это облегчает принятие быстрых решений, с другой может привести к поверхностности погружения в информацию и стереотипизации мышления¹⁰.

Данные факторы необходимо учитывать при формировании мотивации к трудовой деятельности персонала компании, относящегося к digital generation. Как показал опрос, такие сотрудники ценят свободу в принятии решений, а значимыми для них является возможность самореализации, гибкость условий труда и взаимодействие с другими профессионалами. Важным стимулом для этой генерации становятся возможность профессионального развития, наращивания навыков и опыта, что, в свою очередь, способствует личностному росту. К этому также стимулирует постоянное появление новых технологий, направлений, методик, что заставляет тех, кто стремится быть в курсе последних изменений, их осваивать, а значит, находиться в непрерывном процессе обучения¹¹.

Учитывая инертность классической системы образования, сотрудники digital-поколения в данном вопросе рассчитывают только на себя, и даже имея диплом престижных вузов, продолжают совершенствоваться самостоятельно, приобретая новые знания на частных курсах и индивидуальных наставничествах. Поэтому одним из важных мотивов работать в конкретной компании для них может стать возможность прохождения курсов за счет организации либо система наставничества, которая зарекомендовала себя в разных компаниях¹².

Еще один эффективный способ нематериальной мотивации персонала — гибкий график работы.

Хотя значительная часть представителей цифрового поколения работает в компаниях, а не на фрилансе, одной из особенностей таких сотрудников является интерес к инновационным проектам и проектной деятельности в целом, а также частая смена места работы, т. к. продвижение по карьерной лестнице в рамках одной организации для них не является стимулом остаться в компании: такие сотрудники иначе оценивают критерии успешности¹³. Благодаря этому растет количество успешных людей в возрастной категории старше 40 лет, которые поменяли профессию, обучились новому делу и нашли в нем себя. Этому также способствует появление большего

⁸ Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. The MIT Press. 2009. [Электронный ресурс] URL: <https://library.oup.com/bitstream/handle/20.500.12657/26083/1004003.pdf?sequence=1>.

⁹ Якубова И.И. Современные тенденции развития цифровых инноваций. Экономические исследования. 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-tsifrovyyh-innovatsiy/viewer>.

¹⁰ Третьякова В.С., Церковникова Н.Г. Цифровое поколение: потери и приобретения. Профессиональное образование и рынок труда. 2021. № 2. С. 53–65. [Электронный ресурс] URL: <https://doi.org/10.52944/PORT.2021.45.2.004>.

¹¹ Материалы VIII Областной научно-практической конференции преподавателей и студентов учреждений профессионального образования, учителей школ. Иркутск. 2020. Выпуск 5. С. 55. [Электронный ресурс] URL: <https://irkpo.ru/www/resource/get/0e15df59-ca2a-ed11-ad60-b4b52f678f1e>.

¹² Общероссийский народный фронт. Стандарт наставничества. [Электронный ресурс] URL: http://cmrp.ru/uploads/nastav_parep.pdf.

¹³ Соколова А.С. Критерии профессиональной успешности специалистов службы технической поддержки. Современная психология: материалы междунар. науч. конф. (г. Пермь, июнь 2012 г.). — Пермь: Меркурий, 2012. С. 64–65.

количества государственных и частных программ, направленных на переобучение и адаптацию возрастных сотрудников ¹⁴.

Так, среди опрошенных в ходе исследования 40% — те, кого привлекли ИТ-специальности, имеющие более низкий порог вхождения и подходящие людям, не имеющим технического образования. К таким относятся: ИТ-рекрутер, дизайнер, копирайтер, тестировщик, HR-менеджер, project manager. Это также отличает их от представителей других поколений, для которых в большей степени важна стабильность. Проведенный нами опрос показал: среди сотрудников ИТ-компаний большой процент тех, кто пришел в отрасль, не имея профильного высшего образования, однако это не помешало им освоить новую профессию. В настоящее время, когда компании могут нанимать работников на проектной основе на сроки от нескольких недель до нескольких месяцев, необходимость в молниеносной адаптации к новому окружению становится особенно важна.

Не менее важный факт: для поколения digital возможность заниматься тем, что интересно, участвовать в процессах, которые способны повлиять на позитивные перемены в мире, создавать нечто, облегчающее жизнь других людей, трансформировать реальность нередко важнее престижной должности и финансовой стабильности. Ощущение причастности к глобальным идеям — одна из потребностей в работе таких сотрудников. Возможность решать такие задачи также является мотивацией прийти и остаться в компании для сотрудников цифрового поколения.

Знание ключевых особенностей сотрудников цифрового поколения помогут сформировать корпоративную культуру, основанную на открытости, гибкости и инновационности. Сотрудники digital-поколения обладают высокой технологической грамотностью, быстро адаптируются к новым технологиям и ожидают, что их работодатель будет предоставлять им современные инструменты для работы. Кроме того, они ценят работу в команде, открыто общаются друг с другом и ожидают, что работодатель будет стимулировать такой подход к работе. Формирование корпоративной культуры, учитывающей эти особенности, поможет привлечь и удержать талантливые кадры и достичь успеха в цифровой экономике.

На основе перечисленных выше данных можно заключить следующее. Основные аспекты системы мотивации для представителей цифрового поколения в соответствии с исследованиями включают:

- формирование взаимоотношений на основе доверия, открытости и прозрачности;
- создание эффективных систем обучения для расширения профессиональных квалификаций;
- стимулирование инициативы и самостоятельности;
- обеспечение комфортных условий работы и зон для релаксации;
- адаптация гибридных форматов работы, учитывающих индивидуальные предпочтения сотрудников;
- внедрение системы поощрений, основанной на корпоративной культуре.

Эти факторы могут оказывать значительное влияние на привлечение и удержание креативных специалистов в компании.

Список литературы

1. Губская М.А., Ласкова Т.С. Поколение Z: особенности мотивации. Журнал «У». Июнь, 2018. — Режим доступа: <https://port-u.ru/journal-u/stat-jou/2465-pokolenie-z-osobennosti-motivatsii>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
2. Generational Diversity in the Workplace: Understanding and Managing the Five Generations by Carolyn A. Martin and Bruce Tuglan. 2006. С. 15–20. [Электронный ресурс] URL: <https://downloads.hrdpressonline.com/files/7320080417162646.pdf>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
3. Leopoldina Fortunati, Sakari Taipale, and Federico de Luca. Digital generations, but not as we know them. 2017. Volume 25, Issue 1. [Электронный ресурс] URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1354856517692309>. Дата обращения: 19.06.2023 г.

¹⁴ Учебный центр «Академия» — Росакадемия.РФ. [Электронный ресурс] URL: https://rosakadem.ru/napravleniya/starsee_pokolenie.

4. Marc Prensky Digital Natives Digital Immigrants. 2001. [Электронный ресурс] URL: <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
5. Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. The MIT Press. 2009. [Электронный ресурс] URL: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/26083/1004003.pdf?sequence=1>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
6. Третьякова В.С., Церковникова Н.Г. Цифровое поколение: потери и приобретения. Профессиональное образование и рынок труда. 2021. № 2. С. 53–65. [Электронный ресурс] URL: <https://doi.org/10.52944/PORT.2021.45.2.004>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
7. Индикаторы инновационной деятельности: 2022. Статистический сборник. Редактор Л.Д. Эйделькинд. [Электронный ресурс] URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/589979442.pdf>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
8. Якубова И.И. Современные тенденции развития цифровых Инноваций. Экономические исследования. 2021. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-tsifrovyyh-innovatsiy/viewer>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
9. Материалы VIII Областной научно-практической конференции преподавателей и студентов учреждений профессионального образования, учителей школ / Иркутск. 2020. Выпуск 5. С. 55. [Электронный ресурс] URL: <https://irkpo.ru/www/resource/get/0e15df59-ca2a-ed11-ad60-b4b52f678f1e>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
10. Общероссийский народный фронт. Стандарт наставничества. [Электронный ресурс] URL: http://cmrp.ru/uploads/nastav_paper.pdf. Дата обращения: 19.06.2023 г.
11. Соколова А.С. Критерии профессиональной успешности специалистов службы технической поддержки. Современная психология: материалы междунар. науч. конф. Пермь, июнь 2012 г. — Пермь: Меркурий, 2012. С. 64–65.
12. Яруллина, Л.Р. Портрет цифрового поколения студентов: психологический контекст / Л.Р. Яруллина. Мир науки. Педагогика и психология. 2022. Т. 10. № 4. [Электронный ресурс] URL: <https://mir-nauki.com/PDF/41PSMN422.pdf>. Дата обращения: 19.06.2023 г.
13. Учебный центр «Академия» — Росакадемия.РФ. [Электронный ресурс] URL: https://rosakadem.ru/napravleniya/starshee_pokolenie. Дата обращения: 19.06.2023 г.

References

1. Gubskaya, M.A., Laskova, T.S. Generation Z: Motivational Features. Journal «U». June, 2018. Retrieved from: <https://port-u.ru/journal-u/stat-jou/2465-pokolenie-z-osobennosti-motivatsii>. Accessed: June 19, 2023.
2. Martin, C.A., & Tulgan, B. (2006). Generational Diversity in the Workplace: Understanding and Managing the Five Generations. Pp. 15–20. Retrieved from: <https://downloads.hrdpressonline.com/files/7320080417162646.pdf>. Accessed: June 19, 2023.
3. Fortunati, L., Taipale, S., & de Luca, F. (2017). Digital generations, but not as we know them. Volume 25, Issue 1. Retrieved from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1354856517692309>. Accessed: June 19, 2023.
4. Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. Retrieved from: <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Accessed: June 19, 2023.
5. Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A.J. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. The MIT Press. Retrieved from: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/26083/1004003.pdf?sequence=1>. Accessed: June 19, 2023.
6. Tretyakova, V.S., & Tserkovnikova, N.G. (2021). Digital Generation: Losses and Gains. Professional Education and Labor Market, 2, 53–65. Retrieved from: <https://doi.org/10.52944/PORT.2021.45.2.004>. Accessed: June 19, 2023.
7. Indicators of Innovation Activity: 2022. Statistical Compilation. Editor: L.D. Eidelkind. Retrieved from: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/589979442.pdf>. Accessed: June 19, 2023.
8. Yakubova, I.I. (2021). Current Trends in the Development of Digital Innovations. Economic Research. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-tsifrovyyh-innovatsiy/viewer>. Accessed: June 19, 2023.
9. Materials of the VIII Regional Scientific and Practical Conference of Teachers and Students of Vocational Education Institutions, School Teachers / Irkutsk. 2020. Issue 5. Retrieved from: <https://irkpo.ru/www/resource/get/0e15df59-ca2a-ed11-ad60-b4b52f678f1e>. Accessed: June 19, 2023.

10. All-Russian People's Front. Mentoring Standard. Retrieved from: http://cmrp.ru/uploads/nastav_paper.pdf. Accessed: June 19, 2023.
11. Sokolova, A.S. (2012). Criteria for the Professional Success of Technical Support Specialists. Proceedings of the International Scientific Conference «Modern Psychology». Perm, June 2012. Pp. 64–65.
12. Yarullina, L.R. (2022). Portrait of the Digital Generation of Students: Psychological Context. World of Science. Pedagogy and Psychology. Volume 10, Issue 4. Retrieved from: <https://mir-nauki.com/PDF/41PSMN422.pdf>. Accessed: June 19, 2023.
13. Training Center «Academy» – Rosakademia.RF Retrieved from: https://rosakadem.ru/napravleniya/starshee_pokolenie. Accessed: June 19, 2023.