ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Y В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ. РОССИЙСКАЯ СПЕЦИФИКА

VALUE SYSTEM OF REPRESENTATIVES OF GENERATION Y IN THE CONTEXT
OF THE THEORY OF GENERATIONS. RUSSIAN SPECIFIC

Горохов Сергей Алексеевич

Доцент кафедры философии Московского педагогического государственного университета, кандидат философских наук

E-mail: sa.gorokhov@mpgu.su

Gorokhov Sergey A.

Assistant Professor at Philosophy Department, Moscow Pedagogical State University, PhD in Philosophy

E-mail: sa.gorokhov@mpgu.su

Заплитный Иван Дмитриевич

Магистрант второго курса направления «Политическая аналитика и проектирование» Московского педагогического государственного университета

E-mail: zaplitniy1861@mail.ru

Zaplitnyy Ivan D.

The 2nd year student in the Master's program "Political analytics and project-management", Moscow Pedagogical State University

E-mail: zaplitniy1861@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные ценностные ориентации и мировоззренческие позиции представителей поколения «Миллениалов», или «игреков». Авторы выдвигают тезис о большей склонности данного поколения к эгоизму и большей степени адаптивности к изменяющимся социокультурным условиям, а также чувство самодостаточности, нежели предшествующих поколений. Для эмпирического обоснования предположений используется социологическое исследование, выборочные результаты которого опубликованы в данной статье. Особое внимание авторы уделяют

Abstract. This article discusses the basic values and worldview of the "Millennials" generation or "generation Y". The authors put forward a thesis about the greater propensity of this generation to selfishness and a greater degree of adaptability to changing socio-cultural conditions, as well as a sense of self-sufficiency than previous generations. As the empirical substantiation of the assumptions, the sociological research the sample results of which are published in this article is used. The authors pay special attention to the theory of generations created by V. Strauss and N.

теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува. Авторы приходят к выводу о гиперболизации и отсутствии научного обоснования выдвинутых тезисов при констатации определенной степени увеличения доли эгоистичности и адаптивности данного поколения, а также нарастающей роли представителей поколения Y в политической, социокультурной и экономической сферах.

Ключевые слова: аксиология, поколения, теория поколений, цивилизационные процессы, междисциплинарность, полисемантичность, ценностные установки, «Миллениалы», социальная реальность.

Hove. The authors come to the conclusion about hyperbolization and lack of scientific substantiation of the put forward theses in ascertaining a certain degree of increase in the share of selfishness and adaptability of this generation, as well as an increasing role of representatives of generation Y in the political, socio-cultural and economic spheres.

Keywords: axiology, generations, generation theory, civilizational processes, interdisciplinarity, polysemanticism, value systems, "Millennials", social reality.

В настоящее время современное российское и мировое сообщество претерпевает ряд сущностных структурно-функциональных изменений. Во многом данным изменениям присущ нелинейный характер, вследствие чего мы можем говорить о нахождении мировой системы в состоянии кризиса, а именно в точке бифуркации. В таких условиях одним из важнейших вопросов становится вопрос о тенденциях мирового цивилизационного процесса, об основных векторах развития общества и моделировании, прогнозировании рамок этого самого общества в будущем.

Для усовершенствования подходов к изучению развития общества, его трансформации и конструирования социальной реальности важно лучше понимать субъектов, акторов, его программирующих и изменяющих. В качестве одного из таких субъектов выступают поколения, трансформирующие общество в соответствии со своими ценностными ориентациями. Поэтому именно в изучении аксиологических аспектов деятельности поколений лежит ключ к прогнозированию векторов изменения общества.

Основной категорией данной работы является «поколение». Учитывая полисемантичность и междисциплинарность данной категории, следует отметить, что под «поколением» в данной работе мы будем понимать объективно складывающуюся социально-демографическую и культурно-историческую общность людей, объединенных границами возраста и общими условиями формирования и функционирования в конкретно-исторический период времени [1, с. 42].

Так же важно сказать, что поколения мы будем изучать через призму теории поколений У. Штрауса и Н. Хоува, пользуясь ее инструментарием, терминологической, теоретической и практической базой. Именно использование данной «классической» теории дает нам возможность выделить и рассмотреть ценностные установки поколения, являющегося объектом нашего исследования, а именно поколения Y [2].

Возникает вопрос, почему же в качестве объекта исследования мы выделяем именно ценностные установки поколения Y, тем самым подчеркивая их существенную роль в изучении векторов и направленностей трансформации общества? В какой мере именно

поколение Y является субъектом мировых цивилизационных процессов? Для ответа на эти вопросы следует обратиться к теории поколений, обозначив основные проблемы и аспекты, связанные с данным поколением.

Поколение «Миллениума», или поколение Y, – третье по счету поколение в 65-летнем цикле «Миллениума», выделенном Штраусом и Хоузом в ряде своих работ [3]. Временные рамки рождения представителей поколения Y устанавливаются исследователями между 1982 и 2004 гг. включительно. Поколение Y является доминантным поколением, в данный момент находящимся на этапе «подъема», что обуславливает его важную роль в формировании и трансформации существующих социальных (общественных) институтов. В настоящее время представители поколения Y активно вступают в общественную жизнь, претендуя и занимая руководящие должности и значимые места в социальной иерархии в политической, социокультурной и экономической сферах. Кроме того, следует отметить все нарастающую долю представителей поколения «Миллениума» в качестве электората практически во всех странах мира.

Так, в США на 2012 г. «Миллениумы» составляли 20% от общего числа граждан, имеющих право голоса на выборах. К 2020 г., согласно исследованию LifeCourse, этот процент вырастет до 32%. Максимум же данная электоральная группа достигнет к 2036–2040 гг. и будет составлять 38–39% [4, p. 7].

Обобщая все вышесказанное, важно отметить, что представители поколения Y все активнее влияют на современные общественные институты, поколение Y в целом становится все более значимым субъектом, актором в трансформации и конструировании социальной реальности, а изучение ценностных ориентаций и установок представителей данного поколения становится все более актуальным для изучения направленности развития общества.

Однако важно учитывать фактор, оказавшийся вне внимания до данного момента, а именно фактор социокультурных отличий между различными культурами. Необходимость и в то же время ряд сложностей, возникающих при учете специфики влияния различных культур на социум, ставят под вопрос возможность применения инструментария и теоретической базы оригинальной теории поколений для анализа иных культур. Но, учитывая глобальную направленность и относительную новизну теории, в отличие от различного рода исследований поколений отечественными учеными (а также отсутствия научной адаптации оригинальной теории), именно теория Штрауса и Хоуза является наиболее подходящим вариантом для анализа ценностных установок поколения Y в России.

Для большей же репрезентативности и подкрепленности посылок и выводов, приведенных в работе, мы будем ссылаться на статистическое исследование «Терминальные ценности представителей поколения Y», проведенное среди москвичей – представителей поколения Y, результаты которого частично будут опубликованы в данной работе. Само исследование разделено на три блока вопросов, каждый из которых имеет тематическую направленность: «отношение к работе», «аксиологические ценности» и «информация и обучение». Таким образом мы можем выявить достаточно широкий круг факторов, влияющих на мировоззренческие и поведенческие модели представителей поколения Y. Также следует сказать, что респонденты были разделены на 3 возрастные категории, что позволяет проследить отличия между анкетирруемыми, относящимися к одному поколению, но различным его стадиям [5].

Одним из наиболее значимых и часто упоминаемых в различных научных работах и источниках о ценностных установках поколения Y критериев является их *склонность к индивидуализму*. Так, нами была выдвинута гипотеза: «Представители поколения Y в большей степени склонны к индивидуализму, нежели коллективизму». На вопрос, связанный с наиболее комфортными условиями работы, 49,6% опрошенных ответили, что работа в коллективе для них является более комфортной. Доля респондентов, склоняющихся к индивидуальному выполнению работы, составила 41,1%.

Однако делать выводы по данной гипотезе, основываясь на единственном вопросе, ее проверяющим, было бы поспешно. Поэтому для ее проверки, а также проверки других гипотез нами были заданы дополнительные вопросы, выявляющие определенные аспекты рассматриваемой проблематики. Так, на вопрос о наиболее комфортных условиях для ведения проекта 66,7% респондентов заявили, что хотели бы работать над проектом совместно с коллективом, и лишь 20,9% предпочли бы индивидуальную работу.

О личных же предпочтениях в проведении досуга в большой компании заявило 19,4% опрошенных представителей поколения Y. Большая часть респондентов (58,1%) предпочли бы досуг в кругу близких друзей и родственников. Вариант ответа «наедине с собой» был выбран 17,1% опрошенных.

Оценивая полученные результаты, мы видим, что в соответствии с ответами на конкретные вопросы о предпочтениях в индивидуализме и коллективизме респонденты разделились примерно поровну; 49,6% и 41,1% в первом вопросе и 19,4% и 17,1% во втором свидетельствует о приблизительно равных долях представителей поколения Y, склонных к индивидуализму и коллективизму. Результаты ответов на вопрос о склонностях респондентов в проектной деятельности (66,7% высказавшихся за совместную работу над проектом) следует отнести, прежде всего, к особенностям самой проектной деятельности, подразумевающей коллективную работу из-за необходимости выполнения различного функционала в процессе реализации проекта. Кроме того, само восприятие термина «проект» в обществе носит коллективный характер.

Таким образом, выдвинутая гипотеза «Представители поколения Y в большей степени склонны к индивидуализму, а не к коллективизму» была опровергнута. Однако примерно схожие результаты при проверке гипотезы говорят о достаточно высокой степени индивидуализма в обществе.

Другим важным аспектом склонности к индивидуализму-коллективизму является фактор места и условий работы, которому и посвящена следующая гипотеза нашего исследования: «Представители поколения Y в целом негативно относятся к традиционным формам работы». Так, 51,9% опрошенных предпочитают «традиционную карьеру», и лишь 24% стали бы фрилансерами (остальные 24% затруднились ответить на поставленный вопрос). Те же 51,9% предпочли бы традиционный способ работы удаленному, который является комфортным для 36,4% респондентов.

Суммируя, данная гипотеза также была опровергнута, однако количественные данные свидетельствуют о куда большей степени приверженности к «традиционным» формам осуществления работы, нежели «новым» – фрилансингу и удаленности рабочего процесса.

Еще одним аспектом склонности к индивидуализму-коллективизму в рабочем процессе является фактор профессиональной мобильности, отраженный в гипотезе:

«Представители поколения Y готовы к профессиональной мобильности». Для ее проверки были поставлены следующие вопросы: «Как часто вы готовы к смене места работы» и «Как часто вы готовы поменять сферу деятельности».

Результаты ответов по первому вопросу разделились примерно на равные части: 6,2% респондентов готовы менять место работы чаще, чем раз в год; 25,6% заявили о готовности к смене места работы в промежуток от года до трех лет; 20,0% опрошенных – реже трех лет и 31,0% не готовы менять место работы априори.

Примерно схожие результаты наблюдаются и при ответах на вопрос о смене сферы деятельности: 9,3% опрошенных готовы сменить сферу деятельности чаще, чем раз в год; 20,9% заявили о данной готовности в промежутке от года до трех; 19,4% готовы к смене сферы деятельности не чаще, чем раз в три года; и 34,1% не готовы к смене априори.

Анализируя полученные данные, можно сказать, что гипотеза подтвердилась, так как в целом всего около 30–35% опрошенных не готовы к смене сферы деятельности и места работы. Более того, 6,2% и 9,3% готовы к частой ее смене, что является относительно высоким процентальным соотношением и говорит о набирающих темп тенденциях к высокой готовности населения к профессиональной мобильности.

Следующей стороной изучения ценностных установок представителей поколения Y являются психологические аспекты трудовой деятельности «игреков». Для изучения данной проблемы были выдвинуты две гипотезы: «Представители поколения Y не готовы мириться с чувством дискомфорта при выполнении профессиональных обязанностей» и «Представители поколения Y получают большее удовольствие от процесса работы, нежели от ее результатов».

Для проверки первой гипотезы респонденты ответили на вопрос «Готовы ли вы тяжело трудиться для достижения поставленной цели?». Более 90% опрошенных заявили о своей готовности к тяжелому труду (61,2% выбрали вариант «да, готов» и 29,5% вариант «да, но в течение непродолжительного времени»). И лишь 1,6% не готовы тяжело трудиться ради поставленной цели. В следующем вопросе респондентам было предложено несколько вариантов ответа, а сам вопрос был сформулирован следующим образом: «Вы готовы терпеть чувство психологического дискомфорта ради ...?». Около 32% участников опроса (31,8%) заявили о неготовности терпеть чувство психологического дискомфорта априори. 34,9% респондентов выбрали вариант «ради большого заработка», 19,4% – «ради самореализации», 3,1% – «ради коммуникации» и 1,6% – «ради стабильного рабочего места».

Основываясь на полученных данных, делаем вывод, что гипотеза опровергнута. Более 90% опрошенных готовы тяжело трудиться для достижения поставленной цели на том или ином отрезке времени. Однако важно отметить, что 32% опрошенных заявили о неготовности терпеть чувство психологического дискомфорта, что приводит нас к выводу о разделении частью респондентов ощущений от «тяжелой» работы и чувства психологического дискомфорта.

Для проверки второй гипотезы были выдвинуты следующие вопросы: «Что для вас является главной целью деятельности, работы?», «Как вы считаете, следует ли человеку заниматься трудовой деятельностью для достижения счастья?» и «От чего вы получаете наибольшее удовольствие?»

В качестве главной цели деятельности, работы большинство респондентов (47,3%) выбрало получение удовольствия от процесса работы. 27,9% выбрали достаток, а

21,7% – самореализацию. Следует отметить, что вариант «общение, коммуникация» не был выбран ни одним из 129 участников опроса. На следующий вопрос о необходимости трудовой деятельности для достижения счастья более половины (52,7%) опрошенных представителей поколения Y заявило, что согласны с данным тезисом. 38,8%, напротив, не считают трудовую деятельность фактором, детерминирующим счастье человека. На завершающий вопрос «От чего вы получаете наибольшее удовольствие?» респонденты ответили следующим образом: 65,1% от проделанной работы и 27,1% непосредственно от результатов работы.

Суммируя основные психологические аспекты трудовой деятельности представителей поколения Y, важно отметить, что большинство респондентов данной когорты готовы к тяжелому труду, но треть опрошенных в то же время не готова испытывать чувство психологического дискомфорта. Результат проделанной работы для опрошенных все еще важнее получения удовольствия от процесса работы. Таким образом, вторая гипотеза опровергается, но тот факт, что достаточно большое и все увеличивающееся внимание «игреков» уделяется именно процессу работы, а не ее материальным результатам, не подвергается сомнению.

Еще одним не менее важным элементом исследования ценностных установок представителей поколения Y является изучение отношения к институту семьи. Гипотеза по данной проблематике была сформулирована следующим образом: «Институт семьи в целом теряет свою значимость в глазах представителей поколения Y».

Более 70% респондентов ответили утвердительно на первый вопрос, проверяющий вышеуказанную гипотезу: «Хотели бы вы в будущем создать свою семью?». Лишь 3,9% опрошенных ответили отрицательно, а 15,5% заявили, что уже имеют собственную семью.

При ответе на следующий вопрос «Сколько детей вы хотели бы иметь?» более половины респондентов (55,8%) хотели бы иметь двух-трех детей, 18,6% – одного, а 11,6% – более трех. При этом всего 3,9% опрошенных выбрало вариант «Не хотел(а) бы иметь детей».

На заключительный вопрос «Является ли наличие семьи необходимой составляющей счастливой жизни для вас?» ответы разделились следующим образом. Более половины (54,3%) опрошенных считают семью необходимым компонентом их счастливой жизни; 24,8% выбрали вариант «скорее да, считаю»; 10,1% скорее так не считают, и для 6,2% наличие семьи не является необходимым компонентом их счастливой жизни.

В итоге проверяемая гипотеза была опровергнута, так как более 85% опрошенных «игреков» хотели бы создать или уже имеют собственную семью, 68% опрошенных хотели бы иметь двух и более детей, а 80% считают наличие семьи необходимой составляющей их счастливой жизни. Таким образом, институт семьи все еще имеет исключительную важность и значение в глазах «игреков», а создание семьи является одной из главных форм социализации и самореализации человека в обществе.

Заключительный аспект изучения ценностных установок и ориентаций «игреков» связан с *их статусом в обществе*. Гипотеза, проверяемая в исследовании, звучит следующим образом: «Представители поколения Y не нуждаются в какой-либо форме подтверждения своего социального статуса».

Для проверки данной гипотезы участникам опроса было предложено ответить на 4 вопроса. Так, 36,4% утвердительно ответили на первый из них: «Важно ли для вас одобрение и уважение (социальное признание) других людей?»; 50,4% посчитали это важным, но

не необходимым; 7,8% респондентов выбрали вариант «скорее нет», и лишь 3,9% не считают одобрение и уважение со стороны других лиц важным для себя фактором.

При этом при ответе на вопрос «Важно ли для вас формальное подтверждение ваших заслуг» лишь 14,0% «игреков» выбрали вариант «Да, крайне важно»; 47,3% считают это важным, но не необходимым; 23,3% не уверены в этой необходимости, и 14,0% не считают формальное признание их заслуг важным для себя.

При ответе на следующий вопрос «Считаете ли вы себя самодостаточным человеком» результаты разделились следующим образом: 27,3% заявили «Да, считаю»; 40,3% склоняются к утвердительному ответу; 20,2% скорее так не думают и 8,5% не считают себя самодостаточным человеком.

На заключительный вопрос «Чье мнение наиболее авторитетно для вас?» респондентам в качестве ответа было предложено несколько вариантов. Так, для 74,4% игроков наибольшим авторитетом является семья, для 41,1% – друзья, для 34,1% – наставники, преподаватели, учителя. Мнение родственников и коллег является авторитетным для 20,2% опрошенных, выдающихся деятелей науки и культуры – 10,9%, кумиров – 3,9%, а блогеров – 3,1%. При этом 5,4% «игреков» заявили о том, что для них авторитетных мнений нет. Также важно отметить, что респонденты могли выбрать не более двух вариантов ответа на предложенный вопрос.

Анализируя полученные результаты, можем сделать вывод о том, что выдвинутая гипотеза вновь оказалась опровергнутой, так как для подавляющего большинства (86,8%) опрошенных «игреков» одобрение и уважение других людей является важным, а для 61,3% так же важным является формальное подтверждение их заслуг.

Подводя итоги, следует отметить, что представленные выше аксиологические особенности представителей поколения Y не являются исчерпывающими и не описывают все стороны и аспекты поведенческих и мировоззренческих установок «игреков», так же как и проведенное исследование, содержит куда более широкий список вопросов и гипотез по выявлению этих самых аспектов. Однако в данной работе было принято решение акцентироваться на наиболее важных, сущностных аспектах, детерминирующих терминальные ценности «игреков», что позволило сфокусироваться на изучении именно аксиологических факторов.

Также стоит отметить важнейшие характеристики проведенного социологического исследования, прямым образом влияющие на полученные результаты. Так, 68,8% респондентов являются представителями женского пола, а 50,4% опрошенных родились в период с 1998 по 2004 г. Таким образом, более половины опрошенных респондентов все еще находятся на стадии формирования и становления личности, а их мировоззренческие и поведенческие установки могут поменяться, причем коренным образом.

Более того, процессы социализации и формирования личности в современном мире растягиваются и продлеваются в связи с увеличением времени нахождения индивида в периоде подросткового созревания и когнитивного развития [6].

Список литературы

1. Глотов М. Б. Поколение как категория социологии // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 42–48.
2. Strauss W., Howe N. The Fourth Turning: An American Prophecy. New York: Broadway Books, 1997. 382 p.

3. Strauss W., Howe N. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Harper Collins, 1992. 544 p.
4. The Millennial Generation. Who they are and how GOP can connect with them. LifeCourse Associates, 2015. URL: https://www.lifecourse.com/assets/files/reports/CI_The_Millennial_Generation_04_2015.pdf (дата обращения: 14.07.2019).
5. Шамис Е. Дети, взрослые, образование и Теория поколений: стратегические выборы 2003–2023 годов. URL: <https://rugenerations.su/2015/06/13/%d0%b4%d0%b5%d1%82%d0%b8-%d0%b2%d0%b7%d1%80%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%8b%d0%b5-%d0%be%d0%b1%d1%80%d0%b0%d0%b7%d0%be%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%b5-%d0%b8-%d1%82%d0%b5%d0%be%d1%80%d0%b8%d1%8f-%d0%bf%d0%be/> (дата обращения: 11.07.2019).
6. Остаются ли люди подростками до 25? URL: <https://scientificrussia.ru/articles/uk-adulthood-attenuation> (дата обращения: 14.07.2019).

References

1. Glotov M. B. Pokolenie kak kategoriya sotsiologii. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2004, No. 10, pp. 42–48.
2. Strauss W., Howe N. *The Fourth Turning: An American Prophecy*. New York: Broadway Books, 1997. 382 p.
3. Strauss W., Howe N. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Harper Collins, 1992. 544 p.
4. The Millennial Generation. Who they are and how GOP can connect with them. LifeCourse Associates, 2015. URL: https://www.lifecourse.com/assets/files/reports/CI_The_Millennial_Generation_04_2015.pdf (accessed: 14.07.2019).
5. Shamis E. Deti, vzroslye, obrazovanie i Teoriya pokoleniy: strategicheskie vybory 2003–2023 godov. URL: <https://rugenerations.su/2015/06/13/%d0%b4%d0%b5%d1%82%d0%b8-%d0%b2%d0%b7%d1%80%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%8b%d0%b5-%d0%be%d0%b1%d1%80%d0%b0%d0%b7%d0%be%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%b5-%d0%b8-%d1%82%d0%b5%d0%be%d1%80%d0%b8%d1%8f-%d0%bf%d0%be/> (data ob-rashcheniya: 11.07.2019).
6. Ostayutsya li lyudi podrostkami do 25? URL: <https://scientificrussia.ru/articles/uk-adulthood-attenuation> (accessed: 14.07.2019).

Интернет-журнал
«Проблемы современного образования»
2019, № 5

Статья поступила в редакцию 11.07.2019

The article was received on 11.07.2019