

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»
Факультет гуманітарних наук
Кафедра культурології



Курсова робота
освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр
на тему:
**«Концепція теорії поколінь Н. Хоува и В. Штрауса
її критика та образ сучасної молоді на прикладі покоління Z»**

Спеціальність – культурологія
Виконала студентка – ФГН-3.
Яцук Олександра Іванівна.

Науковий керівник:
Івашина О.О.
Старший викладач

М. Київ - 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. Історичне підґрунтя формування теорії поколінь Н. Штрауса і В. Хоува та її критика.....	
РОЗДІЛ 2. Образ покоління Z в умовах кіберреальності.....	
Підрозділ 2.1. Соціальна нестабільність як характерна риса молоді покоління Z.....	
РОЗДІЛ 3. Адаптивність та переваги покоління Z по відношенню до сучасного технологічного світу.....	
ВИСНОВКИ.....	
БІБЛІОГРАФІЯ.....	

ВСТУП

Актуальність.

Ця курсова робота на тему «Концепція теорії поколінь Н. Хоува и В. Штрауса її критика та образ сучасної молоді на прикладі покоління Z» являється достатньо актуальною, тому що в ній розглядаються питання, які пояснюють специфіку сучасних молодих людей, що зветься поколінням Z (1995–2012 рр).

Загалом теорія поколінь користується своєрідним попитом, не дивлячись на «не науковість», тому з нашого боку важливим проясненням є те, що це подано критично і як одна з можливих версій. Роз'яснення з нашого боку є необхідним для розуміння сучасних тенденцій. Курсова загалом фокусується на трьох основних шаблях: це теорія поколінь Н.Штрауса і В. Хоува, збірний образ покоління Z, включаючи специфічні тенденції, а також, переваги цього ж покоління відносно інших поколінь в умовах інформаційної сучасності. Наша проблематика актуалізує теорію поколінь з не очевидного боку, подаючи інформацію як допоміжну, аби спробувати краще зрозуміти інформаційне покоління. Що може бути актуальніше ніж аналіз особливостей сучасного покоління, яке вже сьогодні творить історію?

Ступінь наукової розробки.

Варто сказати, що в кожному розділі притаманна своя проблематика і аби систематизувати всі розділи проведемо перелік науковців, що вклалися в тему наших досліджень. В першому розділі мова йде про теоретичне обґрунтування теорії поколінь, її історичну передумову, шлях становлення та

результат в завершеній версії досліджень Н. Штрауса і В. Хоува. В цьому нам допомагають такі дослідники цієї теми: Зайцева Н.А, яка зуміла досягнути значний матеріал і розписала подробиці історичного шляху теорії поколінь, Оксана Лютак, яка розібралася в діяльності Н. Штрауса і В. Хоува та їхній головній праці, Ростова А.Т., вона змогла проаналізувати теорію циклічності та сезонні архетипи, які два автори (Штраус і Хоув) зробили центральними в описі своєї теорії, Попов А.Т в нашому викладі зосередився на критиці теорії поколінь Н. Штрауса і В. Хоува, а також на провальному застосуванні цієї теорії на практиці. В другому розділі, який описує образ інтернет покоління, корисними виявилися досліді Сапи А.В, яка достатньо конкретно описала буденність, звички та специфічну кліповість, що характерна для покоління Z, Франко Б. взяв на себе завдання пояснити причину нестачі часу та проблеми концентрації уваги та Маргарет Мід, яка виявила різні часові типи культури, що співвідносяться і з сучасними умовами існування людини. В третьому розділі нам на допомогу ідуть такі дослідники: Сітнікова І.О вона розписує в чому особливість колективного мислення інтернет покоління, їхньої мотивації до самореалізації, пан Сіткар В.І. же описує в чому специфіка повального занурення в кіберпростір, які переваги цієї реальності, Г. Шульце зосереджується в нашій роботі на доволі цікавій темі і характеризує суспільство вражень, яке ми намагаємося пов'язати з поколінням Z в нашій роботі, також Воржакова Ю. допомагає прояснити проблематику покоління інтернету на робочому місці, перелічуючи певні ознаки успіху та майбутніх невдач.

Об'єкт і предмет.

Об'єктом нашого дослідження є покоління Z, як «новий» прояв самотності, який потребує чіткого аналізу і роз'яснень.

Народжені в період оновлення соціальних цінностей інтернет покоління переживає непрості часи, що припадають на їхнє становлення, маємо необхідність дослідити цей феномен.

Предметом цієї курсової є сама теорія поколінь і місце окремого покоління Z в ній, як головна «площадка» для самовизначення та ролі, яку гіпотетично створили Н. Штраус і В. Хоув на прикладі Сполучених Штатів Америки.

Мета і завдання.

Метою цієї курсової є визначити самотність кожного покоління, тому зосередившись саме на прикладі образу покоління Z маємо на меті продемонструвати це якнайбільше. Самотність означає особливість сприйняття, психологічну і чуттєву зміну мислення і цінностей. Наступною нашою метою ми визначаємо спробувати описати покоління Z як органічний етап в колії поколінь і створити якомога логічніший опис їхніх рис. Нашим завданням є знайти визначні поведінково-психологічні ознаки інформаційного покоління, які зможуть розповісти про їх мислення набагато глибше, ніж простий перелік особливостей. Слідуючою метою ми ставимо собі визначити чіткі переваги Z покоління в умовах високотехнічного світу, ці риси будуть описані як об'єктивні і структуровані в тексті. Нашим завданням ми визначаємо описати історичний ланцюжок становлення теорії поколінь аби чітко зрозуміти як ідея циклічності історії реалізувала себе.

Метод.

Метод – аналітичний. Ми будемо аналізувати теорію поколінь в

образі обраного нами представника покоління Z, спробуємо створити збірний опис. Діахронічний – ми будемо розглядати історію становлення теорії поколінь крізь дослідження різних теоретиків минулого та зосередимось на теорії В. Штрауса і Н. Хоува. Гіпотетичний метод – в останньому розділі ми зосереджуємося на ймовірностях та відомим нам рисам аби створити далекоглядні припущення щодо майбутнього, дорослого життя покоління Z. Цей метод ми використовуємо практично у всій курсовій роботі.

Структура роботи.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, одного підрозділу з другого розділу, висновків та бібліографії.

РОЗДІЛ 1. Історичне підґрунтя формування теорії поколінь Н. Штрауса і В. Хоува та її критика.

Після переходу в нове тисячоліття світ став набувати своєї постійної форми в умовах безперестанного цифрового розвитку. Один з першочергових факторів, що вплинули на сучасне капіталістичне суспільство та на світосприйняття новонароджених поколінь є глобалізація.

Глобалізація представляє з себе всесвітню інтеграцію, її можна тлумачити як значну доступність матеріальних та інформаційних можливостей. Глобалізація це не лише обмін та симбіоз виявів різних культур, це стосується також певної домінантності країн, які диктують масову культуру іншим, менш розвинутим територіям¹. Глобалізація стала тим вирішальним чинником, який відкрив доступ до товарів зі всього світу завдяки винаходу Малькольма Макліна в 1956 році. Він створив ефективну контейнерну систему транспортування товарів, яка коштувала дешевше і перевозила більше, однак, не лише це сформувало глобалізацію, також швидкісному перевезенню сприяла інтермодальність транспортування товарів (раціональніше транспортування шляхом продумування всіх рівнів перевезення в безпечному для товару контейнері «від дверей до дверей»). Звичайно, посприяв встановленню глобалізації не лише Малькольм Маклін, він представлений як яскравий приклад частки оновлень того періоду, однак, разом ці невеликі зміни подарували людству товаро доступність та специфічний інформаційний плюралізм в умовах капіталізму. Технологічність потребувала часу. Світ доволі відчутно змінився зі збільшенням

¹ Вплив глобалізації на розвиток локальних цивілізацій: ключові аспекти / О. Коппель, Ю. Цирфа // Віче. - 2010. - № 17. С. 33-34.

«машинного» оточення в житті людини, з часом ця різниця закоренилася в свідомості і створила нове сприйняття реальності.

Наразі варто розглянути теорію поколінь та її критику, які разом допоможуть структурувати і визначити процес, як і за допомогою чого цінності кожного покоління формуються.

Роздуми щодо певної закономірності та специфічного зв'язку між поколіннями турбувала людей ще з періоду Середньовіччя. Можна сказати, що саме про циклічність як повторювану модель поколінь заговорив одним із перших арабський мислитель Абдуррахман ібн Хальдун, він придумав символічний зразок з 4 поколінь для опису історії державних династій, це були: засновник, продовжувач (син засновника), імітатор та руйнівник (правнук). Це було практично плинним першопочатком винайдення «циклічної теорії», тематику якої продовжив аналізувати італійський філософ Нового часу Джамбатіста Віко, він висунув власну версію доволі просвітницьких на той час принципів, які визначали покоління як раціональне і природне оновлення людства на шляху до саморозвитку². З часом його наступник італійський історик Джузеппе Ферарі винайшов найбільш близьку до сучасної теорії поколінь модель, вона складала близько 110-120 років і включала в себе 4 покоління: попередники, революціонери, реакціонери та завершувачі.

Всі ці версії, які різнилися між собою мали важливу роль для подальшого аналізу і що цікаво, більшість з дослідників виявляли економічні чинники як ті, що серйозно впливають на цінності певного покоління. Якщо говорити про теорію, яка б могла

² Зайцева Н. А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. [Електронний ресурс]: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/teoriya-pokoleniy-m-razn-e-ili-odinakov-e%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/teoriya-pokoleniy-m-razn-e-ili-odinakov-e%20(1).pdf) с.

грунтовно описати протиріччя між батьками і дітьми, доволі детально розглянути періодичну закономірність і також, не оминати питання подібних цінностей у людей одного покоління, то варто розглянути саме теорію поколінь Хоува і Штрауса. Цю теорію створили два незалежних «аматори» Вільям Штраус (історик, драматург) та Ніл Хоув (економіст та демограф), оскільки одночасно виявили зацікавленість до тематики «конфлікту поколінь». Дослідники обрали для розгляду саме сучасні і близькі до них покоління, а як площину для аналізу Сполучені Штати Америки з належною їй історією, вони описали свої дослідження в книзі «Покоління» (1991р.), а через 6 років випустили ще одну книгу «Четверте перетворення», яка більш детально розповідала про циклічність поколінь³.

В продовж їх аналізу вони виявили таку особливість, що історія розвивається циклічно, і повторюється кожні 80-90 років, скільки приблизно і триває одне людське життя, разом з цим цей цикл ділиться на чотири періоди, які не схожі один на інший. Цікаво, що вони вирізняли серед найголовніших впливів на цінності кожного покоління такі умови як: виховання в сім'ї, макроекономічні та політичні події. Хоув і Штраус виділяли ці фактори, як ті, що будують модель поведінки людини по відношенню до будь якої сфери буття, і формуються ці поведінкові паттерни до 11-12 років. Автори теорії створюють 4 образи, які являють певне збірно-символічне уявлення про кожне з поколінь Америки, починаючи від періоду Великої Депресії до сучасності. Покоління перечислюють таким чином: будівники (1903-1923) або GI, загублене або мовчазне покоління (1923-1943), бекі-бумери (1943–1963), покоління X (1964–1984), покоління міленіалів (Y)

³ Оксана Лютак. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ У КОНСУЛЬТУВАННІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ/№ 23. 2019. [Електронний ресурс]: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/3929-11587-1-SM.pdf> с. 95-96.

(1983–2003) та покоління зет (Z) (1995–2012 рр). Окрім цього виявляють певних осіб, які народилися в період між двома поколіннями (тобто ± 3 роки від межі певного періоду), їх називають прикордонниками, для них характерна значна адаптивність та гнучкість, оскільки їхнім цінностям притаманні риси одразу двох поколінь.

Щодо теоретичної бази досліджень, Хоув і Штраус пояснюють, що соціальні покоління, як ті народилися в інтервалі 20-25 років мають конкретні спільні ознаки: вірування та моделі поведінки, вікове положення і почуття причетності до певного покоління. Ці ознаки формують те, що називається належність до певної вікової групи та характеризують більш вірогідну прихильність одного члена покоління до іншого. Основне місце в теорії поколінь приділяють ідеї двох протилежних періодів – кризи і підйому. Криза є уособленням часу потрясінь, коли суспільство концентрується на перебудуванні інститутів та суспільної поведінки. Криза та масштабні загрози людству формують потребу в компромісах, активізують етику самопожертви, а також період кризи навчає цінити інститути народного порядку. Натомість же підйом характеризується культурними та релігійними змінами, в цей період суспільство має тенденцію працювати над своїм «внутрішнім світом», поведінкою та системою цінностей. Для часу піднесення типовою є етика індивідуалізму, з'являються нові соціальні течії та духовні ідеали, які активізують нападки та сумніви в бік інституту порядку⁴.

Автори теорії підмітили, що існує певна циклічність і темп в періодичності підйомів та криз. Вони роблять таке виокремлення

⁴ Ростова, А. Т. Циклическое воспроизводство социальных тенденций в теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува / Ростова А. Т. // *Juvenis scientia*. – 2018. – № 7. – С. 33-35.

властивостей: індивіди, що були дітьми в період повноцінної кризи чи підйому називають рецесивними, оскільки у них закріплюється залежна роль, напроти же покоління, яке дорослішало під час активної кризи чи підйому називають домінантним, оскільки у них закріпилося залучене відношення до уроків епохи. Наступним пунктом в теорії Штрауса і Хоува було створення певних архетипових моделей, їх буде всього чотири, як і поколінь. Важливо підмітити, що покоління, які належали до одного архетипу розділяли не лише спільний вік, але і фундаментальні поведінкові установи по відношенню до культури, сім'ї, ризику, також їхня громадянська позиція, картина світу та цінності будуть достатньо схожими. Дослідники виділяють таку відповідь на питання, чому цикли повторюються щоразу, на їхню думку, молоде покоління завжди намагається виправити чи компенсувати такі риси їхніх батьків, які занадто абсолютизовані та являються «надмірними» за своєю суттю. Виходячи з цього, люди які сформовані за певним архетипом виховують особу з протилежним їм архетипом. Дослідники пояснюють цей момент таким чином, що батьки і діти не схожі один на одного, більше спільного діти мають з поколінням, що виховувало і формувало їхніх батьків, якраз за цією тенденцією до змін. Ці ж архетипи звучать таким чином: ідеаліст, реагуючий, громадянин та адаптивний. В подальшому ці формулювання дещо видозмінювалися і вже в книзі «Четвертий поворот» (1997) терміни оновилися за цією схемою: пророк, мандрівник, герой і художник. Перейдемо до детального розгляду архетипів.

Покоління художник народжується в часи кризи, тоді коли значуща небезпека людства дещо згладжується соціальними і політичними труднощами та компромісами на користь суспільства

і панує етика самопожертви. Дане покоління вважається рецесивним (приховані ознаки), до цього архетипу відносять мовчазне покоління (1923-1943) та покоління Z (2001–2020). Покоління пророків вважається домінантним, для них характерним є народження після кризи і залучення до відбудування суспільного життя, вони принципові моралісти та ідеалісти війни, бебі-бумерів (1943-1963) приписують до архетипу пророку. Покоління мандрівників народжується в часи підйому, оновлення соціальних ідеалів та духовних пріоритетів, коли інститути порядку активно страждають від нападів. У період дорослішання мандрівники потрапляють у нестабільний час, що чергується спадами та підйомами, що формує у них ранню відповідальність та прагматичність у веденні справ в дорослому віці. Ці люди являють собою проникливих реалістів, а їхнім аналогом є покоління ікс (1964–1984). Особливість покоління героїв в тому, що вони формуються після періоду активного підйому, коли панує індивідуальний прагматизм та політика невторчання. Герої покоління доволі дієві, вони частіше працюють на користь суспільства, як будівники нових інститутів або як безпосередні члени формування технологій і моделі «кращого колективного майбутнього». Прикладом покоління героїв являються покоління міленіум та будівників. Цікавий факт, що для держав, які отримали серйозні наслідки від світових воєн (такі як СРСР) теорія поколінь дещо зміщується на 5-10 років у порівнянні з Америкою, оскільки на відбудування держав потребувалося більше часу⁵.

Концепція авторів Штрауса і Хоува накликала безліч критичних оцінок. Досить ілюзорною є періодизація поколінь - їх тривалість

⁵ Теж саме, Ростова, А. Т. Циклическое воспроизводство социальных тенденций в теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува. С.33-35

в 20 років погано корелює з історією - великі події в світі і відповідні їм покоління погано вписуються в 20 років, «велика депресія» тривала «всього» 10 років, а друга світова війна тим паче ще менше. Деякі періоди включали в себе дуже багато трагічних подій, тоді коли в цей час сформувалося кілька поколінь. Автори мало спиралися на емпіричні, соціологічні дослідження, їх висновки в значній мірі «pop-culture», художня фантазія. Особливо охоче автори присвоювали поколінням характеристики їх архетипів - «герої, художники, пророки, мандрівники». Якраз через символічність їх визначень теорія поколінь і характеристики поколінь були з ентузіазмом підхоплені маркетинговими і рекламними фахівцями - їх було зручно трансформувати в рекламні слогани, хоча перевірити ці «рисні поколінь» на практиці непросто. Найчастіше пропонується портрет споживача і найманого працівника серед можливих «влучних» образів. Соціологічне, філософське, культурологічне осмислення теми ще не відбувається в тій сфері.

Проблеми виникають при спробах перенести опис та аналіз поведінки поколінь з Америки в інші країни. Хоча теорія поколінь, розроблена Хоув і Штраусом, заснована на вивченні англо-американської історії, вона стала застосовуватися в деяких інших країнах, в тому числі в Росії. «Теорію поколінь після США спочатку перевірили в ПАР (Південно-Африканська Республіка), потім в країнах «азіатських тигрів», а потім в Європі і Російській Федерації. Моральні стандарти та цінності у всіх країнах ідентичні. Справа в тому що є ключові події і явища в світі (поява інтернету, поширення мобільного зв'язку), спільні для багатьох країн, вони допомагають сформувати певний міжнародний збірний образ покоління.

У Росії більше, ніж де-небудь, теорію поколінь стали застосовувати на практиці маркетологи, фахівці з реклами та зв'язків з громадськістю і HR-менеджери, там дану теорію поколінь адаптувала команда під керівництвом науковців Євгенії Шамис та Олексія Антипова. З тематики теорії поколінь доволі жваво проводять конференції, навчальні семінари, пишуть статті і посібники про те, «як залучити на купівельний ринок «Бєбі-бумерів», «чого хоче від роботи покоління Y» і т. д. Поряд з активними розповсюджувачами концепції поколінь в практиці маркетингу і реклами існують і критики нестримного застосування «теорії поколінь», зокрема, при підборі кадрів. Наприклад, Ірина Ходарева, менеджер по персоналу «Тіблена-Груп», вважає: «Частково можна до цієї теорії прислухатися, але в чистому вигляді на практиці ми її не застосовуємо. Вона занадто узагальнює цілі пласти людей, не враховуючи ні психологічний тип, ні темперамент, ні особисті мотиви і соціальні пріоритети»⁶. В Україні також ця теорія була адаптована спеціалістами з компанії pro. Мова під керівництвом Вікторії Бріндзи⁷.

Загальна проблема адаптації американських періодів поколінь до будь-яких інших реалій полягає в тому, що у Хоува і Штрауса при тривалості покоління близько 20 років «формативний» період особистості становить близько семи років, який можна вклинити в будь-яку ділянку двадцятиріччя, таким чином пов'язуючи становлення особистості з тією чи іншою важливою історичною подією автори достатньо вільно описують період «формування цінностей», тобто соціалізації. Тоді як концепція соціалізації (розвинена, зокрема, З. Фрейдом, Ж. Піаже, Л. Виготським, Е.

⁶ Попов Н.П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы?

// Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. С.312 – 313..

⁷ В.О. Заболотна. Феномен лояльності персоналу в контексті різних поколінь "кафедра соціальної психології Київського університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна" / В.О. Заболотна., 2015. С.71.

Еріксона, Л. Колбергом і ін.) визначає, що важливі аспекти соціалізації, такі як засвоєння цінностей і соціальних правил, а тим більше політична соціалізація, починаються в 11 років і тривають до 15 років і пізніше. Крім того, процес соціалізації, очевидно, зрушено до кінця періоду поколінь, він пов'язаний з подіями другої половини циклу покоління, більш того, він фактично вклинюється в першу половину наступного покоління⁸.

Говорячи об'єктивно, теорія поколінь не є винаходом досконалим, і з багатьох точок зору її просто не можна сприймати як наукову теорію. Історичний аспект і саме твердження, що історія розвивається циклічно і в передбачуваних часових рамках обурює науковців з факультетів історичних наук. Досліди теорії поколінь за задумом Штрауса і Хоува проводилися не так давно, в кінці ХХ сторіччя активно виходили їхні письмові праці, які базувалися на історичному досвіді Сполучених Штатів Америки починаючи з ХХ століття. Одним зі слабких місць цієї теорії, називають її зацикленість на певних цивілізаційних умовах, в основному в теорії як представника дослідів зображали середній клас Сполучених Штатів Америки, тому велика вірогідність в інших умовах, іншої держави ця теорія просто не буде ефективною⁹. З іншого боку, ця теорія все ж заслуговує на існування, але не в академічних колах, а в більш глобальних і не чітких сферах, для приблизного опису мотивів поведінки людей, на кшталт соціологічних, кадрових, освітніх чи професійних моделей. Це те, з чим ця теорія може впоратись, на відміну від врахування індивідуальних особливостей кожної людини, які

⁸ Повтор, Попов Н.П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? С. 315-316.

⁹ Ю.В. Асташова. ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ В МАРКЕТИНГЕ : спец. УДК 658.8 + 658 "Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»". С. 110.

зводять всю стереотипізацію та узагальнення цієї теорії на ні¹⁰.

Надалі в цій роботі ми зосередимось на поколінні зет (Z), оскільки це покоління являє собою яскравий приклад взаємодії з технологічною буденністю та прогресом практично з народження. Це покоління дорослішає вже за період, коли гіперпопит, гіперстрес та гіперкомунікативність стали нормою, тому важливим буде підмити, що саме покоління Z (термін взято з теорії поколінь) в порівнянні з іншими поколіннями комфортніше і органічніше відчуває себе в цій «інформаційній системі». Ця різниця між поколіннями є достатньо значущою, тому що на сьогодні інтернет розповсюдився на всі сфери життя сучасної людини, відтепер індивіди, що належать до цих поколінь стикаються з новими труднощами і форматом проблем, які до цього не були буденними для їхніх батьків, що формує певну прогалину в їх розумінні і безперечну самотність цього покоління.

РОЗДІЛ 2. Образ покоління Z в умовах кіберреальності.

Якщо говорити про покоління Z, то неодмінно можна виділити певні чинники, які вирізняють це покоління серед інших. На покоління зет впливали політичні, макроекономічні чинники та умови в сім'ї, ці явища являються спільними і базовими для всіх поколінь, але лише на цьому рівні пізнання можна простежити яким чином покоління Z стало тим, яким воно представлене сьогодні. Варто сказати, що періодичність у визначенні меж цифрового покоління різниться між дослідниками, але головна

¹⁰ К. М. Шах, І. М. Зарішняк. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ПОКОЛІННЯ Z : спец. УДК 378.147:004. С. 213.

ідея в тому, що народилися вони вже після появи інтернету¹¹. Дослідники Штраус і Хоув стверджують, що ця система циклічна, з кожним п'ятим поколінням цінності представників поколінь повторюються. Виходячи з цього, можна стверджувати, що покоління зет має спільні цінності з мовчазним поколінням. Аби краще опанувати теоретичний матеріал, варто окремо розглянути, які значні обставини вплинули на шлях становлення цього покоління. В цьому розділі будуть описані фактори, які на сьогоднішній день ще формуються і являються наслідками взаємодії з кіберпростором для покоління Z, це допоможе нам створити певний збірний образ всього покоління. Серед цих факторів будуть представлені: вплив інтернету, інформаційне перенасичення, специфіка кліпового мислення, втрати уваги, соціальна депривація та інші.

Покоління Z (1995–2012 рр.) вийшло у світ не так давно, на сьогоднішній день його представниками являються підлітки, які не дивлячись на вік опановують інформацію набагато ефективніше та формують власні переконання про світ раніше ніж це робили їхні батьки. Щодо умов, в яких народилося це покоління, то можна сказати, що їхнє зростання припало на час криз, воєнних конфліктів, політичних, соціальних та загалом глобальних змін, тобто в час нестабільний. Вірним буде сказати, що це покоління набагато гірше сформувало чітке співвідношення себе з соціумом, ніж всі їхні попередники, однак, це не є патологією. Подібний феномен являється наслідком раннього втручання кіберпростору в життя людини та реакцією на щоденне співіснування в інтернеті. Для покоління зет інтернет взяв на себе одну з важливих ролей дослідження навколишнього світу на

¹¹ Коростіль Л. А. Покоління Z: пошук способів педагогічної взаємодії / Л. А. Коростіль // Народна освіта. - 2018. - Вип. 1. - С. 82-88. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NarOsv_2018_1_11

ранньому етапі становлення особистості, і тим самим він «обрізає» та замінив собою своєчасні чуттєві та сенсорні форми пізнання, такі як візуальний, тактильний контакти, що безсумнівно викликає проблеми в сфері комунікацій та розумінні власних почуттів. Кіберпростір не лише взяв під контроль час та увагу сучасних підлітків, він також зумів забезпечити їх «життєдіяльність», саме тому тінейджери так відчайдушно прагнуть повернути смартфон, якщо його, наприклад, забрали батьки, інтернет як уявний простір, що існує в реальності зміг технологічно задовільнити базові людські потреби і виконувати елементарні функції, які в мережі реалізуються набагато легше і швидше¹².

Покоління Z - діти мультимедійних технологій. Це покоління, яке було народжене в високошвидкісному інформаційному суспільстві. Іноді покоління Z називають англomовним терміном Digital Native («Цифрова Людина»), тоді як їх батьків називають «Digital Immigrant» («Цифровий імігрант»), так як в їх дитинстві доступу до інтернету ще не було. Тепер кіберпростір не обмежується домашнім комп'ютером, різноманіття компактних мережевих пристроїв значно збільшилася, і являється доступним в будь-який момент життя завдяки мобільним телефонам або кишеньковим пристроям на кшталт PSP (ігрова консоль). Діти нового покоління мають гостру необхідність в цифрових технологіях, на відміну від їхніх батьків, які все життя користувалися менш розвинутими і вільними у функціоналі технологічними пристроями (телевізор, радіо) . Зети в своєму сприйнятті орієнтовані на споживання і більш індивідуалістичні в

¹² Сайкина Гузель Кабировна. ПОКОЛЕНИЕ Z: ЦИФРОВОЙ СУПЕРИНТЕЛЛЕКТ ИЛИ ЦИФРОВОЕ СЛАБОУМИЕ? [Електронний ресурс] / Сайкина Гузель Кабировна. С. 198 – 200. – Режим доступу до ресурсу: https://kpfu.ru/portal/docs/F31645933/Sadykovskie.chteniya_2019_2_.pdf#page=194.

своїх поглядах на життя, для них не характерно ставати частиною якоїсь «живої» групи - вони наполягають на власному праві приймати рішення, тому можна припустити, що їхня соціальна сфера вимушена ставати більш інтровертною і реалізуватися через соціальні мережі. Специфікою цих підлітків є значне зосередження на власній особистості, причиною цього є регулярна ізоляція, значна дистанція між цінностями і знаннями своїх батьків та некритичність до власної суб'єктивності суджень, що формується завдяки інтернету, все це викликає в людині відчуття власної особливості та соціальну вразливість.

Більшу частину інформації покоління Z отримуює з кіберпростору. Необмежений доступ до інформації надає їм упевненості в своїх поглядах, які далеко не завжди правильні, частіше за все ці погляди позбавлені практичних нюансів і власного досвіду, оскільки відверто взяті як успішний «зразок» певної думки в інтернеті. Спілкуванню у віртуальному просторі часто віддається пріоритет при виборі між особистою зустріччю, оскільки це психологічно «безпечніше» та не відволікає від комфортного користування інтернетом. Зети цінують чесність і відвертість, оскільки їм важче інших зрозуміти що з себе представляє людина, якщо вона не говорить прямо.

Людей теперішнього покоління відрізняє, перш за все, максимальна близькість до інформації, якою вони вміють відмінно користуватися. Діти зараз практично народжуються з мобільним телефоном в руках, а однією з перших іграшок стає комп'ютер. Поколінню Z важко зрозуміти, як це бути вихованим на книгах, максимум, що вони можуть прочитати - якусь статтю, але набагато звичними для них є міні-новини, формат твітів, тобто коротка і зрозуміла інформація, яку легко вхопити. Образ їх думок

відрізняється фрагментарністю, а в деяких питаннях негрунтовністю¹³.

Одним з наслідків постійного користування інтернетом та явною трансформацією пізнавальної сфери членів нового покоління - є кліпове мислення. Так як цей феномен вже глибоко засів у сприйнятті інтернет дітей, для сфер освіти та професійної галузі буде ефективніше проаналізувати майбутніх учнів та робітників аби сформулювати вигідні для себе та цих тинейджерів умови. Це важливо, оскільки це покоління без перебільшень відрізняється від своїх попередників. Можна провести паралелі з сучасною освітою, у якій в більшості цей аналіз проігнорований, ця проблема відчувається, коли учень не може зосередитися і слухати вчителя більше 10-15 хвилин, він втомлюється і втрачає увагу, особливо якщо йому подається інформація не цікава. Якщо таке відбувається на певній дисципліні, то безперечно учень захоче переключитися на будь-яке інше заняття. У підлітків кліпове мислення проявляється більш яскраво, бо часто в наукових закладах від них вимагають читати першоджерела, і самостійно досліджувати їх, але реакцією на це є зазвичай бажання обійти подібні складнощі. Інформаційна доступність пропонує більш швидкий шлях вирішення проблеми, на кшталт аналогічних більш простих форм пізнання. Все це вселяє у підлітка впевненість у швидкому простому вирішенні складного для нього завдання: навіщо йти в бібліотеку, щоб взяти книгу, якщо досить просто відкрити Google, скачати з мережі фільм по книзі і сформулювати власну думку вже з «інтерпретованого режисером першоджерела». Кліпове мислення - це вектор у розвитку відносин людини з

¹³ Darla Rothman. A Tsunami of Learners Called Generation Z [Електронний ресурс] / Darla Rothman. С. - 2. – Режим доступу до ресурсу: https://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf.

інформацією, який не зникне тільки забажавши цього. Подібна форма мислення передбачає спрощення, тобто прибирає осмисленість засвоєння матеріалу. Підліток втрачає здатність до аналізу і вибудовування довгих логічних ланцюжків, а споживання інформації прирівнюється більше до поглинання не корисної та смачної їжі, ніж до мисленнєвого процесу. З іншого боку, кліпове мислення по зрозумілим причинам може використовуватися як захисна реакція організму на інформаційне перевантаження.

Кліпове мислення має не тільки недоліки - це просто прогресування одних когнітивних здібностей за рахунок інших. Діти інтернет-покоління одночасно можуть слухати музику, спілкуватися в чаті, думати про майбутні плани і одночасно з цим робити інформаційні пости¹⁴. Та безсумнівно, платою за багатозадачність стають неуважність, гіперактивність, дефіцит уваги та низька концентрація при вниканні в текст. Зараз підлітки менш схильні до старанної, усидливої і цілеспрямованої роботи. Наразі для того витримувати і справлятися з багатозадачною буденністю досить лише перемкнутися. Формат перескакувань з одного завдання на інше сприяє розповсюдженню проблеми «недопрацювання» у підлітків покоління Z¹⁵. Підлітки яких заохочують скачувати інформацію з сайтів на пасивному рівні обмежують інтерес і здатність в них до самостійних дослідів. Вони стають все більш ерудованими, але все менше знають. Цей парадокс сучасного знання і сприйняття інформації все частіше виявляє себе на уроках та семінарах: учні, які звикли до кліпових режимів роботи з інформацією, не функціональні в роботі з

¹⁴ Сапа А. В. (2015) Поколение Z — поколение эпохи ФГОС // Психолог в школе. № 8 (20). С. 25-26.

¹⁵ Аветісова Ірина Сергіївна, Бойчун Владислава Володимирівна. - ФЕНОМЕН «КЛІПОВОГО МИСЛЕННЯ» В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ ВНЗ. С. 412. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/perspectives-of-world-science-and-education_27-29.11.19.pdf.

власною пам'яттю, у них виявляються вкрай ослаблена здатність уваги, рефлексії, осмислення. Однак, кліпове мислення не треба вважати патологією, це являється закономірним проявом зміни поколінь та реакцією на нові умови життя¹⁶. Крім мислення у школярів є багато і інших психічних функцій, які теж змінюються.

В першу чергу це стосується особливості уваги. На основі сучасних досліджень можна сказати, що стійкість уваги у зетів зменшується в десятки разів у порівнянні з попереднім поколінням, а ось «перемикання» і розподіл уваги розвинені добре. Якщо десятиліття тому дитина могла утримувати увагу 45 хвилин, то в теперішній час це відбувається вже дещо по іншій схемі. Як відомо, доволі важко якісно оброблювати інформацію та використовувати її, якщо пам'ять не розвинена, особливо необхідна пам'ять в процесі отримання освіти. У дітей інформаційного покоління краще розвинена короткочасна пам'ять, ніж довгострокова. Для інтернет підлітка, який має можливість в будь-який час розшукати необхідну інформацію в пошуковій системі немає сенсу зберігати її тривалий час у своїй пам'яті, більше того людина просто не здатна тримати все це в голові. Сучасні підлітки абсолютно точно запам'ятовують не інформаційну складову, а локацію, де знаходиться будь-яка інформація, це в значній мірі відрізняє їх від представників старшого покоління¹⁷. Відомий французький соціолог Гартмут Роза пише, що подібна потреба виграти час у вирішенні якогось завдання за допомогою інтернету є нічим іншим як

¹⁶ Савченков О. Г. КЛІПОВА СВІДОМІСТЬ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ / Савченков О. Г. – Збірник наукових праць "Гілея", випуск 139. С. 76-77.

¹⁷ Литвиненко Леся Анатоліївна. Кліпове мислення та профілактика його розвитку в процесі навчання [Електронний ресурс] / Литвиненко Леся Анатоліївна – Режим доступу до ресурсу: <https://vseosvita.ua/library/klipove-mislenna-ta-profilaktika-jogo-rozvitku-v-procesi-navcanna-7545.html>.

вибудовуванням власних пріоритетів, час стає рідкісним товаром, а інформація знецінюється завдяки її доступності. Завдяки великій кількості інформаційних подразників, які постійно заважають людині зосередитися, будь то нав'язлива рекламна афіша чи спам в інтернеті час уваги на цей подразник зменшується, але це не означає, що зменшується рівень стресу. Гартмут Роза стверджує, що чим швидше і більше інфостимули заміняють один одного, тим менше у людини часу на усвідомлення, що призводить до зниження чутливості та реагуванню «на автоматі»¹⁸. Цим можна пояснити причину повальної втрати рівня уваги та запам'ятовуваності в умовах постійних інфомаційних подразників.

Інтернет буде і надалі формувати погляди нового покоління. Адже діти зараз живуть в інших умовах, ніж це було раніше: вони більше спілкуються по онлайн мережам, ніж з батьками і один з одним. Все відбувається відповідно провідної діяльності в кожному віці. Провідною діяльністю на початковому етапі життя стає навчання, потім інтимно-особистісне спілкування. І навчання, і спілкування з однолітками має форму відірвану від реальності, тому з часом стає зрозуміло, що підліток починає потерпати від нестачі в реалізації інтимно-особистісного, емоційного спілкування. Зі специфіки такого звичного для нового покоління віртуального способу комунікації з навколишнім світом і впливають психологічні особливості цього покоління. Менше людської комунікації, більше віртуальної. Вже зараз видно, що діти і підлітки краще знаються в техніці і матеріальних речах, ніж в людських емоціях і в людській поведінці. Це відбивається навіть на рівні спілкування дітей з батьками: непорозуміння та

¹⁸ Франко Б. Пересматривая медиаактивизм : веб-сайт. URL: – <http://gefeter.ru/archive/13394>.

комунікативна дистанція між ними стає очевидною¹⁹. Сьогодні батьки все менше грають роль всезнаючого авторитету для своїх дітей, - цю позицію для останніх посідає кіберпростір. Ну, а якщо діти не вчаться у батьків, тоді батьки починають вчитися у своїх дітей. Деякі вчені говорять про те, що у нас починає формуватися префігуративне суспільство. Маргарет Мід в своїй роботі «Культура та світ дитинства» одна з перших взялася описувати типи культур акцентуючи увагу саме на ролі обміну навичок та цінностей в процесі змін поколінь. Якщо розбирати ці типи культур, то перед нами постає: постфігуративна культура, кофігуративна та префігуративна культура. Найнаближенішою до сьогоденних реалій є кофігуративна (тип культури, в якій діти та дорослі навчаються у ровесників, а зміни відчутно відбуваються) та частково префігуративна культура, на відміну від постфігуративної, в якій час настільний плинний, що зміни не відчутні, а ті зміни, що відбуваються повторюються з покоління в покоління і є очікуваними²⁰. Тоді як в залежності від умов, де існує людина в постіндустріальному чи індустріальному суспільстві можна говорити який тип культури їй ближче. Якщо ж, наприклад, орієнтуватися на сучасну модель середнього класу на Заході, то можна певною мірою стверджувати, що префігуративний тип культури все більше стає реальним. Маргарет Мід виводить тип культури, який відрізняється від попередніх, префігуративний тип передбачає дуже інтенсивну трансформацію, зміни відбуваються настільки швидко, що люди не встигають підлаштовуватися під них і засвоювати. Цей тип культури налаштований на майбутнє і діти, які дорослішають мають відмінний досвід і навички від їхніх

¹⁹ Психологические особенности поколения Z. С. 5. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://leda29.ru/uploads/com_files/02_2018_psihologicheskie_osobennosti_pokoleniya_Z.pdf.

²⁰ Маргарет Мид - "Культура и мир детства" - М.: Наука, 1988 – с.209 – 210.

батьків. У такому суспільстві, навпаки, молодше покоління здатне передавати якісь знання старшому, що формує нову своєрідну форму відносин між людьми²¹.

Крім мислення у цих підлітків є багато і інших базових психічних функцій, які теж змінюються. Соціальна сфера стає певною проблемою, і це не лише торкається безпосередніх відносин з людьми. Не дивлячись на те, що підліток ніби то має доступ до будь якої інформації та знаходиться в оточенні дуже талановитих людей, (в інтернеті) реальному життю віддається менше уваги. Зет може дуже бажати дорослого і самостійного життя, але насправді підлітку важко відірватися від батьківської опіки завдяки тому, що постійне знаходження в ізоляції та самотність викликають в них високу тривожність при виході з зони комфорту чи певним радикальним змінам. Знаючи, що інтернет покоління дорослішає набагато повільніше, період дитинства і підлітковий вік дуже затягується можна припустити, що більшість із них знайде постійну роботу та залишить батьківський дім після 25 років, а можливо і пізніше. З цього виходить, що гіперболізована увага до власної ідентичності насправді є реакцією на власну нестабільність і відчуженість від реального світу, людей і власних почуттів, які особа щодня намагається компенсувати²².

²¹ Культурологія: Учебник / Под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. — М.: Высшее образование, 2005. — с. 268-270.

²² Подік І. І. Студенти Z: особливості та перспективи / І. І. Подік // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. — 2017. — Вип. 159. — С. 131-132.

Підрозділ 2.1. Соціальна нестабільність як характерна риса молоді покоління Z.

Для покоління Z світ став справжнім випробуванням, оскільки їм частково першими довелося адаптуватися до нових умов високотехнологічного світу, в якому панує суцільний гіперпопит, гіперстресс та гіперкомунікація. Без сумнівів, такий надлюдський темп життя викликає бажання звільнитися цього стресу аби отримати полегшення та відчуття щастя. Саме через це, за останні 20 років людству стали відомі дивні тенденції звільнення від власної нестабільності, які могли сформуватися лише в умовах «швидкого» світу. В цьому підрозділі буде йти мова про дауншифтинг, ексапізм та гедонізм в сучасних формах і виявах характерних для покоління Z (1995–2012 р.)

Як приклад, буде взято три з цих характерних тенденцій, звичайно, що їх існує вже набагато більше, але для цієї роботи будуть продемонстровані найбільш показові. Варто акцентувати увагу, що ці феномени властиві особливо для інтернет покоління, а також для прикордонників (особи, які народилися близько 3 років від межі певного покоління. Причина появи цих тенденцій «звільнення від нестабільності» в тому, що період становлення нового покоління припадає на момент змін старих цінностей та формування нових соціальних стосунків, завдяки цьому у молодих людей переважає недовіра до суспільства, розгубленість та депресивні настрої. Роль тенденцій «звільнення від нестабільності» якраз в тому, аби розмежувати себе від суспільства та шляхом спроб і помилок навчитися комфортно для себе існувати в цьому світі та соціумі.

Серед вельми характерних тенденцій можна виділити феномен дауншифтингу, це слово буквально означає вибір людини існувати в менш стресових умовах. В оригіналі, на англійській мові це слово прив'язане до автомобільної термінології, воно означає «пригальмувати», «зменшити швидкість», що можна трактувати як з негативної конотації зі слова «вниз», так і навпаки, як більш вдумливий і обережний спосіб «їзди». Уособлювати стресові умови для людини може будь яке явище в залежності від самої особистості, однак, зазвичай це: відповідальність, труднощі спілкування чи обмеженість вільного часу роботою. Гаслами цієї соціальної поведінки зазвичай є «жити для себе» та «відмова від чужих цілей». Дауншифтери зазвичай обирають працювати на себе через інтернет, їм вистачає середнього чи низького рівня забезпеченості, їх не цікавить підвищення кар'єрного зросту та рутинне життя робітника офісу. Дауншифтерами в більшості стають ті, хто втомився від розпіареної ідеї успішності та нав'язаних обов'язків, законів щасливого життя «для усіх», які являються безперечними для суспільства. На Заході це явище проявило себе яскравіше всього, там досліді цього явища розпочалися на початку 2000-х і статистичні спостереження виявили цікаві результати. Ці досліді говорять про певну тенденцію, коли людина раптово усвідомлює, що її часові або ціннісні пріоритети в житті не вірні і вона хоче змінити це. Зазвичай це реалізується певною відмовою від статусності, великої зарплатні та звичного темпу життя. Як більш глибоку причину подібних «нелогічних» дій пояснюють розчаруванням в ідеалах, які диктує культура споживання та усвідомлення, що як би багато грошей ти не заробляла задовольнити всі твої потреби

фінанси не зможуть²³. Як нам здається, ця тенденція достатньо яскраво буде виражена в покоління зет, тому що власні враження, вільний час та самореалізацію ці підлітки цінують більше ніж рутинні і стресові умови роботи і життя. Це явище не варто судити однозначно, і безперечно, воно не піде на користь особистості в покращенні власної соціальної адаптації, однак, на шляху до оновлення соціальних цінностей індивідуальний вибір в бік певного стилю життя є необхідним для власного становлення.

Іншим не менш актуальним явищем є ескапізм. Ескапізм представляє з себе форму відсторонення від суспільства та реальності (в більшості мається на увазі реальні труднощі та рутину), насправді, цей феномен дуже щільно переплетений із сьогоденішньою доступністю до інтернету, який не тільки ізолює людину в межах її суб'єктивного сприйняття, але і дарує відчуття всездозволеності в кіберпросторі. З іншого боку постає реальність, яка прагне «одягнути» всіх в правила спілкування, обов'язки та соціальні ролі. Безперечно такий світ може викликати лише злість та відторгнення у покоління, якому відома кіберреальність, саме тому прагнення звільнитись цих умовностей так ними бажане. Риси ескапізму дуже характерні для покоління зет, для них життя в проекції являється на кшталт комп'ютерної гри. Ця гра має багато рівнів, на кожному рівні є свої особливості та навички, якими потрібно оволодіти аби перейти на наступний рівень. Найкращим в цій грі є споживання, володіння інформацією, різні послуги та розваги. З подібним підходом підліткам доволі важко оцінити реальні труднощі та нюанси буття, саме тому студенти, які в одному кроці до працездатного періоду дуже тривожаться, оскільки ефективність їхніх методів оцінки та очікувань від світу

²³ Виктория МЕРЗЛЯКОВА. Альтернативные модели успешности в современной культуре: дауншифтинг. // Вестник общественного мнения .№ 4 (96) июль–август 2008. С. 33-37.

доволі сумнівна²⁴. Для ескапістів найкраща нагорода це швидкий успіх та комфорт замість тривалих зусиль і значних перемог, власні блага вони задовольняють якомога простими методами, які надають тимчасове відчуття щастя. Покоління «Z» відчуває себе частиною віртуального світу - вони, на відміну від представників дорослих поколінь, менш схильні здійснювати поїздки, подорожувати новими місцями і виходити зі своїх будинків. Віртуальні світи як аналог справжнього життя зуміли замінити потреби юзерів інтернет простором, тому комп'ютерні ігри безперечно користуються попитом у ескапістів²⁵. Ігрофікація, тобто сприйняття кіберреальності як гри і певної далекої від «прагматичних справ» діяльності допомагає людям забутись, а іноді «всмоктує» в свою фантастичну обитель фатально²⁶. Підлітки, що постійно перебувають в мережі звикли, що їхні бажання за зрозумілою схемою здійснюються, на відміну від реального життя, де все буває непередбачуване. Певним чином ця непередбачуваність і не готовність бути гнучкими викличе проблеми у покоління зет, ці проблеми виливаються вже сьогодні у вигляді певних невротичних та тривожних ознак.

Третя тенденція являється наслідком глобалізації та доступності форм споживання і проростає з крайнощів. Гедонізм, який вирізняє пошук задоволення як ключову ціль людського буття став основою мотивації та цілей практично всього інформаційного покоління (Z). Проблемою в усьому цьому є те,

²⁴ Чичинська О.В. - Психологічні особливості представників з покоління. С.- 6. - [Електронний ресурс]: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/3734-Текст%20статті-6302-1-10-20200112%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/3734-Текст%20статті-6302-1-10-20200112%20(1).pdf)

²⁵ Жора М.М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІТЕЙ ЦИФРОВОГО СВІТУ. С. – 34. [Електронний ресурс] / Жора М.М. – Режим доступу до ресурсу: <https://stu.cn.ua/media/files/conference/yn18-t1.pdf>.

²⁶ Е. Н. Шапинская. Эскапизм в пространстве массовой культуры. С.183 – 184. [Електронний ресурс] / Е. Н. Шапинская. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/eskapizm-v-prostranstve-massovoy-kultur.pdf>.

що надмірна доступність до жаданих благ і задоволень провокує перенасичення. Людина, яка прагне отримати якомога більше задоволення від кількісного та нерозбірливого споживання не отримує в результаті жаданого відчуття щастя, як наслідок, перенасичення викликає лише негативні емоції та розчарування. Це явище являється дуже характерним для покоління Z, якому набагато складніше знаходити межу у власних бажаннях завдяки значній нестачі цього самого щастя²⁷. В Західному культурному дискурсі дуже часто лунає фраза про «покоління нарцисів», які спрямовані на егоїстичне та миттєве задовільнення своїх потреб через матеріалістичне споживання. Така думка, що задоволення трактується як егоїстичне бажання відповідає традиційному погляду на людину (Декарт, Гоббс), яка постійно шукає можливості задовільнення своїх потреб, тобто зовсім не є новою. В наш час гедонізм є не стійким досвідом, одна потреба заміняє іншу, все приходить до того, що гедонізм є наслідком потреби в задоволенні, яке виникає внаслідок депривації (соціальна, голод,...). Американський дослідник Дональд Томас Кэмпбелл стверджує, що кожне нове споживання надає людині відчуття стимуляції емоційного переживання, яке не треба транслювати як стає самовідчуття, це скоріше є ідеалістичний інтерес (по відношенню до себе, цінностей, свого оточення)²⁸.

Всі ці три форми індивідуального вибору неоднозначні, але вони являються зрозумілою адаптивною реакцією на непрості умови становлення особистостей. Роль «звільнення від нестабільності» в цих трьох тенденціях може здаватися ілюзорною та шкідливою, але насправді це являється формами захисту власного психічного

²⁷ Труховская, И. В. Дауншифтинг и эскапизм как причина социальной нестабильности поколения Z.// Актуальные проблемы современной медицины и фармации - 2016. - С. 1741 – 1746.

²⁸ J. O'Shaughnessy, N. J. O'Shaughnessy - The consumer society and hedonism. С.526-528. [Електронний ресурс]– 2002. – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/10.1108@03090560210422871.pdf>. .

здоров'я від негативного досвіду та стресу. Тут варто наголосити, що так як покоління ZET являється доволі вразливим в соціумі воно завжди шукає для себе шляхи самозбереження. Йдеться не лише про фізичну безпеку, а і в першу чергу про збереження власної ідентичності в тисняві стресу, дифіциті часу та негативному досвіді. Саме тому наразі різні форми піклування про себе настільки користуються попитом серед поколінь.

Однією з таких форм піклування є зацікавленість до пізнання власної особистості та самоусвідомлення. Повальний інтерес до психології, духовних вчень та езотерики пояснюється ідеологією індивідуалізму, яку так нав'язує матеріальна культура споживання та ізоляція, тоді коли більшості особам потрібна допомога в умовах самої інтернет ізоляції. Піклування про себе являється необхідним чинником самозбереження в час панування гіперстресу. Саме тому бажання звільнитися від нестабільності заміняється та чередується піклуванням про себе, всі ці вияви сформувалися через не природні для людини умови кіберпростору, які вимагають адаптуватися до перебування одразу в двох «світах»²⁹. Це і виводить нам певну дуальну проблему сприйняття підлітка 21 століття.

²⁹ Жиль Липовецки. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме //СПб.: издательство "Владимир Даль". 2001. – 336 с. – с. 79-83.

РОЗДІЛ 3. АДАПТИВНІСТЬ ТА ПЕРЕВАГИ ПОКОЛІННЯ Z ПО ВІДНОШЕННЮ ДО СУЧАСНОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО СВІТУ

Хоча покоління Z ще зовсім молоде, але воно має велику кількість навичок та поглядів на життя, які справді можна вважати самотніми. В цьому розділі ми маємо намір сформулювати з того, що нам відомо про покоління Z певну успішну стратегію з набору здібностей, які вони мають і нарощують з дитинства та продемонструвати їх як значну перевагу та істотний плюс цього покоління в дорослому та самотньому житті. Ці риси безперечно відрізняються від інших поколінь, і роблять зетів самотніми в своїх якостях та досвіді.

Якщо ж говорити про певні «закладені» переваги інтернет покоління, то неодмінно слід сказати про потребу в реалізації та самовираженні. Ця потреба являється базовою для всіх людей, однак, в умовах кіберпростору її стало набагато легше втілювати, а також, це популяризувалося в інтернеті, стало позитивним явищем для вираження своєї індивідуальності в кіберсоціумі. Соціальні мережі стали простором де кожний може бути тим, ким бажає, а власну творчість бачать тисячі людей, і неодмінно дають чесний зворотній зв'язок. Наразі це стало частиною буденності: знімати відео, опубліковувати власні роздуми або малюнки в соціальних мережах, створювати меми і все в такому дусі. Креативність для підлітків – це спосіб знайти спільну мову з людьми і надихати інших до творчості. До критики вони відносяться спокійніше, ніж інші покоління, адже негативні коментарі завжди можна проігнорувати, або занести когось в чорний список. Доволі популярною для них є філософія зроби сам. В цього покоління є сильне бажання покращити якість цього

світу, а формулювання «зроби сам» (DIY) реалізує це через власні матеріальні бажання, наприклад, людина не може знайти серед існуючих товарів те чого жадає і тут починається народження власної ідеї і мотивація³⁰. Оскільки до яскравих рис цього покоління приписують нетерплячість та бажання отримати результат якомога швидше, то неодмінно представникам покоління з доступністю інформації буде легше самотужки створити те, що вони хочуть. Креативність цього покоління являється реакцією на глобалізацію та інформаційну доступність, легкий доступ до товарів, а також значний вибір форматів натхнення дозволяє набагато легше проявити власні здібності і спробувати себе багато в чому. В сучасному світі покоління Z відчуває себе двояко, з одного боку вони не можуть терпіти і проявляти гнучкість в тому, що викликає в них дискомфорт, будь то навчання або робота, вони будуть намагатися якомога швидше це відчуття змінити собі на користь, а з іншого боку діти інтернету достатньо легко можуть створювати щось і реалізувати себе в будь якій сфері, яка дозволяє їм краще зрозуміти свою ідентичність в певний момент дорослішання.

Для нового покоління мати свою думку і шукати собі подібних являється нормою, будь то певне ідейне угруповання в соціумі чи кіберсоціумі. І так як для цих підлітків дуже важливо мати свою думку і виражати її, ділитися нею - активізм стає тим, що дозволяє їм успішно це зробити. Активізм є достатньо популярним на сьогоднішній день явищем серед молоді, він має багато напрямів та форм, (інтернет активізм, певні демонстрації, мітинги..) а основною ціллю є покращення умов або становища,

³⁰ Сітнікова І. О. Шляхи пристосування брендів під нове покоління Z через маркетингове управління / І. О. Сітнікова ; наук. кер. М. В. Кіндій // Тези доповідей V Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління» : 2017 р., м. Київ. С. – 88.

тобто позитивні зміни, в залежності від конкретної проблеми, яка не залишає осторонь. Толерантних і не конфліктних зетів турбують проблеми расизму, сексизму, екології, які палають по всьому світу³¹. Хоч і в більшості своїй у зетів це реалізується як медіаактивізм, який є не дуже ефективним по своїй суті, однак, для них це найбільш комфортний метод висловитися. Окрім цього, варто сказати, що інтернет покоління є в своїй більшості далеким від політики, оскільки їх цікавлять проблеми «їхнього рівня», з якими вони стикаються щодня. Маємо припущення, що з вирішенням власної кризи ідентичності та дорослішанням покоління інтернету таки стане на один рівень з політикою³². Як приклад турботи про буденні проблеми, інформаційне покоління є більш відповідальнішим по відношенню до оточуючого середовища, боротьба за охорону якого в них виходить іноді на перший план. Яскравим прикладом цьому є нашумілий виступ 16-річної шведської еко-активістки – Грети Тунберг, яке сталося восени 2019 року. Не дивлячись на те, що ідеї висловлені Гретою були утопічними та нереалістичними в умовах сьогодення, вона спалахнула серця багатьох її однолітків та дорослих. Ця подія мала значний резонанс, хоч і посприяла в більшості цьому робота ЗМІ. Причина зацікавленості людей була саме в тому, що проблема екологічної реальності, яку емоційно гіперболізували у виступі була дуже доречною, в тому плані, що багатьох людей і особливо покоління Z це дуже турбує³³. Не байдужість покоління дітей інтернету вимальовується в першу чергу тому, що вони вже на

³¹ Решетников О.В. ПОКОЛЕНИЕ Z И НЕДАЛЕКОЕ БУДУЩЕЕ РЫНКА ТРУДА / Журнал «Директор по персоналу». Школьные технологии. 2014. С. 7.

³² Олеся Гудзенко. Соціальний активізм як практика формування мережевих суспільних рухів [Електронний ресурс] / Олеся Гудзенко. С.52-53. – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/1442-Article%20Text-2663-1-10-20200115.pdf>.

³³ Карнышев А. Д., Иванова Е. А. Феномен Греты Тунберг как индикатор глобальных и этнорегиональных проявлений экологического патриотизма // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2019. С. 40-41.

власні очі можуть спостерігати наслідки багатовікового втручання людей до еко-системи Землі. Кліматичні прогнози, з якими можна ознайомитися вже на сьогоднішній день жахають, і особливо слідкує за цим покоління зет, оскільки їхнім дітям доведеться співіснувати і можливо спостерігати екологічну катастрофу. Сучасних підлітків хвилює питання збереження лісів, боротьба з наслідками зміни клімату та процес охорони та збереження різних видів тварин. Вони обговорюють екологію в рамках шкільних уроків, беруть на озброєння принципи zero waste (зменшення відходів), і намагаються сортувати відходи. «Зети» усвідомлюють, що саме їм потрібно буде створити планету кращою та чистішою, щоб життя їх та їх близьких було можливим в умовах співіснування з природою. Вони відчують на собі тягар відповідальності за діяння людства і потребу змінити світ в теперішньому часі якомога менше кривдячи та впливаючи на екологію Землі. Виходячи з цього, можна стверджувати, що одним з достатньо позитивних рис покоління зет являється стурбованість якістю життя людей і тварин, а також наявність чіткої соціальної свідомості.

Наступним специфічним явищем, за яке можна класифікувати покоління Z є звичність існування в кіберпросторі. Ще 15-20 років тому, підлітки намагалися продемонструвати свою належність до певної субкультури, яка б відображала їхні схильності та ідентичність. На сьогоднішній день представники покоління Z шукають людей схожих на них самих використовуючи хоббі, стиль життя, власні вподобання і вибірковість як радар по знаходженню собі подібних³⁴. Сучасне суспільство формується

³⁴ Немеш Олена. ВПЛИВ МЕДІА НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ / Немеш Олена // Випуск 14, 2020 Збірник наукових праць РДГУ. с. - 169. – Режим доступу до ресурсу: <http://repository.rshu.edu.ua/id/eprint/203/1/Немеш%20О..pdf>.

навколо постійного знаходження в інтернеті, люди реалізують власні потреби в спілкуванні через залучення до різних інтернет мислителів, блогерів, каналів з трансляцією відеоігор та соціальних мереж. Покоління Z чудово пристосувалося до нового простору і створило власний «світ» з притаманними йому правилами, манерами поведінки, жестами та особливостями спілкування. Цей кіберпростір формує в собі нові гібридні субкультури, які стали можливими лише в умовах інтернет дійсності, до таких захоплень можна віднести: косплей (форма захоплення, коли людина намагається одягом та манерами імітувати поведінку певного видуманого або історичного персонажу для фотографій та відео), геймери (вподобують багато грати в комп'ютерні ігри), анімешники (захоплюються японською анімацією та Японією загалом) та інші... Те що не можна зробити в реальності, можна реалізувати в інтернеті і це являється своєрідними дверями до кращого майбутнього та удосконаленого розуміння людських свобод і потреб, яке поколінню Z ще доведеться перенести в реальність, аби перевірити, власне, практичну цінність. Також сама комунікація у соціальних мережах часто переростає в офлайн (не в мережі) зустрічі та справжню дружбу, що дозволяє сприймати кіберпростір як важливу складову життя, яка є не менш «реальною», оскільки так само забирає в людини час її життя та приносить емоції³⁵. Виходячи з цього можна назвати адаптивність покоління Z до умов інтернет середовища і емоційно наповнене перебування там однією з ключових переваг і особливостей цього покоління.

До наступної позитивної схильності покоління Z слід віднести те, що вони в порівнянні з попереднім поколінням, яке жило під

³⁵ Sitkar V. I. - «GENERATION Z»: SUBCULTURAL PARADIGM.//International scientific and practical congress. March 31, 2017 Geneva (Switzerland). С. 128.

лозунгом «30 років – це нові 20», набагато раніше дорослішають. «Бути успішним» для покоління Z означає бути фінансово самостійними, відповідальними, приймати рішення. Дитинство є важливим і непростим етапом становлення особистості, воно являє собою соціально-психологічний та культурний вплив від оточуючих дорослих, підлітків та дітей, який і формує систему власних навичок і патернів поведінки у дитини. Однак, на сьогоднішній день цей етап має видозмінену форму, воно представляє з себе значну зануреність в гаджети та прив'язаність до комп'ютеру, на відміну від спорту та активних занять, які доволі швидко втрачають зацікавленість в дитини. Роб Лубберсон вказує на те, що сучасних дітей неможливо відірвати від мобільних телефонів. «Це – невротики майбутнього» стверджує він. Чи не дивно, так як діти з раннього віку спостерігають різні клікбейтові відео, (провокаційна обкладинка, на яку хочеться клікнути) пости (коронка з текстом), короткі новини та своєрідний плюралізм «істин» вони отримують логічне бажання «створити щось своє», продемонструвати світу себе. Амбіційність являється сильною стороною інтернет дітей, однак, доволі часто вона є не структурованою і будується «на ходу». Окрім цього, рання потреба та зацікавленість в зароблянні грошей зумовлена періодом кризи, в яке було народжене це покоління, тому зрозумілою є жага до фінансової самостійності. Сучасні підлітки не дивлячись на вік швидко навчаються і оволодівають навичками, особливо тими, які їх цікавлять та які стосуються гаджетів і цифрових технологій. У значної кількості підлітків справді є певний пласт досвіду і знань, які дозволяють їм ставати спеціалістами і розбиратися в своїй «віртуальній»

справі³⁶.

Наразі варто проаналізувати культуру вражень, що тісно переплетена з доступністю споживання, а це явище дуже активізоване в покоління зетів. Німецький соціолог Герхард Шульце досліджував цю тематику і прийшов висновку, що сучасний світ поступово з суспільства попиту перетворюється в суспільство вражень³⁷. Для сучасних підлітків матеріальне багатство та статус відіграють набагато меншу роль, ніж різноманітність життєвих вражень та досвід. Хоч на сьогоднішній день споживання і є найочевиднішою формою отримання вражень. Цікаво, що не дивлячись на те, що матеріальні речі не припиняють посилати певні сигнали статусності та класифікуючі символи, їх значимість насправді збільшилася, відтепер, наприклад, одяг це не просто тканина на людському тілі, це показник вашої сутності, стану, та загалом, уявлення про себе, теж саме стосується абсолютно всіх видів людського споживання, бо кожне з них говорить про індивідуальність особистості. Окрім того, подібні «ваші» речі надають впевненості та емоційного задоволення, це говорить про змінену тенденцію фінансового усвідомлення, покоління "Y" (1983-2003) та "Z" (1995–2012) орієнтовані на те аби прожити своє життя яскраво та вловити якомога більше вражень в світі, де здавалось би найвищий рівень комфорту досягнуто. Дослідження сучасної культури переживань важливе, оскільки воно відкидає умовності

³⁶ Теж саме, Sitkar V. I. - «GENERATION Z»: SUBCULTURAL PARADIGM. С. 122-125.

³⁷ Богданов Дмитрий Владимирович. Ценностные установки «общества переживаний». / Богданов Дмитрий Владимирович // Выпуск №4 (32), апрель 2019. С.438-439. – Режим доступа до ресурсу: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/tsennostn-e-ustanovki-obshestva-perejivaniy.pdf>

соціуму, яким всі пасивно звикли слідувати³⁸. Це не базується на суто прагматичному споживанні якоїсь речі або бажанні її отримати, ця культура більш емоційного спрямування, вона намагається не залежати від соціального статусу, а являти собою показ реального стану справ в душі людини, її особистого прояву. Такий емоційний феномен міг з'явитися лише в суспільстві, де у людей накопичуються надлишкові ресурси (матеріальні, часові, психологічні), якраз тому, переживання стали характеристикою якості товару. Будь то музика, фільм або концерт відомої групи воно неодмінно повинно викликати якісь емоції.. Культура вражень неоднозначна, але вона як павутина торкається практично всіх вербальних та невербальних галузей впливу на людину, будь то реклама або мистецька галерея. З цього можна зробити висновок, що для покоління Z, яке занурене в суспільство споживання і не може по іншому уявити своє життя, бажання отримати певний «товар» являється набагато глибшим процесом, який певним чином індивідуалізує бажану річ³⁹. Можна вважати, що зовнішнє перетворилося на внутрішнє, і тепер є не тим, чим його звикли бачити. Щодо того, які переваги ця специфічна модель вражень несе для покоління Z, то це доволі важко однозначно визначити, можна сказати, що вміння якомога менше акцентувати увагу «не важливих» умовностях на кшталт авторитетності чи статусності говорить про значну відвертість цього покоління, для них враження означає добре провести час, а в умовах підвищеної невротичності і розуміння власної невічності, саме культура вражень допомагає визначати по

³⁸ Tracy Francis and Fernanda Hoefel. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies [Електронний ресурс] / Tracy Francis and Fernanda Hoefel // CONSUMER PACKAGED GOODS. С. 8. – Режим доступу до ресурсу: <http://innovationinsider.com.br/wp-content/uploads/2019/05/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.pdf>.

³⁹ ВИТАЛИЙ КУРЕННОЙ. Общество переживаний. (2012). : веб-сайт. URL: – <https://postnauka.ru/tests/155167>.

справжньому цінні для них речі, такі як індивідуальний вибір.

Про трудові якості покоління інтернету покоління відомо ще не багато, оскільки деякі з них роблять свої перші кроки на шляху до фінансової самостійності. Але знаючи «портрет» психологічних особливостей представників цього покоління можна зробити певні висновки та припущення. Порівнюючи досвід та ефективність працездатності поколінь вирізняють, що покоління X (1963 – 1982 роки) найкраще інших справляється з рутинною роботою, тоді як наступне покоління Y (1982–2000 роки) демонструє риси систематичного мислення та відповідальності в роботі. А щодо особливостей співпраці з поколінням інтернету, то в основному, вирізняють творчий підхід щодо вирішення робочих завдань, разом з цим, ці молоді особистості мають певне цікаве усвідомлення щодо себе. Оскільки вони значний період часу свого життя проводять в нереалістичних умовах кіберреальності у них формується дещо завищене відношення до своєї особистості, проявляється це в акцентуації на важливості свого вільного часу та власних інтересах. Подібна вибірковість в цінностях на нашу думку, являється реакцією на своєрідне послання, що уособлює інтернет: «ти особливий» та «те що ти шукаєш та те що ти купуєш збагачує тебе як особистість, не зупиняйся», тобто, разом це являє індивіда, який впевнений у власній неповторності та важливості. Такі робітники дещо не задоволені законами реального світу, вони дуже бажають аби їх поважали як особистостей вже за їхнє існування і приділяють якомога менше уваги і часу формальностям на роботі. Це покоління має значну перевагу в роботі з багатозадачними проектами, але звична командна робота їм не занадто підходить завдяки індивідуалізму, який певним

чином може заважати співпраці, якщо креативно та нестандартно не сформулювати задачі кожного. Не дивлячись на це, для управлінців компаній своєрідний егоцентризм та індивідуалізм робітників з покоління Z є складнощами, саме тому цим підліткам доведеться добре попрацювати над своїми мінусами аби зарекомендувати себе «корисними» для роботодавця⁴⁰. Виходячи з написаного, можна сказати, що ці підлітки в майбутньому будуть мати значний успіх на професійних місцях, які їх захоплюють та будуть і надалі актуалізувати свободу у виборі по відношенню до роботи формату хоббі, а не як до вимушене заробляння грошей.

Однією з позитивних рис, яке демонструє покоління інтернету вже сьогодні є цінування сім'ї та соціальних зв'язків. Значимість відносин з сім'єю зети усвідомлюють під час дорослішання і проводячи багато часу в мережі, наприкладі «самотності в інтернеті» і періодичної соціальної депривації. Виходячи з мережі це покоління усвідомлює себе в оточенні людей, які люблять і цінують їх, дарують відчуття безпеки, що значним чином вкоріняє розділення на «особливих людей» та NPC (персонажі, який грають роль натовпу в комп'ютерних іграх, не відносяться до основного сюжету). Тобто, одна людина може замінити всіх інших. Що цікаво, іноді особа в кіберпросторі стає ближчою ніж реальні люди, це відбувається завдяки чітким вимогам по інтересам та смакам, яке людина шукає в іншій, тим самим мінімізує усілякі формальності та складнощі спілкування. Ті умовні правила, які відрізняють інтернет від реального життя надають більш відверту форму розмові, яка може відбуватися між

⁴⁰ Воржаківа Ю. П. КЛАСИФІКАЦІЯ КАДРОВИХ РИЗИКІВ ПОКОЛІНЯ Z : спец. УДК 331.101:65./ ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК НТУУ «КПІ», 2019. С. 235- 237.

людьми, які знаходяться на різних точках земної кулі⁴¹. Виходячи з цього, можна стверджувати, що покоління Z має певну перевагу в розмежуванні реального та інформаційного спілкування, успішно маневрує між ними і в разі втоми від однією форми задовольняється в іншій, а налагодження контактів і відвертість виходить на перший план, що будує здорові відносини.

Медіа називають покоління Z «підприємницьким поколінням» і підкреслюють їх бажання не занурюватися в корпоративну рутину, а формувати власні стратегії бізнесу. З юних років вони володіють амбіційністю і прагненням до комфорту, такі якості стають передумовою для розвитку здорового прагматизму, практичності і здатністю знаходити гнучні рішення з різних ситуацій. Так як покоління Z це своєрідний симбіоз дитячої безпосередності і дорослих умінь, їхня природна допитливість, свободолюбство, і бажання ділитися власним знанням сформує по справжньому нову форму ведення бізнесу. Їхня мотивація це в першу чергу інтерес по відношенню до певного виду праці та завдань, звичний підхід до організації покажеться їм застарілим і таким, що потребує змін, що безперечно обертається труднощами. Їхній прагматизм дозволить їм спланувати власний стартап, без зайвих очікувань, це покоління впевнене в собі коли бачить ціль та вигоду для себе, в цьому випадку їхня ініціативність окупить себе⁴². Можна зробити висновок, що інтернет покоління здатне заявити про себе і спланувати свій

⁴¹ Темнова Лариса Витальевна, Медникова Мария Михайловна - ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА КОММУНИКАЦИЮ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЙ Z И Y. С. 2-3. [Електронний ресурс] / – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/vliyanie-virtualnogo-prostranstva-na-kommunikatsiyu-predstaviteley-pokoleniy-z-i-y.pdf>.

⁴² Малетин С.С. Особенности потребительского поведения поколения Z / Малетин С.С., 2017. С. 3354.

шлях таким чином, щоб на помилках вийти переможцями, ця інтернет молодь зможе зорієнтується в правилах сучасних бізнес «ігор» на шляху до самопошуку.

Покоління Z прекрасно усвідомлює, що в найближчому майбутньому робота буде займати більшу частину в їх житті, тому для них дуже важливим підходити до вибору обраної спеціальності з розумом. Більшість з підлітків хочуть аби професія, яку вони оберуть була їм по душі і приносила задоволення, але насправді питання про одну професію являється певним чином лякаючим для покоління зет. Для їх сприйняття реальності більш звичним є модель «тут і зараз», а абстрактна і далека кар'єрна драбина, по якій їм треба буде крокувати роками здається їм чимось не розумним і жахливим. Тоді як постійна зміна інтересів, знахідка чогось цікавішого за попереднє їм набагато ближча, можна сказати, що чергові зміни професії, самоосвіта через віртуальні курси являється своєрідним розтягуванням періоду молодості і образно кажучи «чернеткою» для комфортного дорослого життя в майбутньому. Лише починаючи щоразу «з нуля», це покоління усвідомлює що відповідає стандартам, які були сформовані історією людства в трудовій сфері, лише подібним чином зет зможе «встигнути» осягнути якомога більше. Подібну легкість і відмову від жорстких соціальних настанов називають проявом інфантильності, яка безперечно не чимось негативним та однозначним⁴³. Цікаво, що значення оплати праці на другому місці в пріоритетах молоді, тоді як комфортні умови і дружній колектив виходить на перший план. Наразі все більше сучасних

⁴³ Решетников О.В. ПОКОЛЕНИЕ Z И НЕДАЛЕКОЕ БУДУЩЕЕ РЫНКА ТРУДА [Електронний ресурс] / Решетников О.В. С. 11-12. – Режим доступу до ресурсу: file:///C:/Users/НОМЕ/Downloads/pokolenie-z-i-nedal-koe-budushee-r-nka-truda%20(1).pdf.

компаній наймає кандидатів без досвіду або без спеціальної освіти, акцентуючи увагу скоріше на вмотивованості та професійним здібностях. Аналізуючи написане, можна стверджувати, що покоління Z не лише зуміє адаптуватися до будь якої професії по духу, але і що згодом ці форми праці будуть адаптуватися під самих підлітків, дозволяючи якомога зручніше використовувати власний час. Безперечно, це не буде простий шлях, однак, як новатори подібного стилю життя «з нуля» зети справді зможуть змістити беззаперечні цінності щодо сфери праці та навчать інших власним прикладом спокійніше відноситись до змін.

Як результат, можна сказати, що на покоління зет будуть чекати свої плюси і мінуси в самотійному житті, які можна очікувати в залежності від їхніх поведінкових установок вже з підліткового віку. З написаного витікає, що це покоління доволі активне, але в більшості в інтернет просторі, для них характерні регулярні усамітнення та невротична поведінка. Значна частка їхнього життя проходить саме в кіберпросторі, де вони набираються знань та цінностей і в залежності від свого оточення покоління Z дуже цінує друзів та батьків. Постійне перебування в інтернеті зробило з них людей «залежних» від свого комфорту в усіх смислах, це формулює складнощі в соціальній сфері та сфері обов'язків. Можна сказати, що для повноцінного життя цьому поколінню не вистачає лише вирішення власних психологічних конфліктів, в усьому іншому воно перевершує своїх попередників і в більшості своїй націлено на індивідуальний успіх.

ВИСНОВОК

Завершивши шлях написання курсової слід підвести підсумки загальної роботи. Головною метою цієї роботи було визначити самостійність і відособленість у світосприйнятті кожного покоління, і в першу чергу нас цікавив опис та прогноз типових поколінню Z рис. Можна сказати, що з цією задачею ми впоралися, хоч перелік ознак інтернет-покоління і вийшов достатньо не структурований та «авторський», ми в першу чергу

мали на меті створити загальну картину, оскільки звичайно робити певні об'єктивні і безперечні висновки спираючись на цю теорію поколінь неможливо. Саме тому в роботі наявно так багато припущень та оціночних суджень, яким ми намагалися надати прийнятний, академічний формат.

Якщо аналізувати вже написаний перший розділ, то можна впевнено сказати, що це чудовий теоретичний «розогрів» для подальшого розгляду теорії поколінь в більших подробицях. Цей розділ є необхідним саме у формі введення, оскільки це дає змогу розібратися і осягнути передумови становлення теорії Н. Штрауса і В. Хоува. Місце критики в першому розділі також є важливим, тому що розглядати теорію поколінь з академічної точки зору без критики в цій курсовій було б недоцільним, а додавши критику ми даємо більш повне розуміння того, що ця теорія не є прийнятною в науковому колі і заслуговує на доопрацювання.

В другому розділі ми зосереджуємось на поколінні Z, яке відоме як інтернет покоління, тут була спроба створити певний збірний образ з рис та особливостей цього покоління в умовах інформаційної доступності. В курсовій це завдання можна вважати здійсненим, однак, були проблеми зі структуруванням та логічною зв'язністю підтем один з одним. Однак, оскільки ця тема є доволі глобальною і потребує значного часу, щоб бути вивченою доцільно можна вважати, що ми провели значне поле досліджень аби виявити найважливіші аспекти мисленнєвої, поведінкової та психологічної моделі покоління Z.

В першому підрозділі другого розділу було взято за розгляд

специфічну тему, яка достатньо влучно описує одну з трансформованих під дією інтернету рис. Соціальна нестабільність як особистісна ознака на нашу думку якнайкраще підходить для глибинного аналізу покоління Z. Можна вважати завдання по знаходженню поведінково-психологічних ознак виконаним успішно. Як нам здається, з усієї курсової роботи саме ця частина влучніше усього передає задум по розкриттю теми самобутності покоління Z.

Щодо роботи над третім розділом, можна сказати, що мета продемонструвати переваги інформаційного покоління в умовах сучасного світу була доволі проблематичною, тому що гіпотетичні тексти, якими ми користувалися для аналізу не надавали вичерпної інформації по темі. Однак, певним чином можна вважати, що з завданням ми впорались, але лише за умови інтерпретації знайденого матеріалу. Оскільки тематика переваг і позитивних проявів інформаційного покоління в дорослому житті та трудовій сфері в науковій базі досі залишається не дослідженою повноцінно ми шляхом аналізу створили і описали своє бачення цього питання.

Якщо ж говорити, чи виправдано було досліджувати покоління Z через систему, що створив Н. Хоув і В. Штраус, то можна сказати, що ця теорія задає не зовсім чіткі межі по відношенню до дослідження того чи іншого покоління. Однак, так як нами було поставлено завдання в оглядовому форматі дізнатися більше про відомості покоління і створити певний образ, то в цьому випадку теорія поколінь підходить нам достатньо добре. Однак, як можна побачити в самій курсовій роботі через надмірну «об'єктивацію», мішанину різних рис та велику кількість

ймовірностей побудувати цілком логічний зв'язок з цих аспектів виявилось доволі складно.

Бібліографія:

1. Ю.В. Асташова. ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ В МАРКЕТИНГЕ : спец. УДК 658.8 + 658 "Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент»". С. 110.
2. Виктория МЕРЗЛЯКОВА. Альтернативные модели успешности в современной культуре: дауншифтинг. // Вестник общественного мнения .№ 4 (96) июль–август 2008. С. 33-37.
3. Воржакова Ю. П. КЛАСИФІКАЦІЯ КАДРОВИХ РИЗИКІВ ПОКОЛІНЯ Z : спец. УДК 331.101:65./ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК НТУУ «КПІ», 2019. С. 235- 237.
4. Вплив глобалізації на розвиток локальних цивілізацій: ключові аспекти / О. Коппель, Ю. Цирфа // Віче. - 2010. - № 17. С. 33-34.
5. Жиль Липовецки. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме //СПб.: издательство "Владимир Даль". 2001.. – с. 79-83.
6. В.О. Заболотна. Феномен лояльності персоналу в контексті різних поколінь "кафедра соціальної психології Київського університету імені Тараса Шевченка, Київ, Україна" / В.О. Заболотна., 2015. С.71.
7. Карнышев А. Д., Иванова Е. А. Феномен Греты Тунберг как индикатор глобальных и этнорегиональных проявлений экологического патриотизма // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2019. С. 40-41.
8. Уплив глобалізації на розвиток локальних цивілізацій: ключові

аспекти / О. Коппель, Ю. Цирфа // Віче. - 2010. - № 17. С. 33-34.

9. Культурология: Учебник / Под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. — М.: Высшее образование, 2005. — с. 268-270.

10. Малетин С.С. Особенности потребительского поведения поколения Z / Малетин С.С., 2017. С. 3354.

11. Маргарет Мид - "Культура и мир детства" - М.: Наука, 1988 – с.209 – 210.

12. Виктория МЕРЗЛЯКОВА. Альтернативные модели успешности в современной культуре: дауншифтинг. // Вестник общественного мнения .№ 4 (96) июль–август 2008. С. 33-37.

13. Подік І. І. Студенти Z: особливості та перспективи / І. І. Подік // Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. – 2017. – Вип. 159. – С. 131-132.

13. Попов Н.П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? //Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2018. С.312 – 313.

14. Решетников О.В. ПОКОЛЕНИЕ Z И НЕДАЛЕКОЕ БУДУЩЕЕ РЫНКА ТРУДА / Журнал «Директор по персоналу». Школьные технологии. 2014. С. 7.

15. Ростова, А. Т. Циклическое воспроизводство социальных тенденций в теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува / Ростова А. Т. // *Juvenis scientia*. – 2018. – № 7. – С. 33-35.

16. Савченков О. Г. КЛІПОВА СВІДОМІСТЬ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ / Савченков О. Г. – Збірник наукових праць "Гілея", випуск 139. С. 76-77.
17. Сапа А. В. (2015) Поколение Z — поколение эпохи ФГОС // Психолог в школе. № 8 (20). С. 25-26.
18. Sitkar V. I. - «GENERATION Z»: SUBCULTURAL PARADIGM.//International scientific and practical congress. March 31, 2017 Geneva (Switzerland). С. 128.
19. Сітнікова І. О. Шляхи пристосування брендів під нове покоління Z через маркетингове управління / І. О. Сітнікова ; наук. кер. М. В. Кіндій // Тези доповідей V Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління» : 2017 р., м. Київ. С. – 88.
20. К. М. Шах, І. М. Зарішняк. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ПОКОЛІННЯ Z : спец. УДК 378.147:004. С. 213.

Електронні джерела:

1. Аветісова Ірина Сергіївна, Бойчун Владислава Володимирівна. - ФЕНОМЕН «КЛІПОВОГО МИСЛЕННЯ» В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ ВНЗ. С. 412. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/perspectives-of-world-science-and-education_27-29.11.19.pdf.

2. Богданов Дмитрий Владимирович. Ценностные установки «общества переживаний». / Богданов Дмитрий Владимирович // Выпуск №4 (32), апрель 2019. С.438-439. – Режим доступа до ресурсу:
<file:///C:/Users/HOME/Downloads/tsennostn-e-ustanovki-obshhestva-perejivaniy.pdf>.
3. Олеся Гудзенко. Соціальний активізм як практика формування мережевих суспільних рухів [Електронний ресурс] / Олеся Гудзенко. С.52-53. – Режим доступа до ресурсу:
<file:///C:/Users/HOME/Downloads/1442-Article%20Text-2663-1-10-20200115.pdf>
4. Сайкина Гузель Кабировна. ПОКОЛЕНИЕ Z: ЦИФРОВОЙ СУПЕРИНТЕЛЛЕКТ ИЛИ ЦИФРОВОЕ СЛАБОУМИЕ? [Електронний ресурс] / Сайкина Гузель Кабировна. С. 198 – 200. – Режим доступа до ресурсу:
https://kpfu.ru/portal/docs/F31645933/Sadykovskie.chteniya_2019_2_.pdf#page=194.
5. Жога М.М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДІТЕЙ ЦИФРОВОГО СВІТУ. С. – 34. [Електронний ресурс] / Жога М.М. – Режим доступа до ресурсу: <https://stu.cn.ua/media/files/conference/yn18-t1.pdf>.
6. Зайцева Н. А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? //Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. [Електронний ресурс]:
[file:///C:/Users/HOME/Downloads/teoriya-pokoleniy-m-razn-e-ili-odinakov-e%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/teoriya-pokoleniy-m-razn-e-ili-odinakov-e%20(1).pdf)
7. ВИТАЛИЙ КУРЕННОЙ. Общество переживаний. (2012). : веб-сайт. URL: – <https://postnauka.ru/tests/155167>.

8. Литвиненко Леся Анатоліївна. Кліпове мислення та профілактика його розвитку в процесі навчання [Електронний ресурс] / Литвиненко Леся Анатоліївна – Режим доступу до ресурсу:

<https://vseosvita.ua/library/klipove-mislenna-ta-profilaktika-jogo-rozvitku-v-procesi-navcanna-7545.html>

9. Психологические особенности поколения Z. С. 5. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

http://leda29.ru/uploads/com_files/02_2018_psihologicheskie_osobennosti_pokoleniya_Z.pdf.

10. Оксана Лютак. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ У КОНСУЛЬТУВАННІ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ/№ 23. 2019.

[Електронний ресурс]: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/3929-11587-1-SM.pdf> с. 95-96.

11. Немеш Олена. ВПЛИВ МЕДІА НА СОЦІАЛІЗАЦІЮ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ / Немеш Олена // Випуск 14, 2020 Збірник наукових праць РДГУ. с. - 169. – Режим доступу до ресурсу:

<http://repository.rshu.edu.ua/id/eprint/203/1/Немеш%20О..pdf>.

12. Решетников О.В. ПОКОЛЕНИЕ Z И НЕДАЛЕКОЕ БУДУЩЕЕ

РЫНКА ТРУДА [Електронний ресурс] / Решетников О.В. С. 11-12. –

Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/HOME/Downloads/pokolenie-z-i-nedal-koe-budushee-r-nka-truda%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/pokolenie-z-i-nedal-koe-budushee-r-nka-truda%20(1).pdf).

13. Темнова Лариса Витальевна, Медникова Мария Михайловна -

ВЛИЯНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА НА

КОММУНИКАЦИЮ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЙ Z И Y. С. 2-3.

[Электронный ресурс] / – Режим доступа до ресурсу:

<file:///C:/Users/HOME/Downloads/vliyanie-virtualnogo-prostranstva-na-kommunikatsiyu-predstaviteley-pokoleniy-z-i-y.pdf>.

14. Франко Б. Пересматривая медиаактивизм : веб-сайт. URL: – <http://geftr.ru/archive/13394>.

15. Чичинська О.В. - Психологічні особливості представників з покоління. С.- 6. - [Электронный ресурс]:

[file:///C:/Users/HOME/Downloads/3734-Текст%20статті-6302-1-10-20200112%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HOME/Downloads/3734-Текст%20статті-6302-1-10-20200112%20(1).pdf)

16. Е. Н. Шапинская. Эскапизм в пространстве массовой культуры.

С.183 – 184. [Электронный ресурс] / Е. Н. Шапинская. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <file:///C:/Users/HOME/Downloads/eskapizm-v-prostranstve-massovoy-kultur.pdf>

Електронні джерела англійською мовою

1. Darla Rothman. A Tsunami of Learners Called Generation Z

[Электронный ресурс] / Darla Rothman. С. - 2. – Режим доступа до ресурсу:

https://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf

2. J. O’Shaughnessy, N. J. O’Shaughnessy - The consumer society and

hedonism. С.526-528. [Электронный ресурс]– 2002. – Режим доступа до ресурсу:

<file:///C:/Users/HOME/Downloads/10.1108@03090560210422871.pdf>

3. Tracy Francis and Fernanda Hoefel. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies [Электронный ресурс] / Tracy Francis and Fernanda Hoefel // CONSUMER PACKAGED GOODS. С. 8. – Режим доступа до ресурсу: <http://innovationinsider.com.br/wp-content/uploads/2019/05/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.pdf>.