

Кириченко В.В. Психологія покоління «міленіалів». Актуальні проблеми особистісного зростання: Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Житомир, 13 травня 2021 р.) / Ред. колегія: Л. О. Котлова, Г. В. Пирог / М-во освіти і науки України, Житомирський державний університет імені Івана Франка, соц.-псих. факультет. Житомир, Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2021. С.61-64

Напрямок 2. Соціально-психологічні аспекти особистісного зростання в умовах трансформації сучасного суспільства.

Віктор Кириченко

кандидат психологічних наук, доцент кафедри соціальної та практичної психології Житомирського державного університету імені Івана Франка

ПСИХОЛОГІЯ ПОКОЛІННЯ «МІЛЕНІАЛІВ»

На початку ХХІ ст. виникає наукова необхідність дослідження особистості, яка функціонує у межах інформаційного суспільства. Стрімкий науково-технічний прогрес призводить до появи суспільного явища перетину цивілізацій або типів суспільної організації: колоніальної, індустріальної та інформаційної. Різні епохи, як сукупність ціннісно-ідеологічних та культурних орієнтирів людства, перетнулися у межах одного часово-просторового континууму. Автори теорії поколінь Е. Хувер та У. Штраус приходять до висновку, що на відрізку одного століття зустрілися представники чотирьох різних цивілізацій, представники яких мають значні соціально-психологічні відмінності [2]. Перше покоління ХХ ст. традиціоналісти (1925-1945) – люди, які є типовими представниками індустріального суспільства, виробниками матеріальних благ, капіталістами (вкладниками капіталу у природні ресурси). «Бєбі-бумери» (1946-1960) – післявоєнне покоління, яке звикло багато працювати, навчатися, вірило у глобалізацію та можливість утворення наддержави загальносвітового масштабу. Покоління «Х» (1961-1980) були типовими бунтарями та нігілістами, що було спровоковано тривалою консервацією суспільних відносин. Вони виражали супротив проти обмежень расового, гендерного, соціально-економічного характеру. Виразними

представниками цього покоління були субкультури хіпі та панків. «Міленіали» або покоління «Y» (1981-1994) є типовими представниками епохи перехідного індустріалізму. Це люди, які вважають, що найкраще вкладати капітал в знання та освіту, багато подорожують, багато читають. Це перше покоління, яке розуміє силу і ціну інформації. Епоха міленіалів завдячує своїй появі великим ІТ гігантам Adobe, Microsoft, Apple, Macintosh. Її покоління формує основи культури інформаційного суспільства: відкритість інформації, доступність, можливість діалогу з автором, глобалізація інформаційного середовища. Покоління «Z» (з 1995) або як їх називають дослідники «digital natives», «Internet generation» або «screenster» є транскультурною генерацією людей, які одночасно функціонують в межах реального та цифрового світу [1]. Вони давно відчули переваги віртуального світу, тому усталенні цінності попередніх поколінь для них є чужими: вони не є типовими капіталістами (у звичайному розумінні) – не вкладають гроші у нерухомість, виробництво, коштовності. Вони мають у колі спілкування набагато більше віртуальних осіб ніж реальних¹, відкриття і пізнання світу відбувається переважно у цифровій мережі шляхом споживання медіаконтенту. Віртуальний та реальний світ для них є вкрай не диференційованим, тому вони нерідко екстраполюють нереальні закономірності одного з них на фізичні реалії іншого. Психологія покоління «міленіалів» та покоління «Z» відрізняється від попередніх поколінь епохи ХХ ст. та попередніх епох поєднанням віртуальної та реальної складової функціонування особистості, що формує специфічні соціально-психологічні властивості [3]².

- **Глобалізація особистісного простору та життєвого контексту.** Цифрове покоління вже не переймається проблемами та справами регіону й території, на якій воно фізично перебуває. Його життєвий контекст, шляхом використання інформаційно-комунікаційних засобів, постійно

¹ За даними інформаційно-аналітичного бюлетеня «Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки» (№1 від 03.01.2017) у переважній більшості користувачів соціальних мереж коло «віртуальних» друзів складають персони, з якими вони у реальному житті контактують лише у окремих ситуаціях або взагалі фізично не знайомі (від 40 до 85%).

² Частина ідей використані з публічної лекції І. Ігльо, засновника СД Платформи в Україні «Хто вони міленіали?» (22 липня 2018 р., м.Одеса)

розширюється. «Міленіали» та покоління «Z» є громадянами Світу, вони відкриті до нового досвіду та включення у нові співтовариства.

- **Мотивація «на сьогодні».** Представники цього покоління не готові все життя працювати на одному місці, вони легко змінюють роботу, місце життя (регіон, країну), контактне середовище. Для них не болісно втратити друзів, стосунки з близькими. Соціальні мережі дозволяють постійно перебувати на зв'язку та у контексті того, що відбувається поруч. Вони не живуть завтрашнім днем та не вкладають у свою старість, тому вигоду від зробленого вони прагнуть отримати вже сьогодні.
- **Коротка увага та пам'ять.** Це покоління живе за законами стрічки новин соціальних мереж. Типовий представник цієї генерації щоденно споживає інформації більше ніж мешканець середньовічного міста за усе життя. Це призводить до того, що актуальним знання залишаються лише на короткий період, а їх особистісна значущість швидко знижується. Представники покоління «Z» швидко сприймають, переробляють та споживають інформацію, тому прагнуть, щоб усі технології, знання, факти були простими та доступними. Вони не читають так званих «лонгрідів» (long read) та надають перевагу коротким узагальненням суті інформаційного повідомлення.
- **Цинізм.** Глобалізація життєвого контексту призводить до зміни традиційних цінностей. Щоденні новини, популярна телевізійна культура, преса, література роблять такі явища як смерть, війна, насилля звичайними елементами життя. Психологічна неспроможність традиційного реагування на них спричинила появу таких психологічних рис як апатія, цинізм, меркантильність.
- **Рівність усіх.** У межах покоління «міленіалів» та покоління «Z» різко знизився рівень соціальної дистанції. Соціальні мережі дозволили людям, які мають різний соціальний статус та рівень соціального забезпечення, взаємодіяти між собою на рівних умовах. У віртуальному середовищі на перший план виступає зміст інформації, який може об'єднувати або

роз'єднувати людей. Їх обурює безпрецедентна дискримінація та приниження своїх прав, свобод та інших представників світової спільноти.

- **Бути у тренді.** Представники сучасного інформаційного суспільства мають досить високий рівень чутливості до думки оточення, яке за допомогою віртуальних соціальних мереж, має колосальні розміри. Це змушує молодих людей постійно орієнтуватися та вивчати тренди громадськості для того, щоб зрозуміти як правильно думати, одягатися, ставитися, діяти у тому чи іншому випадку. Сучасні представники інформаційного суспільства звикають до того, що публічна частина їх життя є домінуючою порівняно з приватною. Тому, будь-яка дія чи вчинок здійснюються з позицій того, як він буде оцінений оточенням.

- **Низька релігійність.** Представники цифрової епохи відрізняються від своїх попередників високим рівнем релігійного та звичаєвого нігілізму. Вони більшою мірою покладаються на власні сили, допомогу віртуального світу ніж на Бога. Як результат, край рідко відвідують церкву, не сповідують релігійних культів, а за більшістю фактів об'єктивної реальності бачать наукові закономірності, а не Божий задум чи Його волю.

Виокремлені соціально-психологічні характеристики представників цифрової епохи покращують розуміння закономірностей та принципів формування їх картини світу. У першу чергу, це постійна орієнтація на цифрову спільноту та соціальні мережі, які стають чи не основним виміром існування людини.

Список використаної літератури

1. Hoover E. The Millennial Muddle: How stereotyping students became a thriving industry and a bundle of contradictions. *The Chronicle of Higher Education*. 2009. Retrieved 9 (March 2018). URL: <https://www.chronicle.com/article/The-Millennial-Muddle-How/48772> (Last accessed: 01.11.2020).
2. Strauss W., Howe N. Generations: the history of America's future, 1584 to 2069. Harper Perennial, 1991. 538 p.

3. Teaching Generation Z at the University of Hawai'i. *President's Emerging Leaders Program (PELP)*. 2015-2016. 24 p. Retrieved 9 March 2018 from : https://www.hawaii.edu/ovppp/Leaders/files/2015-2016-Projects/PELP_GenZ_PaperV.6.0-5.4.16.pdf (Last accessed: 20.10.2017)