

УДК 316.6

*А.В. Гаврилова***СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕНТАЛЬНОСТИ
«НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ»**

В статье представлены результаты эмпирического исследования социально-психологических особенностей ментальности представителей «нового поколения» (годы рождения после 2000 г.). Рассматривается классификация поколений, дается характеристика различных типов ментальности поколений. Эмпирически посредством методики измерения типа ментальности (В.И. Пищик) выявлено, что у представителей «нового поколения» доминирует инновационный тип ментальности, посредством методики *культурно-ценностный дифференциал* (Г.У. Солдатова и др.) выявлена ориентация представителей «нового поколения» на индивидуальные ценности, на изменения, на неподчинение власти. Пособием методики *направленность личности в общении* С.Л. Братченко выявлена альтероцентрическая направленность в общении представителей «нового поколения». Делается вывод о статистически значимых различиях в представлениях о групповых ценностных ориентациях «нового поколения», Бэби-Бумеров и X. а также о том, что дети, рожденные в 2000 г., в полной мере не относятся к «новому поколению», в классификации Н. Хоува и У. Штраусса – поколение Z, скорее, они представляют переходную группу, которой присущи черты и предыдущего, и последующего поколений.

Ключевые слова: «новое поколение», поколение Z, ментальность поколений, традиционная, инновационная, переходная, постинновационная ментальность, ценности поколения, направленность личности в общении.

Проблема изучения социально-психологических особенностей «нового поколения» (В.И. Пищик), или поколения Z (Н. Хоув, У. Штраусс), становится актуальной в связи со все возрастающей дистанцией в миропонимании, мироотношении поколений взрослых и растущих людей [1]. Сегодняшние старшеклассники возраста 15-16 лет – представители «нового поколения», или поколения Z, их ценности находятся в процессе формирования. За рубежом новое поколение именуют Generation Z, Generation M, Net Generation, Internet Generation, в России – поколением Z, новым поколением [2]. Изучая конфликт поколений, авторы пришли к выводу, что он обусловлен не разницей в возрасте, а различиями в ценностях. основополагающие ценности меняются с течением времени и напрямую зависят от политических и экономических событий, а также социальных и технических изменений и достижений общества в период становления подрастающего поколения, а также от бытующих в данном обществе и данное время практик воспитания. Каждое поколение живет под их неясным, неосознаваемым влиянием, поэтому разница в ценностях порождает трудности в общении и понимании между представителями поколений [3].

Выделяются различные критерии для классификации поколений: возрастной фактор, социальный контекст становления поколения; ценности, сформированные у представителей поколения до 12 лет; ментальность поколений, крупные события эпохальной значимости.

Мы будем использовать определение, предложенное В.И. Пищик: поколение – это группа представителей, рожденных в определенный период и объединенных переживаниями специфических исторических событий, и носителей типа ментальности [2; 11].

Ментальность предстает как сложная система совмещения значений, смыслов и ценностей, направляющих социально-психологические характеристики поколений. Ее проявления заметны на групповом уровне. Социально-психологические характеристики репрезентируют ее, включая в себя: ценностные ориентации (с направленностью индивидуализм/коллективизм), содержание категоризации образа мира, социальные представления, социальные установки, формы дискурса, направленность отношений и взаимодействий с социальной группой (доминирование, конформизма / неконформизма, уступчивость /самоутверждение, Я-концепция). На основе сопоставления социально-психологических характеристик В.И. Пищик определила четыре типа ментальности, трансформирующихся со временем жизни поколения: традиционная, инновационная, переходная и постинновационная. *Традиционная* ментальность представлена коллективистскими установками и ценностями, зависимыми представлениями своего «Я», ей присущи ценности красоты, природы, искусства, семейные и экзистенциальные смыслы, преобладает сотрудничающий – конвенциональный тип отношений к людям.

Инновационная ментальность имеет противоположенные параметры социально-психологических характеристик и ценностно-смысловые основания: независимые представления сво-

его «Я» и индивидуалистические ценностные ориентации, коммуникативные и гедонистические смыслы, ценности спокойствия в стране и мире, индивидуалистические установки, преобладание властно-лидирующего тип отношений к людям [4].

Расширяя и уточняя концепцию Н. Хоува и У. Штраусса, В.И. Пищик предлагает свое описание поколений в современной России.

1. «Бэби-Бумеры» (традиционные – носители традиционной ментальности) годы рождения 1946–1964 (период 18 лет).

2. «Неверящее поколение X» (переходные – носители переходной ментальности) годы рождения 1965–1983 (период 18 лет).

3. «Информационное поколение Y» (инновационные – носители инновационной ментальности) годы рождения 1984–1999 (период 15 лет).

4. «Новое поколение Z» (постинновационные – носители постинновационной ментальности) годы рождения 2000–2015. (период 15 лет). Общепринятые границы поколения Z в США 1991–2006, в Японии 1985–1992 [3], так как всеобщая компьютеризация, доступность сети интернет и мобильных технологий там появились гораздо раньше, в России – начиная с 2000-х гг. За рубежом представлено много исследований этого поколения, что связано с более ранним его приходом, и достаточным для его изучения временем.

Естественно, границы между поколениями могут быть размыты. Основанием для отделения одного поколения от другого могут стать последствия влияния крупных исторических событий на большинство генерации, родившейся на протяжении определенных десятилетий: современники (или участники, или свидетели) социальных процессов, под воздействием которых они формировались [5]. Некоторые авторы считают, что размытость границ поколений ограничена тремя годами. В этом случае годы 2000–2003 следует считать переходными; у детей, родившихся в эти годы, могут наблюдаться черты предыдущего поколения Y [6].

В отечественных эмпирических исследованиях проблема социально-психологических характеристик ментальности поколения Z разработана недостаточно. Рассматриваются психологические особенности самого поколения современных школьников (А.В. Сапа [7], А.В. Шамне [8]), современных студентов (Е.Р. Исаева [9]). Результаты исследований, выполненных в рамках психологии поколений, используются для решения прикладных задач: построения процесса обучения и взаимодействия между преподавателями и учащимися (А.В. Павлова [10]).

Наша задача – уточнение границ поколения Y и Z через определение доминирующего типа ментальности. Экспериментально было показано, что поколение Y – носитель инновационной ментальности [11], однако детей, рожденных в 2000 г. и позже, принято относить к поколению Z, у которого теоретически должна доминировать постинновационная ментальность. Однако эмпирически ментальность поколения Z не изучалась.

Объект и методы исследования

Цель исследования – определение особенностей ментальности поколения Z. Исследование проводилось на базе МБОУ СОШ №1 г. Азова. В нем приняли участие 120 учащихся 9 и 10 классов; возраст респондентов 15–16 лет – представители поколения Z. Для изучения особенностей их ментальности, ценностных оснований поколенческой идентичности и особенностей взаимодействия поколения Z мы использовали методику измерения типа ментальности по В.И. Пищик, позволяющую отнести респондента к одному из 4 типов: традиционной, инновационной, переходной, постинновационной; также культурно-ценностный дифференциал (Г.У. Солдатова, И.М. Кузнецов и С.В. Рыжова), выявляющий ценностные основания поколенческой идентичности, групповые ценностные ориентации в 4 сферах жизненной активности: ориентации на группу; на власть; друг на друга и – на изменения. Данную методику респонденты заполняли для представителей своего поколения и для представителей старших поколений Бэби-Бумеров и X. При изучении тенденций взаимодействия представителей «нового поколения» использовалась методика С.Л. Братченко «Направленность личности в общении», позволяющая выявить степень выраженности видов направленности личности в общении: диалогическую, авторитарную, альтероцентрическую, манипулятивную, индифферентную, конформную.

Использованы следующие методы математической и статистической обработки и представления полученных данных: определение достоверности различий с помощью U-тест по методу Манна и Уитни и критерию Крускалло – Уоллиса. При осуществлении математической обработки использовалась компьютерная программа статистического анализа и обработки SPSS v. 21.0.

Результаты и их обсуждение

Было показано, что респонденты «нового поколения» отнесли себя к определенным типам ментальности. Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

Процентное соотношение типов ментальности поколения Z

Традиционная	Инновационная	Переходная	Постинновационная
21,4 %	38,2 %	21,8 %	18,4 %

Заметна тенденция респондентов относить себя к инновационному типу ментальности; значимость различий между инновационным типом ментальности и всеми остальными типами – на уровне $p < 0,001$. Таким образом, у большинства подростков 15–16 лет, представителей поколения Z, обнаруживается инновационный тип ментальности (его характеристика дана выше). Можно говорить, что инновационная ментальность – доминирующий тип, сформировавшийся в современных социокультурных условиях. Однако немалое число респондентов отнесло себя и к другим типам ментальности, что говорит о процессах трансформации ментальности «нового поколения» (табл. 2). Для выявления особенностей ее трансформации подробно рассмотрим составляющие ментальности «нового поколения» на предмет согласований/рассогласований составляющих ментальности.

Таблица 2

Составляющие ментальности «нового поколения»

Составляющие структуры ментальности	Типы ментальности			
	традиционная	инновационная	переходная	постинновационная
особенности архетипов	29 %	18 %	34 %	17 %
особенности образа мира	7 %	56 %	19 %	17 %
особенности образа жизни	7 %	66 %	21 %	6 %
особенности стилей мышления	21 %	51 %	22 %	6 %
особенности отношений	51 %	19 %	13 %	17 %
особенности взаимодействий	11 %	65 %	11 %	12 %

Как видно из приведенной таблицы, в области архетипов преобладает переходная ментальность (значимость различий с инновационной и постинновационной ментальностями на уровне $p < 0,001$) и традиционная (однако различия с остальными типами незначимы).

В области особенностей образа мира, образа жизни, стилей мышления и взаимодействия преобладает инновационная ментальность (значимость различий с остальными типами ментальности на уровне $p < 0,001$).

В области особенностей отношений – традиционная (значимость различий с остальными типами ментальности на уровне $p < 0,001$).

Таким образом, инновационная ментальность в целом преобладает у «нового поколения». Трансформация ментальности особенно коснулась образа жизни, образа мира, стиля мышления и особенностей взаимодействия – здесь доминирует инновационный тип ментальности; однако в области архетипов и особенностей отношений преобладает еще традиционная ментальность, а в области архетипов еще и переходная, то есть глубинные структуры ментальности, такие, как архетипы; сложившаяся система отношений более традиционны. В целом, составляющие ментальности «нового поколения» достаточно согласованны.

Для дальнейшего расширения представлений об особенностях инновационного типа ментальности мы применили *Культурно-ценностный дифференциал*. Респонденты сравнивали свое «новое поколение» со старшим поколением Бэби-Бумеров и поколением X. Это позволило нам увидеть отличия в групповых ценностях «нового поколения».

Как видно на диаграмме (см. рис.), различия в представлениях о групповых ценностях своего собственного «нового поколения» или поколения Z и поколений Бэби-Бумеров и X коснулись представлений о групповых ценностных ориентациях в таких сферах жизненной активности, как ориентации на группу, ориентации на изменения и ориентации на власть.

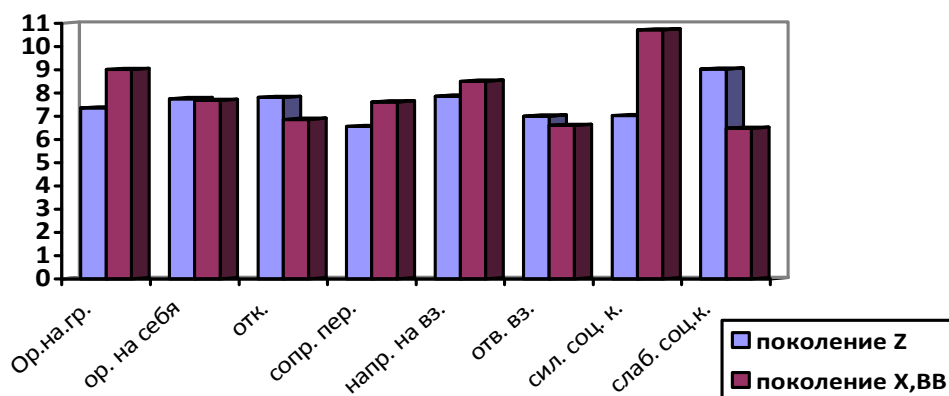


Рис. Диаграмма средних значений представления о групповых ценностях «нового поколения» и поколений Бэби-Бумеров и поколений X

Значимые различия ($p < 0,001$) выявились в представлениях «нового поколения» о такой коллективистской ценности, как ориентация на группу. В целом респонденты считают, что старшие поколения более ориентированы на группу, они склонны оказывать взаимовыручку, подчиняться и следовать традициям, чем их собственное поколение. Однако другой полюс шкалы – ориентация на себя – не выявил значимых различий в представлениях «нового поколения» о себе и о поколениях Бэби-Бумеров и X. Все три поколения, по мнению респондентов, достаточно самостоятельны, но при этом разобщены.

Значимые различия ($p < 0,001$) выявились в представлениях «нового поколения» о ценностной ориентации на изменения. Респонденты считают себя более открытыми к переменам; они устремлены в будущее и более склонны к риску, чем поколения Бэби-Бумеров и X, которые, по мнению респондентов, склонны сопротивляться переменам, устремлены в прошлое и осторожны.

Значимые различия ($p < 0,001$) выявились в представлениях «нового поколения» о такой ценности, как ориентация на власть. Респонденты считают, что они менее склонны подчиняться запретительным и регулирующим стандартам общества, они более своевольны, склонны не доверять власти, для них не так значимы власть и авторитет, как для представителей поколения Бэби-Бумеров и X. Напротив, старшие поколения в восприятии респондентов дисциплинированы, законопослушны, уважают власть.

По шкале ориентации друг на друга значимых различий не выявилось. В целом респонденты считают, что поколение Бэби-Бумеров и X более направлены на взаимодействие, миролюбивее, сердечнее, уступчивее, чем они сами. Себя они видят более холодными, соперничающими друг с другом.

Таким образом, респонденты видят свое поколение более индивидуалистичным, разобщенным, самостоятельным, открытым переменам, устремленным в будущее, склонным к риску, своевольным и не доверяющим власти и авторитетам. Напротив, поколения Бэби-Бумеров и X респонденты представляют как ориентированных на группу: старшие поколения оказывают взаимопомощь, подчиняются и следуют традициям, склонны сопротивляться переменам, устремлены в прошлое и осторожны, дисциплинированы, законопослушны, уважают власть.

Для более подробного изучения особенностей взаимодействия поколения Z была использована методика *диагностики направленности личности в общении*. Сравнительный анализ тенденций взаимодействия, которые склонны выбирать представители поколения Z, стиля отношения к партнеру и к себе, способа включения собственной личности во взаимодействия с другими можно увидеть в приведенной табл. 3.

Таблица 3

Процентное соотношение видов направленности личности в общении «нового поколения»

Виды направленности в общении					
авторитарная	манипулятивная	конформная	индифферентная	альтероцентрическая	диалогическая
17,7 %	20,3 %	20,6 %	15,6 %	21,8 %	3,7 %

У представителей «нового поколения» преобладает *альтероцентрическая направленность в общении*, в меньшей степени им присуща конформная и манипулятивная направленность (значимость различий по критерию Крускалло – Уоллиса $p < 0,001$). Респонденты с альтероцентрической направленностью ориентированы на партнера, на его цели, потребности и чувства. Они склонны стараться понять запросы другого и по-возможности их удовлетворить, готовы помочь, поддержать партнера. Их действия бескорыстны и альтруистичны, они могут думать о благополучии партнера больше, чем о своем собственном.

На втором месте по частоте предпочтения стоит конформная направленность, она связана с подчинением силе авторитета, иногда некритичностью, предпочтением соглашаться, а не противостоять, на «объектную» позицию для себя. Респонденты данной группы внушаемы, они способны отказаться от своей точки зрения и подстроиться под партнера, дабы избежать конфликта. Однако такой человек на самом деле не желает ни понимать другого, ни быть понятым им самим.

На третьем месте по частоте предпочтения стоит манипулятивная направленность. В этом случае объектом становится уже партнер, его используют как средство для достижения целей, и извлечения выгоды; это не отменяет понимания собеседника, учета его качеств, однако всё это используется только для собственной выгоды. Сам манипулятор старается скрыть свои истинные мотивы и чувства или же презентует себя так, чтобы партнер видел те качества, которые принесут успех во взаимодействии.

Выводы

Доминирующий тип ментальности у представителей «нового поколения» – это *инновационная ментальность*, которая доминирует также у поколения Y. Это может означать, что детей, рожденных в 2000 г. еще нельзя в полной мере отнести к поколению Z; скорее, они представляют собой переходную группу, которой присущи черты и предыдущего, и последующего поколений, что делает их более гибкими и приспособленными к жизни. *Инновационная ментальность* доминирует в образе жизни, образе мира, стиле мышления и особенностях взаимодействия. Ей присущи такие социально-психологические характеристики, как независимость от группы, нестабильность, континуум открытости опыту, индивидуализм.

Эти социально-психологические характеристики выявились и при использовании культурно-ценностного дифференциала: респонденты видят свое поколение более индивидуалистичным, разобщенным, самостоятельным, открытым переменам, устремленным в будущее, склонным к риску, своевольным и не доверяющим власти и авторитетам. Взаимоотношения внутри поколения более холодные, соперничающие.

Стало заметным противопоставление представителями «нового поколения» ценностей своего и более старших поколений Бэби-Бумеров и X. Старшие поколения, по мнению респондентов, более ориентированы на группу, оказывают взаимопомощь, подчиняются и следуют традициям, склонны сопротивляться переменам, устремлены в прошлое и осторожны, дисциплинированы, законопослушны, уважают власть.

Подобное противопоставление ценностей может негативно отражаться на взаимодействии представителей поколений как внутри семьи, так и, например, при педагогическом взаимодействии. Однако наличие в области архетипов и особенностей отношений *традиционной ментальности* с преобладающими ценностями семьи и здоровья, выбором миролюбивых, дружественных отношений, нацеленности на общее дело, а также переходной ментальности с ценностями самореализации в семье, общения с друзьями, несколько сближает «новое поколение» или поколение Z и поколения Бэби-Бумеров и X. Эти же данные подтверждает и *культурно-ценностный дифференциал*. Представители «нового поколения», Бэби-Бумеров и X ориентированы на взаимодействие, однако респонденты считают поколения Бэби-Бумеров и X более миролюбивыми, сердечными и уступчивыми, чем они сами.

Особенности отношений, присущие традиционной ментальности, такие, как миролюбие, сердечность и уступчивость подтвердились и в доминировании альтероцентрической направленности в общении у представителей «нового поколения». Взаимодействуя, они стремятся помочь и поддержать партнера, способствовать его развитию и благополучию.

Таким образом, изучая ментальность, социально-психологические особенности поколения Z, возможно нахождение точек соприкосновения для взаимопонимания, диалога поколений, межпоколенного взаимодействия, в том числе и в педагогическом пространстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фельдштейн Д.И. Психолого-педагогическая наука как ресурс развития современного социума // Психологическая наука и образование. 2012. № 1. С. 23.
2. Пищик В.И. Поколения: социально-психологический анализ ментальности // Социальная психология и общество. 2011. № 2. С. 80-88.
3. Howe N., Strauss W. Generations: The History of Americas Future, 1584 to 2069. N.Y.: Quill William Morrow, 1991.
4. Pishik V.I. "The loss" of generations' traditional subjectivity as the phenomenon of mentality transformation // Психологический журнал. 2010. Vol. 31. Issue 2. pp. 20-27
5. Семенова В.В. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии // Ю.А. Левада, Т. Шанин (ред.). Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. М.: НЛЮ, 2005.
6. Фуколова Ю. Игрек неизвестный // Журнал «Коммерсантъ Секрет Фирмы». 2014. № 6. С. 38 URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2483995>.
7. Сапа А.В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. 2014. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/pokolenie-z-pokolenie-epohi-fgos>.
8. Шамне А.В. Социально-психологические особенности современного отрочества (по итогам проведения фокус-групп с учителями) // Психологические исследования. 2014. Т. 7, № 35. С. 9. URL: <http://psystudy.ru>.
9. Исаева Е.Р. Новое поколение студентов: психологические особенности, учебная мотивация и трудности в процессе обучения первого курса // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. 2012. № 4 (15). URL: <http://medpsy.ru>.
10. Павлова Е.А. Особенности применения дистанционного обучения с учетом теории поколений // Вестник МПГУ. Сер. Информатика и информатизация образования. 2012. № 1 (23). С. 64-68.
11. Пищик В.И. Ментальность поколений: психологические исследования. Ростов-на-Дону: Изд-во РО ИПК и ПРО, 2010.

Поступила в редакцию 18.03.16

A.V. Gavrilova

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE "NEW GENERATION" MENTALITY

The article presents the results of empirical research on the socio-psychological characteristics of the mentality of the "new generation" representatives (birth years after 2000). The classification of generations is given; the different types of mentality of generations are described. Empirically, by the method of measuring the type of mentality (V.I. Pishchik) it was revealed that representatives of the "new generation" is dominated by an innovative type of mentality; by the method of cultural-value differential (G.U. Soldatova) the orientation of representatives of the "new generation" on individual values, as well as on changes and recusance was revealed. Through the method of individual orientation in communication by S.L. Bratchenko it was found that in the communication of the "new generation" representatives there exists an alterocentric orientation. It is concluded that there are statistically significant differences in the perception of group value orientations of the "new generation", baby boomers and X., as well as the fact that children born in the year 2000 do not fully belong to the "new generation" according to the classification by N. Howe and W. Shtrauss – generation Z; rather, they represent a transitional group which has the features both of previous and subsequent generations.

Keywords: "new generation", generation Z, mentality of generations, traditional, innovative, transitional, post-innovative mentality, values of generation, orientation of a person in communication.

Гаврилова Анна Валерьевна,
ассистент кафедры психологии образования

Академия психологии и педагогики
Южного федерального университета
214018, Россия, г. Ростов-на-Дону,
ул. Большая Садовая, 105/42
E-mail: anichka01@rambler.ru

Gavrilova A.V.,
assistant at Department of educational psychology
Academy of Psychology and Educational Sciences
Southern Federal University
Bolshaya Sadovaya st., 105/42, Rostov-on-Don,
Russia, 344006
E-mail: anichka01@rambler.ru