

## ЦІННОСТІ ТА ЖИТТЄВІ СМИСЛИ ЮНАЦТВА УКРАЇНСЬКОГО ВІДЛУННЯ-ПОКОЛІННЯ Y

*К. М. Бондар, м. Кривий Ріг*

Узагальнено тенденції соціалізації молодих людей 18-20 років у контексті концепції переходу від цінностей відлуння-покоління Y до цінностей покоління Z. Емпіричним шляхом за допомогою методу якісних структур (І. Калінаускас, М. Бахтін), кореляційного аналізу та методу встановлення кореляційних плеяд виявлено психологічні взаємозв'язки ціннісної і смислової сфери та копінг-стратегій української молоді. Встановлено, що для цієї вікової групи основною цінністю є гедонізм, а життєвими цілями – влада, статус, саморегуляція. З'ясовано, що типові для вибірки поведінкові копінгі мають неадаптивний характер, проте в деяких випадках, у кризових ситуаціях вони можуть ставати адаптивними. За методологічну основу дослідження взято ідею Д. О. Леонтьєва про систему життєвих смислів людини (на основі чуттєвого досвіду та суб'єктивної інтерпретації і перетворення об'єктивної реальності у всіх взаємовідносинах з навколишнім світом) та ідею N. Howe і W. Strauss про прагнення кожного наступного покоління відрізнятись від попереднього.

*Ключові слова:* ціннісно-смилова сфера, теорія поколінь, метод якісних структур.

*Проблема.* Серед професійних планів та освітніх перспектив сучасної української молоді досить популярною є ідея академічної мобільності, що спрямована на закордонні навчальні заклади. Не тільки значна частина студентства, а й школярі прагнуть набути досвіду навчання поза межами України. Такі освітні домагання молоді передбачають не тільки сподівання на якісну професійну освіту з боку самих молодих людей, а й очікування гарантованої професійної кар'єри, особливо з боку їхніх батьків. Останні найчастіше стають не тільки прибічниками таких освітніх планів, а й спонсорами молодих людей.

У психологічній практиці одним з типових звернень є скарга батьків на те, що юнаки й дівчата, повертаючись із дипломами зарубіжних вишів, несподівано для родичів починають ухилятися від активного пошуку роботи або відверто не бажають влаштовуватися працювати за спеціальністю чи виконувати будь-яку іншу роботу. Очікувані “якісні” зміни системи переконань юнацтва в бік європейських цінностей та конкурентоспроможності обертаються соціальною проблемою утримання батьками дорослих дітей, які при цьому явно переоцінюють свої можливості. Таку поведінку О. Г. Асмолов називає “синдромом гидкого каченяти” (очікування, що світ без особистих зусиль індивіда відкриє його

унікальність), а М. Wilson означив це соціальне явище як “синдром переповненого гнізда” (відтягування переходу до дорослого життя) [22].

Одноєю із психологічних причин такої поведінки молоді називають вибір “магічної дійсності”, який підміняє процес тверезого, реалістичного усвідомлення власних можливостей ілюзорним вибором багатоваріантних можливостей віртуальної гіперреальності, що втілюють ідеал успіху та комфорту [2; 7; 9; 16]. Подібне викривлене, “синдромальне” ставлення до переходу в дорослість сучасні науковці інтерпретують як особливість усієї генерації “покоління бумеранга” [5; 9]. Особливо таке трактування характерне для концепції покоління Y [14]. Отож актуальним завданням стає дослідити, чи справді існують означені феномени формування ціннісно-сислової сфери українського відлуння-покоління Y, або ж спростувати їх наявність.

На думку N. Howe і W. Strauss, дослідників концепції поколінь, існує закономірність щодо впливу соціальних піднесень і криз у суспільстві на активність спільноти, яка в такий спосіб формує доміантні та рецесивні генерації [13]. Відповідно, молоді люди віком до 35 років поділяються на *покоління Y* (відлуння-бумери, улло, “покоління трофеїв”) і *покоління Z*, які є рецесивними (у розумінні концепції поколінь – соціально пасивні). Тлом дитинства та юності цих людей стали непрості політичні та економічні події 2004–2013 років. Слід зазначити, що, за даними досліджень психологічних характеристик поколінь Східної Європи, спостерігається зсув генерацій на 5-10 років [3; 6; 9].

*Мета дослідження:* емпіричний аналіз специфіки окремих феноменів структури ціннісно-сислової сфери та поведінки зазначеного покоління.

Покоління – це спільноти (когорти) людей, об’єднаних не тільки віковою схожістю, а й спільними цінностями, сформованими у віці 10-12 років під впливом певного культурно-історичного контексту [14]. На думку фундаторів теорії поколінь N. Howe і W. Strauss, кожні чотири покоління складають певний цикл (80-90 років). Після завершення циклу починається повторення: цінності п’ятого покоління стають схожими з цінностями першого [13, р. 85]. В основі сучасних досліджень психології розвитку, окрім вікової періодизації становлення особистості, лежить феноменологія поколінь. Зокрема, виокремлюють традиційне GI, або героїчне, покоління (народжені до 1943 року), мовчазне покоління (народжені до 1958 року), покоління X, або прагматичне покоління (народжені до 1977 року), покоління Y (народжені після 1981 року) та покоління Z (народжені після 2001 року). Ці генерації, на думку дослідників, мають схожі моделі поведінки архетипного характеру: “ідеалісти”, “ті, що реагують”, “громадські”, “ті, що пристосовуються”

(класифікація за більш ранніми публікаціями авторів). Люди, народжені на стику поколінь, частково є носіями цінностей сусідніх груп й утворюють так звані відлуння-покоління, які виступають в ролі “посередників” між попередньою і наступною віковими когортами [14, р. 19].

Феномен “посередництва” можна описати на основі аналізу його аспектів: якості як параметра функціонування, аспекту організації та координації і, зокрема, загального аспекту – аспекту зв’язку. Для цього спробуємо класифікувати дослідження психологічних характеристик, які стосуються поколінь Y і Z.

*По-перше*, покоління Y називають “Google”, “народженими в цифрі”, оскільки досвід раннього періоду соціалізації припав на час, коли Інтернет викликав глобальний переворот у традиційних медіа [1; 4; 7; 11; 16]. Більшість дослідників цієї тематики відмічають такі психологічні характеристики покоління:

1) “інформаційна дигітальність” – порушення функцій уваги та запам’ятовування навчального матеріалу, що зумовлено орієнтацією на цифрові технології та гейміфікацію навчання (M. Арпентьева, A. Borgmann, Q. Wang, M. Wilson);

2) “обсесивний fitbit” – нав’язливе бажання фотофіксації подій життя з подальшим опублікуванням їх у соціальній мережі (L. Gratton, C. Egri);

3) егоцентризм “мережевих поглядів” як неаргументована віра в авторитетність публікацій, які викладаються в соціальні мережі, та “необґрунтований оптимізм” щодо особистого потенціалу (L. Gratton) [3; 17; 21].

*По-друге*, порівняно зі стилями виховання попередніх поколінь, які були центровані на потребах розвитку дітей, покоління Y привнесло в соціалізацію свою та своїх дітей ідею про безумовну успішність у втіленні мрій та безкомпромісне настановлення досягати запланованого за всяку ціну [4; 5; 11; 12; 13; 18]. Поява таких поглядів зумовила перебудову соціально-психологічних очікувань молоді. Отож емпірично було вивчено “генерацію трофеїв” як вид соціальної поведінки, де “популярні” досягнення є основною ознакою успішності людини [1; 17]. У публікаціях описано мотиви прагнення успіху та визнання покоління X, які виражаються в ідеї “відкрити світові власну унікальність” [2; 19]. Такі очікування відкриття талантів реалізуються через “повсякденну креативність” створення блогів, селфі, каверів тощо, а також знаходять утілення через участь у талант-шоу, завдяки яким уможливорюється соціальне підтвердження унікальності власної особистості [7; 14].

*По-третє*, посилюються тенденції егоцентризму і водночас політичного конформізму [1; 6; 7; 9; 10; 18; 19], а тому матеріальні цінності, соціальні проблеми, традиції покоління Y цікавлять меншою

мірою, ніж різноманітність їхнього емоційного досвіду [11]. За даними соціологічних опитувань, на Заході незаможних представників покоління Y більше цікавлять гроші, а багатих – екологія [11].

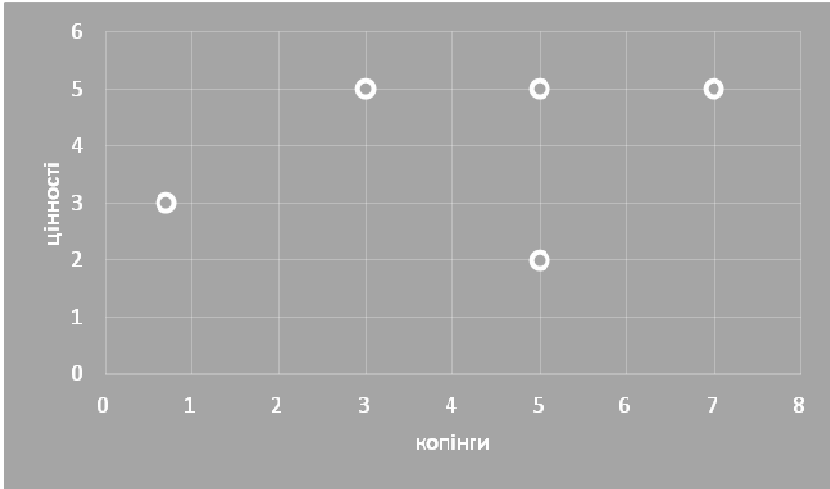
Щоб узагальнити тенденції становлення відлуння-покоління (далі – покоління) на стику завершення соціалізації покоління Y та початку соціалізації покоління Z, змодельймо психологічні характеристики ціннісної і смислової сфери та поведінки за допомогою методу якісних структур. Цей метод розробив І. Калінаускас на основі методології М. Бахтіна. За методологічну основу візьмемо ідею Д. Леонтьєва (про “систему життєвих смислів людини”, яка формується шляхом чуттєвого досвіду та створюється безпосередньо особистістю на основі суб’єктивної інтерпретації і перетворення об’єктивної реальності у всіх взаємовідносинах з навколишнім світом) та ідею N. Howe і W. Strauss про прагнення кожного наступного покоління відрізнятись від попереднього.

Для емпіричного дослідження ми скористалися методиками вивчення ціннісно-смислової сфери, серед яких: “Дослідження систем життєвих сенсів” за Д. Леонтьєвим, “Опитувальник цінностей” Ш. Шварца, “Способи подолання як поведінковий патерн” Р. Лазаруса і С. Фолкмана. За допомогою стратометричного відбору було сформовано вибірку. Вона складалася із 103 осіб віком від 16 до 18 років (студентів вишів і коледжів та школярів м. Кривий Ріг), які відповідно до теорії поколінь народилися на стику поколінь у 2000–2002 роках та є відлунням покоління Y. Для моделювання якісних структур як вісь було використано діагностичні шкали методики “Дослідження систем життєвих смислів” за Д. Леонтьєвим та шкали, що визначають поведінкові патерни подолання кризових ситуацій за методикою “Способи подолання як поведінковий патерн” Р. Лазаруса і С. Фолкмана (рис. 1).

Отже, щоб підтвердити теоретичне припущення щодо характеристик покоління Y, проведемо емпіричне дослідження:  $H_0$  – досліджувана вибірка відповідає більшою мірою характеристикам покоління Y;  $H_1$  – вибірка відповідає характеристикам покоління Z (це означає що для генерацій сучасної української молоді не справджується закономірність відставання, яка обстоюється в концепції поколінь Західної Європи).

Для аналізу отриманих результатів було використано методи описової статистики (кореляція за критерієм Пірсона, виявлення тенденцій розподілу). Аналіз тенденцій нормального розподілу та кореляцій за критерієм Пірсона за методикою систем життєвих сенсів дав змогу виявити певні особливості соціалізації вибірки (рис. 2).

1) Система С2 – статусні сенси ( $M_0=6$ ) – найбільш виражений показник вибірки; імовірно, для цієї групи характерна боротьба за досягнення певного соціального становища;

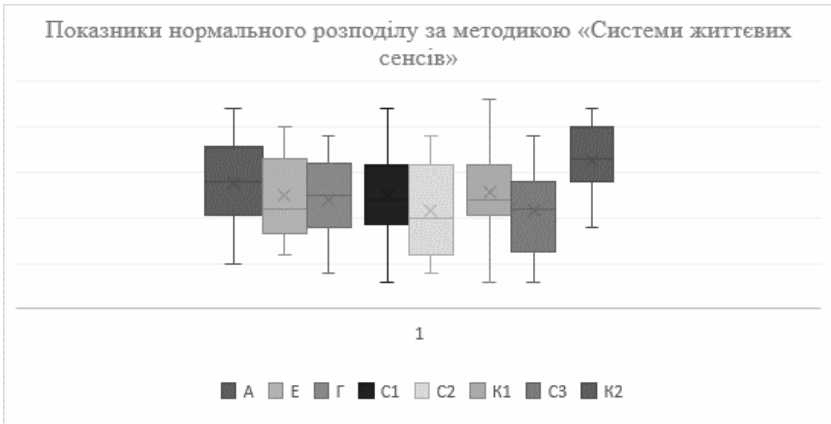


Примітка: Вісь У: найменування шкал за методикою Д. Леонтьєва (1-8): 1–А–альтруїстичні, 2–Е–екзистенційні, 3–Г–гедоністичні, 4–С1–самореалізація, 5–С2–статусні, 6–К1–комунікативні, 7–С3–сімейні, 8–К2–когнітивні; вісь Х: найменування шкал за методикою копінг-стратегій: 1–К–конфронтація; 2–Д–дистанціювання; 3–С–самоконтроль; 4–П1–пошук соціальної підтримки; 5–П2–прийняття відповідальності; 6–В–втеча-уникання; 7–П3–планування вирішення проблем; 8–П4–позитивна переоцінка.

Рис. 1. Модель цінностей та поведінкових патернів на основі методу якісних структур

2) на противагу попередній тенденції, категорія К2 – система когнітивних сенсів ( $M_0=15$ ) – яскраво виражена лише в одного респондента. Отже, враховуючи дані щодо вибірки, можна припустити, що когнітивна система сенсів не є визначальною в образі Я, оскільки відлуння-бумерам властиве сприймання інформації у вже готовому вигляді на сенсорному рівні;

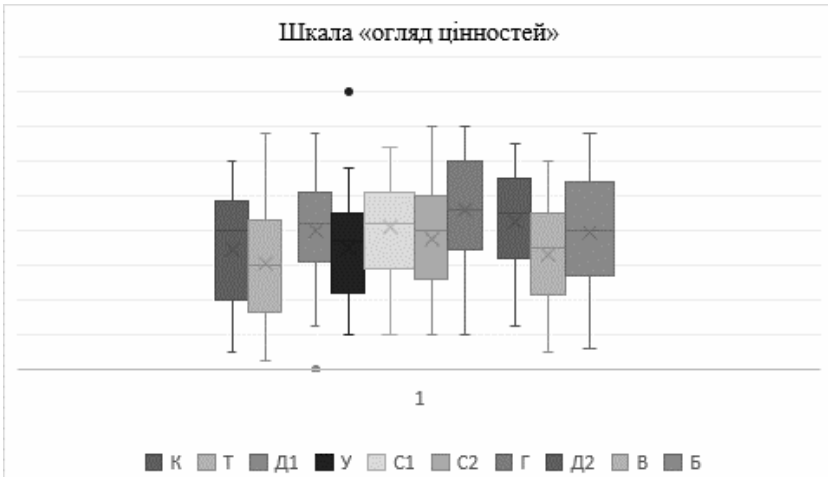
3) за критерієм Пірсона встановлено лише один сильний прямий зв'язок ( $r=0,528$ ,  $p \leq 0,001$ ) між II та III (гедонізм-екзистенція). Це може свідчити про наміри суб'єкта реалізувати особистісний потенціал в умовах “позитивного проживання” від саморозвитку та внутрішнє задоволення від власного успіху.



Примітка: Найменування шкал за методикою Д. Леонтьєва: А–альтруїстичні, Е–екзистенційні, Г–гедоністичні, С1–самореалізація, С2–статусні, К1–комунікативні, С3–сімейні, К2–когнітивні.

Рис. 2. Показники нормального розподілу за методикою “Системи життєвих сенсів”

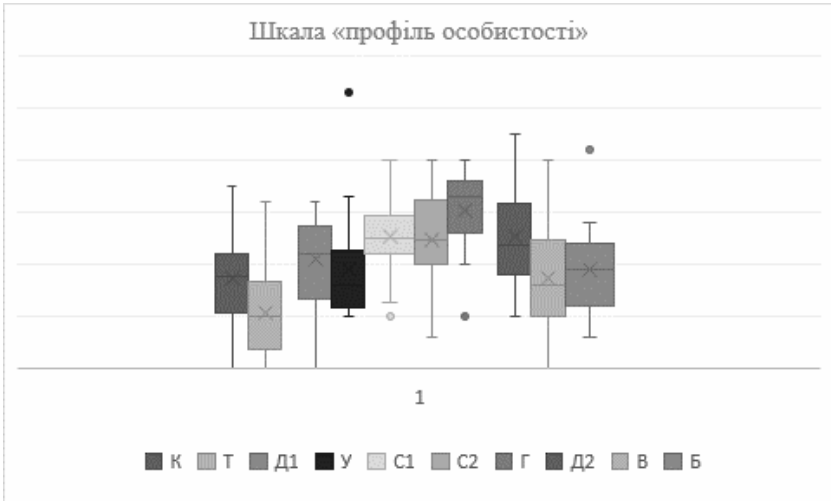
Опитувальник Ш. Шварца складається із двох частин: “огляд цінностей” і “профіль особистості”. Шкала “огляду цінностей” призначена для вивчення цінностей, ідеалів і переконань, що впливають на особистість з боку зовнішнього середовища на рівні нормативних ідеалів. Шкала “профілю особистості” базується на рівні індивідуальних пріоритетів: те, що особистість у собі сформувала, змогла рефлексувати; те, що є стабільним у її житті і на що вона інтуїтивно спирається. Результати аналізу представлено на рис. 3. Таким чином, можна виокремити переконання, які презентують ціннісну сферу відлуння-бумерів: переважають гедоністичні цінності ( $Y_{(n=103)}=4,6$ ) – задоволення і насолода життям у цілому, стимуляція ( $Y_{(n=103)}=4,6$ ), конформізм ( $Y_{(n=103)}=4,1$ ) – традиції, що мають характер прийняття форм обрядів, вірувань, норм поведінки, прийняття звичаїв, які існують у культурі, влада ( $Y_{(n=103)}=4,05$ ) – досягнення соціального статусу або престижу, контролю або домінування над людьми і засобами, а саме здобуття авторитету, збереження свого суспільного іміджу і суспільне визнання, доброта ( $Y_{(n=103)}=4,0$ ) – наголос на благополуччі в повсякденній взаємодії.



Примітка: найменування шкал за методикою Ш. Шварца: К(ср)–конформність (середнє значення), Т–традиції, Д1–доброта, У–універсалізм, С1–самостійність, С2–стимуляція, Г–гедонізм, Д2–досягнення, В–влада, Б–безпека.

Рис. 3. Показники нормального розподілу за опитувальником Ш. Шварца

Особливості профілю особистості представлено на рис. 4. Шкала “профіль особистості” включає в себе тетраду особистісних цінностей: переважання гедонізму ( $\Sigma n=10s=3,17$ ); внутрішнє прийняття цінності через “самостійність” ( $\Sigma n=10s=2,4$ ) та “стимуляцію” ( $\Sigma n=10s=2,36$ ) – полягає в прагненні до новизни і глибоких переживань, бажанні бути автономним; похідну від органічної потреби в самоконтролі, що підкріплюється стимуляцією і породжує цінність “досягнення” ( $\Sigma n=10s=2,3$ ). Низький показник групи цінностей “традиції” ( $\Sigma n=10s=1,02$ ) говорить про слабе особисте прийняття традиційних ідей, які існують у культурі (смирненість, благочестя, прийняття своєї долі), і так само слабе дотримання їх. Можна припустити, що відлуння-бумерам не властивий конформний і традиційний способи поведінки, вони протиставляють цьому автентичність особистості та прагнуть автономності.

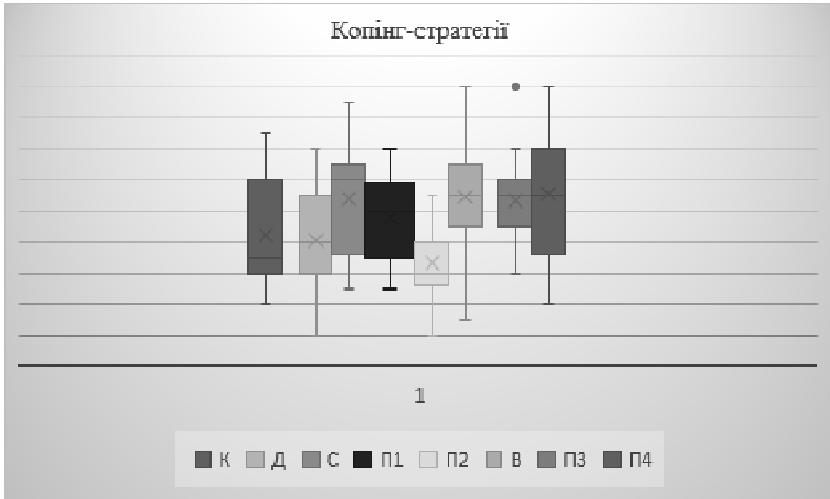


Примітка: найменування шкал за методикою Ш. Шварца: К(ср)–конформність (середнє значення), Т–традиції, Д1–добота, У–універсалізм, С1–самостійність, С2–стимуляція, Г–гедонізм, Д2–досягнення, В–влада, Б–безпека.

Рис. 4. Показники нормального розподілу за опитувальником Ш. Шварца

Як видно з рис. 5, у досліджуваній вибірці (N=103) найбільшою мірою представлені такі поведінкові копінг-стратегії: втеча-уникання (Mo=11), планування вирішення проблем (Mo=11) та позитивна переоцінка (Mo=11), самоконтроль (Mo=12). Кореляційний аналіз за критерієм Пірсона дав змогу виявити такі сильні прямі кореляції: між конфронтацією і втечею-униканням ( $r=0,661$ ,  $p \leq 0,005$ ); дистанціюванням і самоконтролем ( $r=0,577$ ,  $p \leq 0,005$ ); втечею-униканням і самоконтролем ( $r=0,564$ ,  $p \leq 0,005$ ); позитивною переоцінкою і пошуком соціальної підтримки ( $r=0,528$ ,  $p \leq 0,005$ ).

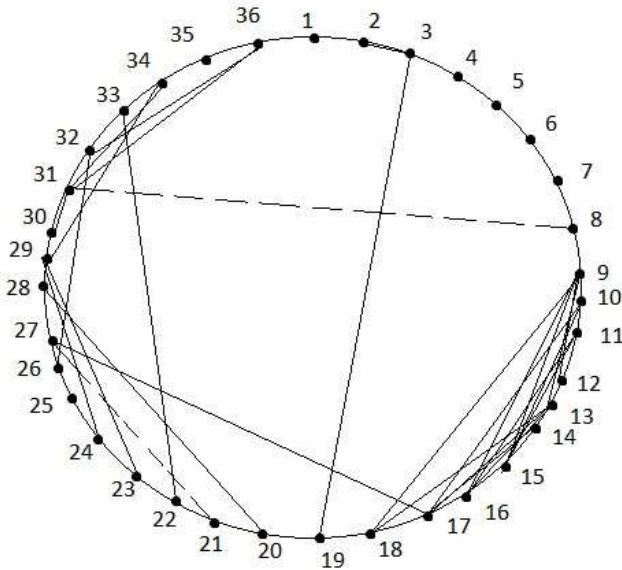




Примітка: Найменування шкал за методикою копінг-стратегій: К–конфронтація; Д–дистанціювання; С–самоконтроль; П1–пошук соціальної підтримки; П2–прийняття відповідальності; В–втеча–уникання; П3–планування рішення проблем; П4–позитивна переоцінка.

Рис. 5. Показники нормального розподілу за методикою Р. Лазаруса і Г. Фолкмана

Щоб порівняти результати, зводимо показники досліджуваних в z-одиниці за допомогою SPSS, що дає змогу провести кореляційний та кластерний аналіз поведінкових тенденцій і ціннісних смислів відлуння-бумерів. На основі кореляційного аналізу за критерієм Спірмена було змодельовано кореляційні плеяди між методиками (рис. 6). Сильний прямий кореляційний зв'язок говорить про такі тенденції поведінки відлуння-бумерів: зв'язок копінгів уникання та конфронтації може поглиблювати тенденцію ворожості при встановленні взаємовідносин та формувати негативне ставлення до об'єктивного світу, а також спричинювати імпульсивність у формуванні власних цілей, планів. Виразний прямий зв'язок між позитивною переоцінкою та прийняттям відповідальності оприявнює тенденцію до посилення інтернальності в процесі розв'язання проблеми та оцінки отриманого результату. У ситуації емоційного дискомфорту юнаки й дівчата, коли не можуть вирішити посталі проблеми, обирають копінг відсторонення від ситуації. Крайнім варіантом такого типу реакції є уникання ймовірної "програшної" ситуації (наприклад, відкладання в часі особистої відповідальності за вибір професії).



Примітка: найменування шкал за методикою Д. Леонтьєва (1-8): 1–А–альтруїстичні, 2–Е–екзистенційні, 3–Г–гедоністичні, 4–С1–самореалізація, 5–С2–статусні, 6–К1–комунікативні, 7–С3–сімейні, 8–К2–когнітивні; найменування шкал за методикою Ш. Шварца “огляд цінностей” та “профіль особистості” (9-28): 9, 19–К–конформність, 10, 20 –Т–традиції, 11, 21–Д1–доброта, 12, 22–У–універсалізм, 13, 23–С1–самостійність, 14, 24–С2–стимуляція, 15, 25–Г–гедонізм, 16, 26–Д2–досягнення, 17, 27–В–влада, 18, 28–Б–безпека; найменування шкал за методикою копінг-стратегій (29-36): 29–К–конфронтація; 30–Д–дистанціювання; 31–С–самоконтроль; 32–П1–пошук соціальної підтримки; 33–П2–прийняття відповідальності; 34–В–втеча-уникання; 35–П3–планування рішення проблем; 36–П4–позитивна переоцінка.

Рис. 6. Кореляційні плеяди між методиками двосторонньої значущості за критерієм Спірмена (на рівні  $p \leq 0,005$ )

Відтак спробуємо простежити такі тенденції:

1. Показник “влада” “огляду цінностей” пов’язаний із “профілем особистості” “влада” на рівні ( $r_s=0,570$ ,  $\hat{p} \leq 0,005$ ), а також сенсом “гедонізм” у “профілі особистості” ( $r_s=0,633$ ,  $\hat{p} \leq 0,001$ ). Це свідчить про інтеріоризацію цінності “влади” як особистісної характеристики. Водночас зауважено виразний обернений зв’язок між показниками “особистого

профілю” влади і доброти ( $r_s=0,522$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ). Інакше кажучи, модель “владних цінностей” реплікується зі зразками владної поведінки в суспільстві і транслюється як особистісна цінність відлуння-бумерів із посиленням гедоністичних цінностей і послабленням особистісної значущості цінностей доброти та доброзичливого ставлення.

2. Показник життєвих сенсів – “гедоністичний” – має кореляційні зв’язки з цінністю “профілю особистості” – конформністю ( $r_s=0,584$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ) – та екзистенційними сенсами ( $r_s=0,328$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ). Таку тріаду можна інтерпретувати як поєднання образу системи життєвих сенсів, що має в основі мотив задоволення від стилю життя, із самовіддачею з одночасним стримуванням соціально неприйнятних мотивів, які не відповідають очікуванням суспільства.

3. Копінг “конфронтація” має кореляційні зв’язки з такими цінностями “профілю особистості”, як самостійність ( $r_s=0,536$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ), стимуляція ( $r_s=0,427$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ), та копінгом “втеча-уникання” ( $r_s=0,411$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ). На основі виявлених зв’язків можна припустити, що настановлення на настороженість та вороже ставлення до оточення поєднуються з пошуком відчуття новизни, прагненням до самостійних суджень та бажанням відсторонитись.

4. Поведінковий копінг “прийняття відповідальності” корелює з цінністю універсалізму “особистісного профілю” ( $r_s=0,454$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ). Такий показник може вказувати на тенденцію до певного толерування і прагнення бути відповідальним за свої вибори.

5. Копінг “пошук соціальної підтримки” пов’язаний з особистісною цінністю “досягнення” ( $r_s=0,419$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ), копінгом “позитивна переоцінка” ( $r_s=0,328$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ) і має обернений зв’язок з когнітивним показником систем життєвих сенсів ( $r_s=-0,317$ ,  $\hat{p}\leq 0,001$ ). Така плеяда свідчить про тенденцію продуктивного переосмислення через соціальну підтримку та водночас цінність особистого успіху відповідно до соціальних стандартів. Однак чим сильніший копінг пошуку соціальної підтримки, тим менший ціннісний сенс інтелектуального продукту та саморозвитку в даній вибірці.

*Висновки.* За допомогою методу якісних структур, кореляційного аналізу та методу встановлення кореляційних плеяд проведено емпіричне вивчення психологічних характеристик ціннісної та смислової сфери, копінг-стратегій на стикі завершення соціалізації покоління Y і початку соціалізації покоління Z. З’ясовано, що для досліджуваної вибірки основними цінностями є гедонізм, а життєвими цілями – влада, статус, саморегуляція. Типові для вибірки поведінкові копінги мають неадаптивний характер, проте в деяких випадках, зокрема в кризових ситуаціях, можуть ставати адаптивними. На основі аналізу статистичного розподілу

та встановлення кореляційних плеяд визначено такі тенденції: серед поведінкових копінгів у дівчат вирізняються показники (К) конфронтації, (В) втечі-уникання та (П4) позитивної переоцінки. У хлопців домінують показники (К) конфронтації, (В) втечі-уникання, (П4) позитивної переоцінки та (П2) прийняття відповідальності. Що ж до загальних цінностей, то в хлопців у даній вибірці переважають (Г) гедонізм, (Д2) досягнення, (У) універсалізм, (В) влада, (С1) самостійність, (С2) стимуляція, (Т) традиції на індивідуально-суб'єктивному рівні. Насолода та задоволення (гедонізм) номінуються у вибірці як вище благо, що дає підстави віднести досліджуваних до покоління Z. Встановлення кореляційних плеяд оприявнює зв'язок між екзистенційними системами життєвих смислів і гедоністичними цінностями ( $r=0,6$ ,  $p \leq 0,001$ ), свідчить про повне занурення у вир життя, пошук нового, непізнаного, про спрямованість на саморозвиток і самовдосконалення, що викликає у досліджуваних почуття задоволення з власне самого існування. Отримані емпіричні дані відбивають досить складну й суперечливу картину становлення цінностей, життєвих сенсів та копінг-стратегій покоління молодих українців у ситуації зміни світоглядної парадигми від цінностей відлуння-бумерів до маловивчених цінностей покоління Z.

Виявлення закономірностей динаміки цінностей і сенсів вимагає більшої уваги до кроскультурного аспекту дослідження та розширення вікових меж вибірки, що становить основне завдання подальших авторських наукових розвідок.

### *Л і т е р а т у р а*

1. *Алиференко Е. В.* Психологические особенности формирования системы ценностей через призму смены ценностей поколений / Е. В. Алиференко // SOCIOSPHERE. – 2014. – № 1. – С. 157–158.
2. *Арпентьева М. Р.* Психологические проблемы образовательных медиатехнологий [Электронный ресурс] / М. Р. Арпентьева // Коммуникативные и образовательные возможности современных технологий : сб. мат-лов и докл. Всерос. науч. конф. (с междунар. участием), г. Екатеринбург, 10 марта 2016 г. – Екатеринбург : Инфометод, 2016. – С. 7–10.
3. *Арпентьева М. Р.* Поколение Y: проблемы современной цивилизации / М. Р. Арпентьева // Культурологічний альманах: Ціннісні зміни молоді і сучасні тенденції. – Вінниця, 2015. – Вип. 1. – С. 32–36.
4. *Бережная Н. Ю.* Поколение Next: психологические особенности [Электронный ресурс] / Н. Ю. Бережная // Культура и образование : электрон. ежемес. науч.-практ. журн. – Режим доступа : <http://vestnik-rzi.ru/2015/04/3270>.
5. *Буровихина И. А.* Субъективная картина жизненного пути современных подростков / И. А. Буровихина // Психология. – 2011. – № 4. – С. 148–161.

6. *Иванцов П. П.* Миллениалы в эру приумноженного Я / А. И. Климин, Е. В. Лучук, П. П. Иванцов // Общество, наука, инновации: сборник статей. – Уфа : Аэтерна, 2014. – С. 344–350.
7. *Носова С. С.* Поколение “Y” в контексте сетевого информационно-коммуникативного общества / С. С. Носова // Альманах современной науки и образования. – 2014. – №. 2 (81). – С. 126–128.
8. Студенты. Образ будущего: [Четвертый годовой социологический отчет] [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://institute.gorshenin.ua/programs/annual/3043\\_students\\_obraz\\_budushchego.html](http://institute.gorshenin.ua/programs/annual/3043_students_obraz_budushchego.html).
9. *Хомякова Е. И.* Поколение “Y” в контексте социального взаимодействия в современном обществе / Е. И. Хомякова // Известия Томского политехнического университета. – 2011. – № 6. – С. 317–319.
10. *Asghar R.* What Millennials Want In The Workplace (And Why You Should Start Giving It To Them) / Rob Asghar // Forbes. – 2014. – January 13. – Режим доступа : [2014/01/13/what-millennials-want-in-the-workplace-and-why-you-should-start-giving-it-to-them](http://www.forbes.com/2014/01/13/what-millennials-want-in-the-workplace-and-why-you-should-start-giving-it-to-them).
11. *Borgmann A.* Holding on to Reality: The Nature of Information at the Turn of the Millennium / A. Borgmann. – University of Chicago Press, 1999. – 203 p.
12. *Gratton L.* The Three Paradoxes Of Generation Y [Электронный ресурс] / L. Gratton. – Режим доступа : <http://lyndagrattontofutureofwork.typepad.com/lyndagrattontofutureofwork/2013/06/the-three-paradoxes-of-generation-y.html>.
13. *Howe N.* Generations: The history of America's future, 1584 to 2069 / N. Howe, W. Strauss. – Harper Collins, 1992.
14. *Howe N.* The next 20 years / N. Howe, W. Strauss // Harvard business review. – 2007. – Vol. 85. – P. 41–52.
15. *Egri C. P.* Generation cohorts and personal values: A comparison of China and the United States / C. P. Egri, D. A. Ralston // Organization Science. – 2004. – В. 15. – №. 2. – P. 210–220.
16. Millennials: Confident. Connected. Open to Change [Executive Summary] // Pew Research Center. – 2010. – February, 24. – Режим доступа : <http://www.pewsocialtrends.org/2010/02/24/millennials-confident-connected-open-to-change>.
17. *Schawbel D.* Millennials vs. Baby Boomers: Who Would You Rather Hire? / Dan Schawbel // Time. – 2012. – March 29. – Режим доступа : [vs-baby-boomers-who-would-you-rather-hire/ 2 Ibid](http://www.time.com/time/magazine/2012/03/29/schawbel-millennials-vs-baby-boomers-who-would-you-rather-hire/).
18. *Sier J.* Generation Y thinks work-life balance more important than cash: [Электронный ресурс] / Jessica Sier // AFR. – 2014. – November, 14. – Режим доступа : <http://www.afr.com/p/national/work-space/generation-thinks-work-life-balance-Gwt1CXmsI7ZmY8T>.
19. *Stein J.* Millennials: The me me me generation // Time Magazine. – 2013. – Vol. 20.
20. *Wang Q.* et al. Digitality and materiality of new media: online TV watching in china / Q. Wang // Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. – ACM, 2012. – P. 347–356.
21. *Williams R.* How the Millennial Generation Will Change the Workplace: / Ray Williams // Psychology Today. – 2014. – March, 19. – Режим доступа : [https://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/201403/how-the-millennial-generation-will-change-the-workplace](http://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/201403/how-the-millennial-generation-will-change-the-workplace).

22. Wilson M. How generational theory can improve teaching: Strategies for working with the “Millennials” / M. Wilson, L. E. Gerber // *Currents in teaching and learning*. – 2008. – Vol. 1. – № 1. – P. 29–44.

### References

1. Aliferenko, Ye. V. (2014). Psikhologicheskiye osobennosti formirovaniya sistemy tsennostey cherez prizmu smeny cennostey pokoleniy [Psychological features of formation of system of values through the prism of the changing values of generations]. *Sociosphere* [Sociosphere], vol. 165, [http://sociosphere.com/publication/journal/2014/165/psihologicheskie\\_osobennosti\\_formirovaniya\\_sistemy\\_cennostej\\_cherez\\_prizmu\\_smeny\\_cennostey\\_pokolenij](http://sociosphere.com/publication/journal/2014/165/psihologicheskie_osobennosti_formirovaniya_sistemy_cennostej_cherez_prizmu_smeny_cennostey_pokolenij).
2. Arpentyeva, M. R. (2016). Psikhologicheskiye problemy obrazovatelnykh mediatekhnologiy [Psychological problems in the educational media technologies] *Kommunikativnyye i obrazovatelnyye vozmozhnosti sovremennykh tekhnologiy* [Communicative and educational opportunities of modern technologies] (pp. 7–9). Yekaterinburg: Infometod Publ. (rus).
3. Arpentyeva, M. R. (2015). Pokoleniye Y: problemy sovremennoy tsivilizatsii [Generation Y: challenges of modern civilization] *Kulturologichnyi almanakh: Vypusk 1. Tsinnisni zminy molodi I suchasni tendentsii* [Culturological almanac: Issue 1 “Value shifts of young and modern trends”] (pp. 32–36) Vinnutsia (rus).
4. Berezhnaya, N. Yu. (2015). Pokoleniye Next: psikhologicheskiye osobennosti [Next Generation: psychological features]. *Kultura i obrazovaniye* [Culture and education], <http://vestnik-rzi.ru/2015/04/3270>
5. Burovikhina, I. A. (2011). Subyektivnaya kartina zhiznennogo puti sovremennykh podrostkov [Subjective picture of life path of modern adolescents]. *Psikhologiya* [Psychology], 4, 148–161 (rus).
6. Ivantsov, P. P., Klimin, A. I., Luchuk, E. V. (2014). Millenialy v eru priumnozhenogo Ya [Millennials in an era of increased]. *Obshchestvo, nauka, innovatsii* [Society, science, innovation] (pp. 344–350). Ufa: Aeterna Publ. (rus).
7. Nosova, S. S. (2014). Pokoleniye “Y” v kontekste setevogo informatsionno-kommunikativnogo obshchestva [Generation “Y” in the context of informational-communicative society]. *Almanakh sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Almanac of modern science and education], 2 (81), 126–128 (rus).
8. Studenty. Obraz budushchego: Chetvertyi godovoy sotsiologicheskii otchet [Students. The way of the future: The Fourth annual sociological report, [http://institute.gorshenin.ua/programs/annual/3043\\_studentsi\\_obraz\\_budushchego.html](http://institute.gorshenin.ua/programs/annual/3043_studentsi_obraz_budushchego.html).
9. Homyakova, Ye. I. (2011). Pokoleniye “Y” v kontekste sotsialnogo vzaimod-eystviya v sovremennom obshchestve [Generation “Y” in the context of social interaction in contemporary society]. *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskoho universiteta* [Bulletin of the Tomsk Polytechnic University], 6, 317–319 (rus).
10. Asghar, R. (2014). *What Millennials Want In The Workplace (And Why You Should Start Giving It To Them)*. Forbes, January, 13, [2014/01/13/ what - millennials-want-in-the-workplace-and-why-you-should-start-giving-it-to-them](http://www.forbes.com/2014/01/13/what-millennials-want-in-the-workplace-and-why-you-should-start-giving-it-to-them).
11. Borgmann, A. (1999). *Holding on to Reality: The Nature of Information at the Turn of the Millennium*. University of Chicago Press.

12. Gratton, L. (2013). *The Three Paradoxes Of Generation Y*, <http://lyndagrattontofutureofwork.typepad.com/lyndagrattontofutureofwork/2013/06/the-three-paradoxes-of-generation-y.html>.
13. Howe, N., Strauss, W. (1992). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. Harper Collins.
14. Howe, N., Strauss, W. (2007). The next 20 years. *Harvard business review*, 85, 41–52.
15. Egri, C. P., Ralston, D. A. (2004). Generation cohorts and personal values: A comparison of China and the United States. *Organization Science*, vol. 15, no. 2, 210–220.
16. Millennials: Confident. Connected. Open to Change: Executive Summary, February, 24, 2010, <http://www.pewsocialtrends.org/2010/02/24/millennials-confident-connected-open-to-change>.
17. Schawbel, D. (2012). Millennials vs. Baby Boomers: Who Would You Rather Hire? Time, March, 29, [vs-baby-boomers-who-would-you-rather-hire/](http://www.time.com/time/magazine/2012/03/29/20120329-baby-boomers-who-would-you-rather-hire/) 2 Ibid.
18. Sier, J. (2014). Generation Y thinks work-life balance more important than cash. AFR, November, 14, <http://www.afr.com/p/national/work-space/generation-thinks-work-life-balance> GwT1CXmsl7ZmY8T.
19. Stein, J. (2013). Millennials: The me me me generation. *Time Magazine*, 20.
20. Wang, Q. (2012). Digitallity and materiality of new media: online TV watching in china. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM, 347–356.
21. Williams, R. (2014). How the Millennial Generation Will Change the Workplace. *Psychology Today*, March, 19, <https://www.psychologytoday.com/blog/wired-success/201403/how-the-millennial-generation-will-change-the-workplace>.
22. Wilson, M., Gerber, L. E. (2008). How generational theory can improve teaching: Strategies for working with the “Millennials”. *Currents in teaching and learning*, vol. 1, no. 1, 29–44.

### **Бондарь Е. Н. Ценности и жизненные смыслы юности украинского эхо-поколения Y**

Обобщены тенденции социализации молодых людей 18-20 лет в контексте концепции перехода от ценностей эхо-поколения Y к ценностям поколения Z. Эмпирическим путем с помощью метода качественных структур (И. Калинаускас, Н. Бахтин), корреляционного анализа и метода установления корреляционных пледя выявлены психологические взаимосвязи ценностной и смысловой сферы и копинг-стратегий украинской молодежи. Установлено, что для данной возрастной группы основной ценностью является гедонизм, а жизненными целями – власть, статус, саморегуляция. Определено, что типичные для выборки поведенческие копинги носят неадаптивный характер, однако в некоторых случаях, в кризисных ситуациях, они могут становиться адаптивными. В качестве методологической основы исследования приняты идея Д. А. Леонтьева о системе жизненных смыслов человека (на основе чувственного опыта и субъективной интерпретации и преобразования объективной реальности во всех взаимоотношениях с окружающим миром) и идея N. Howe и W. Strauss о стремлении каждого последующего поколения отличаться от предыдущего.

*Ключевые слова:* ценностно-смысловая сфера, теория поколений, метод качественных структур.

**Bondar K. M. Values and life meanings of the “Y” echo generation youth**

The article presents a synthesis of the tendencies of the 18-20 year old youth socialization in the framework of the concept of transition from the echo generation values to the values of the “Z” generation. Psychological correlation between the value and semantic spheres, and coping strategies of the Ukrainian youth has been empirically proved using the qualitative structures method (I. Kalinauskas, M. Bakhtin), correlation analysis and the method of establishing correlation pleiades. It has been found out that the basic value of this age group is hedonism, and the life goals are power, status, and self-regulation. The behavioral coping strategies typical for the sample are of the non-adaptive kind. However, in some cases and in the situations of crisis they can become adaptive. The methodological foundation of the research is the idea of D. A. Leontiev about a system of personal life expectations of an individual (based on the sensory experience, subjective interpretations, and transformation of the objective reality in the process of interaction with the environment), as well as the idea of N. Howe and W. Strauss regarding the desire of the next generation to differ from the previous one.

*Key words:* value-semantic sphere, theory of generations, method of qualitative structures.