

Философско-антропологическая идентификация поколения «Y» в контексте теории поколений

Зубарева Светлана Сергеевна

Аспирант

Донской государственный технический университет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: lady.compas2010@yandex.ru

Дееспособный возраст россиян в 2016 году делился на четыре основных поколения, в контексте теории поколений, разработанной на основе трудов различных авторов и мыслителей: от древних писателей, как Полибий и Ибн Хальдун, до относительно современных социальных теоретиков, как Хосе Ортега-и-Гассет, Карл Маннгейм, Джон Стюарт Милль, Эмиль Литтре, Огюст Конт и Франсуа Мантре, поколение определялось как самостоятельная группа, которая обобщает года рождения, возраст и значительные события в жизни на критических этапах развития. Философско-антропологический анализ культурно-философских аспектов проблем личностной идентификации поколений народонаселения, ментальных характеристик в межпоколенческих процессах и определение смысловых значений менталитета молодого активного поколения представляется актуальным во многих отношениях.

Согласно теории поколений, разработанной американскими исследователями Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом в конце XX века, ценностей представителей разных исторических периодов существенно различаются. Ученые связывают это с тем, что ценности индивидов формируются не только в результате семейного воспитания, но и под влиянием социально-экономических явлений. В зависимости от периода отрочества социологи разделили поколения на группы, XYZ соответственно. Идентифицировать поколение представляется возможным, если оно соответствует трем критериям. Во-первых, представители одного поколения разделяют одну историческую эпоху: они сталкиваются с одинаковыми ключевыми историческими событиями и социальными веяниями, находясь на тех же жизненных фазах. Во-вторых, они разделяют определенные общие убеждения и модели поведения. В-третьих, зная об опыте и особенностях, которые они разделяют со своими ровесниками, представители одного поколения также будут разделять и чувство принадлежности к данному поколению [3].

Наиболее интересным сегодня с точки зрения социально-гуманитарных наук является поколение «Y», так как самым старшим из них сегодня около 34 лет, у большинства из них есть семьи и некоторые из них уже стали примером для нового поколения «Z», самым юным же всего 16, они только стоят на пороге новых жизненных открытий и приобретения обыденного опыта. Формирование ценностей поколения «Y» проходило под влиянием таких событий как распад СССР, теракты и военные конфликты, всемирная коммерческая глобализация и развитие цифровых технологий.

Для современного представителя Поколения Y появляется возможность выбирать в виртуальном пространстве наиболее подходящий контекст и медийные площадки для вступления в сетевое сообщество. Обратим внимание на то, что представители данного поколения отдадут предпочтение персонифицированным медиа, обладающим высоким уровнем социального сервиса, что обуславливает стремление к индивидуализму, наличие высоких потребностей в самореализации, самопрезентации и стремление к комфорту.

Особенность вторичной социализации Поколения Y, по Эриксону, состоит в том, что, начавшись на стадии отрочества с приобретения навыков в общении, поведении и различных стратегических действий, она продолжается в виде самостоятельной генерации контента в киберпространстве. Осуществлять динамичную выработку новых паттернов

взаимодействия со средой и поиск лично-ориентированных смыслов [2]. Представители Поколения «Y» легко приспосабливаются к новым условиям, готовы к переменам, способны быстро развиваться и решать несколько задач одновременно. Чтобы привлечь внимание современной молодежи необходимо выступить ориентиром на успех и предложить современному поколению свое представление об успехе, став его источником. Помимо этого, необходимо оказывать помощь современному поколению при определении целей и ценностей с помощью различных критичных методик. При подаче информации обращенной к Поколению «Y» рекомендуется использовать нестандартный, креативный подход, а также учитывать вовлеченность современного поколения в поп-культуру [1].

В заключение отметим, что изучение картины мира поколения «Y» приобретает возрастающую актуальность в условиях трансформации личностной идентификации данного поколения в социокультурологическом пространстве и способов взаимодействия различных поколений. Среди наиболее существенного качественного изменения Поколения Y: столкновение принципиально различных подходов к информационному контенту; усиление групповой солидарности, основанной на групповых интересах; создание форм публичного подтверждения успеха, особенно проявившихся в социальных сетях. Предоставляя для этого альтернативные возможности и легализуя новые модели поведения и мышления.

Конфликт между представителями между поколениями вызывает живой интерес у современного общества. И это обусловлено тем, что это самобытное и интересное явление. «Поколение Y» вызывают пристальный интерес и у педагогов, работодателей и других представителей бизнес-индустрии. Данной проблеме посвящают мастер-классы, коучинги и HR-конференции, вот почему данная тема нуждается в философско-антропологическом анализе.

Источники и литература

- 1) Пазина Л.О., Зубарева С.С. Феномен инкультурации «поколения y» в виртуальной реальности //Гуманитарные и социальные науки - 2015. - № 4
- 2) Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. — М.: Прогресс, 1996.
- 3) Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y., 1991.