

Подходы и маркеры в поколенческом анализе общества

Данная работа посвящена рассмотрению концепций поколений. Работа ставит своей целью рассмотреть разные подходы к понятию «поколение», выявить маркеры, по которым идентифицируются поколения, а также показать несостоятельность положений классического поколенческого подхода в отношении нового поколения (Поколения Z), выявить основные особенности этого поколения.

Ключевые слова: поколение; концепции поколений; личностные особенности поколения; ценностные установки; мировоззренческая общность установок, сходство образа жизни и устремлений.

Изучение вопроса преемственности и усвоения базовых ценностей поколений актуально во все времена. Однако в определенные периоды истории значимость его возрастает, поскольку важность понимания теории поколений усиливается в кризисные периоды, когда происходят радикальные социальные трансформации и обостряется проблема «отцов и детей». В настоящее время применение поколенческого подхода стимулируется ускорением темпа общественных изменений.

В последние несколько лет с экранов телевизоров, из книг, из многочисленных социальных сетей и вездесущих блогов всё чаще звучит тема «нового поколения – поколения Z». Кто они такие, что любят, как им угодить, как заставить их эффективно работать и так далее. Почему исследованию этого поколения сейчас уделяют так много внимания? Вероятно, главная причина в том, что уже через пару лет «зеты» будут составлять основную часть трудоспособного населения, т. е. рабочую силу, на которую возлагают большие надежды и работодатели, и общественные деятели, и компании, занимающиеся производством и продажей товаров и услуг по всему миру. И без понимания того, какие они – представители нового поколения, – работать с ними будет практически невозможно. Ведущие корпорации мира тратят огромные деньги на исследования этой аудитории, определяя их сильные и слабые стороны, их мотивацию и ценности. И на фоне этого информационного потока кажется, что поколенческий подход – это что-то новое, этаким свежий путь к пониманию вновь возникшего социокультурного типа современного человека.

Следует отметить, что анализ общества сквозь призму поколений имеет давнюю традицию, интерес к этой проблеме можно проследить со времен античности. Первые упоминания о поколении встречаются уже у Геродота. Философы античности рассматривали поколения как некую цепь возрастов, как родословную преемственность. Подобный подход можно найти и в Библии: «Родословие Иисуса Христа, Сына Давидова, Сына Авраамова. Авраам родил Исаака; Исаак родил Иакова; Иаков родил Иуду и братьев его» [1]. Преемственность поколений рассматривалась с точки зрения кровного родства, передачи опыта, жизненных ценностей, установок от старших молодым.

Серьезный научный интерес к анализу поколений, проблемам взаимоотношений между ними, а также попытки сформировать полноценную теорию поколений появились в западной литературе во второй половине XIX в (О. Конт, О. Лоренц, Дж. Милль). К этому времени смена поколений стала рассматриваться не просто как смена человеческих особей, имеющих биологическое родство, но и как

* Елена Владимировна Шлегель, аспирант АНО ВО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург).

имеющих родство по неким общим признакам. Сама история стала пониматься как смена человеческих поколений.

В самом начале XX века немецкий философ Вильгельм Дильтей рассматривает отдельные аспекты отношения поколений в своей работе «Типы мировоззрений и обнаружение их в метафизических системах». Он говорит, что корни неосознанных установок сознания лежат в жизненном опыте множества поколений: «И что бы ни предпринимало философское мышление, как бы оно ни старалось отвлечься от тех или других отдельных факторов или отношений между ними, они все же остаются определяющими предпосылками самой жизни, не разрушимые как сама жизнь и не доступные изменению со стороны мышления, так как корни их заложены в жизненном опыте бесчисленного множества поколений» [2, с. 216]. По его мнению, впечатления юности прививают большому числу сверстников, на которых влияние оказывало старшее поколение, сходные философские, социальные и культурные представления о жизни. Особо Дильтей отмечал, что представители одного поколения не просто “механически сосуществуют”, а переживают с детства схожие события, испытывают на себе одинаковое воздействие экономических, общественных и политических течений, т. е. живут в похожих условиях, близких реалиях.

Много писал о поколениях социолог и философ Карл Мангейм. В статье «Проблема поколений», опубликованной в 1928 году, он дает анализ сформировавшихся к тому моменту двух подходов к изучению проблемы поколений: романтико-исторического и позитивистского. Мангейм прежде всего интересуется тем, как именно формируется единство поколения, а также говорит о специфике отношений между представителями одного поколения. Ученый вводит понятие «социальное местоположение». По Мангейму, местоположение поколения напоминает принадлежность большой социальной группы к определенному классу, но, в отличие от классового деления, люди, входящие в одно поколение, объединены не по доходам и объему власти, а по возрасту в историческом времени и историческим прогрессом, сходным мироощущением, социальным опытом [3, с. 20].

Значительный вклад в формирование теории поколений внес философ Хосе Ортега-и-Гассет. Здесь можно упомянуть две его основные работы – «Вокруг Галилея» и «Восстание масс». В них он объясняет, как социальный и исторический опыт старших поколений повлиял на представителей поколений младших. В работе «Вокруг Галилея» несколько лекций посвящено проблемам поколений, автор рассматривает влияние смены поколений на историческое развитие общества, выделяет поколенческие признаки: «Понятие поколения изначально объединяет два признака: единство возраста и наличие жизненных контактов» [4]. В своих работах философ сравнивает поколение с караваном, где человек находится в положении пленника своего поколения-каравана, с которым ему довелось идти: «Как-то я сравнил поколение с “караваном”, в котором человеку отведена роль пленника и вместе с тем тайного добровольца, счастливого собственной участью. Он шествует в этом караване, преданный поэтам-сверстникам, типу женщины, царившему во времена юности, и даже особой походке, принятой тогда среди двадцатипятилетних. Порою мимо проходит иной караван, чуждый ему и непохожий на него внешне, – это другое поколение. Быть может, праздник и перемешает их всех, но в повседневном существовании они, даже сойдясь, четко разделены на две несопадающие группы. Каким-то странным образом каждый индивид всегда распознает членов своего сообщества, подобно тому как муравьи по запаху различают собратьев» [5].

Ортега-и-Гассет заявляет, что деление жизни человека по интервалам в тридцать лет (кои были во многих работах его времени) не совсем точно. Он утверждает, что людей от 30 до 60 лет неверно считать одним поколением. Необходимо

сократить интервал до 15 лет. Люди от тридцати до сорока пяти лет и от сорока пяти до шестидесяти лет – это два разных поколения, у каждого из которых свои уникальные задачи и взгляды на мир. Люди в возрасте от тридцати до сорока пяти энергично строят свою жизнь, занимаются карьерой, стараются найти свое место в жизненной иерархии; в то время как период от сорока пяти до шестидесяти лет – это время, когда человек уже достиг вершины своего развития и положения в социуме. Как раз между двумя этими поколениями чаще всего и возникают борьба и конфликт. Принимая во внимание эти данные, философ выделяет пять поколений по пятнадцать лет каждое: «Итак, с важной для истории точки зрения человеческая жизнь делится на пять возрастов, каждый продолжительностью по пятнадцать лет: детство, юность, вступление в жизнь, господство в ней и старость» [5, с. 281].

Однако наиболее глубокую детализацию теория поколений приобрела в последней декаде прошлого века усилиями Нила Хоува и Уильяма Штрауса. В 1991 г. они опубликовали работу «Поколения. История Американского будущего. 1584–2069». В этой книге они дают определение поколению как совокупности всех людей, рожденных в определенный промежуток времени (в работах данных авторов этот промежуток составляет 20 лет) или проживающих в один исторический период как минимум одну фазу жизни, – детство, молодость, средний возраст или старость, – которая соответствует трем критериям: возрастному положению в истории, т. е. переживанию тех же основных исторических событий в приблизительно одинаковом возрасте, единым верованиям и моделям поведения, а также ощущению причастности к данному поколению [6].

Ученые обозначили периоды становления поколений примерно в двадцать лет, ссылаясь на мнения психологов о том, что основные ценности и поведенческие устои формируются у человека до двенадцати – четырнадцати лет. По мнению авторов, еще до того момента, когда ребенок начинает понимать, что такое хорошо, а что такое плохо, до того, как начинает мыслить категориями «правильно» и «неправильно», – у него уже полным ходом идет формирование поколенческих ценностей. Индивид просто находится в этих условиях и впитывает реалии окружающей среды, а уже затем накопленная база начинает формировать личность. Авторы теории проанализировали всю историю США и обнаружили определенные периоды, когда большинство людей обладает сходными ценностями. На историческом материале США Хоув и Штраус выделили пять поколений [7]:

1. 1900–1923 гг. «Поколение победителей». Большинство представителей этого поколения принимало участие во Второй мировой войне, отсюда и название.

2. 1923–1943 гг. «Молчаливое поколение». Наибольшее влияние на это поколение оказали: Великая депрессия, Вторая мировая война, мировой экономический кризис, противостояние Советского Союза и Соединенных Штатов Америки.

3. 1943–1963 гг. «Бебибумеры» – поколение, рожденное в послевоенный период. Их ценности формировались после окончания Второй мировой войны, в период «Холодной войны», расцвета рок-музыки и сексуальной революции.

4. 1963–1984 гг. «Поколение X». Период формирования их поколенческих ценностей пришелся на годы «холодной войны», войны во Вьетнаме, включал также распространение наркотиков, расцвет новых музыкальных групп и направлений.

5. 1984–2000 гг. «Поколение Y». Основное влияние на это поколение оказали глобализация, окончание «холодной войны», экономический кризис, экологические катастрофы, развитие цифровых технологий, мобильные телефоны и Интернет.

Центральное место в теории поколений Хоува и Штрауса занимает идея смены двух противоположных периодов: кризиса и подъема. Время кризисов ознаменовано крупными потрясениями, подъемы характеризуются культурным и рели-

гиозным обновлением. Штраус и Хоув выводят закономерность в смене поколений, коренящуюся в чередовании кризисов и подъемов. Поколения, взрослеющие во время кризиса и подъема, непосредственно впитывают уроки эпохи, которые впоследствии сказываются на их отношении к происходящему и поведении в дальнейшей жизни. Штраус и Хоув называют такие поколения доминантными. Поколения, которые переживают кризис или подъем будучи детьми, принимают на себя зависимую роль, что формирует их восприятие и поведение совершенно иначе. Такие поколения они назвали рецессивными. Штраус и Хоув выделяют четыре архетипа и характеризуют их как «идеалистов», «реагирующих», «гражданских» и «приспосабливающихся». В своей книге «Четвертый поворот» они обновили терминологию, назвав их пророками, кочевниками, героями и художниками [8, с. 290].

Работы Хоува и Штрауса по теории поколений до сих пор авторитетны в своей сфере.

Что касается советской и российской научной литературы, то нельзя не упомянуть, что у нас проблемой поколений занимались такие видные ученые, как И. С. Кон, В. Т. Лисовский, С. Н. Иконникова, И. М. Ильинский, В. И. Воловик, И. В. Суханов, Б. В. Дубин, Ю. А. Левада, Т. Шанин. Интересный подход к российским поколениям XX века описан в книге Петра Вайля и Александра Гениса «60-е. Мир советского человека». В работах отечественных исследователей, несомненно, есть положения, совпадающие с западными теориями, но есть и отдельные аспекты, которые приложимы в основном к российской действительности.

Итак, о теории поколений за последние два века было написано множество работ – казалось бы, никаких проблем в определении и понимании нового поколения быть не должно. Так почему же всё-таки именно «Поколение Z» стало для общества загадкой? Почему всё чаще даже из уст вполне благополучных и мудрых родителей можно услышать: «Я не понимаю своего ребенка, не могу найти с ним общий язык»? Причин, по которым поколенческий подход дает сбои, несколько.

Во-первых, мы стремимся понять, познать это новое поколение, выявить их ценности и основные черты здесь и сейчас, не имея возможности взглянуть на них с определенной временной дистанции; данных для анализа, для осмысления категорически не хватает. Если сравнить поколение с домом (у которого есть фундамент, стены, постепенно появляющиеся надстройки и т. д.), то мы еще не можем посмотреть на него с высоты, оценить его фасад, внутреннее убранство, то, как он вписался в общую архитектуру среди уже имеющихся домов, – на этом здании еще находятся «строительные леса». А то, что мы видим сквозь них, не дает нам полной картины.

Во-вторых, современное общество характеризуется гетерогенностью, сама поколенческая структура претерпела существенные изменения: по мнению социолога О. И. Власовой, произошло увеличение количества поколенческих групп, изменился характер взаимодействия между ними. Рост продолжительности жизни, увеличение периода трудовой активности социальных групп повлекли изменение числа поколений, одновременно сосуществующих и взаимодействующих в рамках социума. Это оказывает существенное влияние на взаимоотношения между поколенческими группами, а вследствие коренных отличий и увеличивающихся «разрывов» между ними ведет к обострению конфликтов между сосуществующими поколениями [9, с. 4].

В-третьих, современное общество стало невероятно мобильным, темп общественных изменений давно перешел с привычной пятой передачи на передачу хорошего болида, стремящегося выиграть Гран-при. Новизна, грандиозность и динамичность происходящих в обществе процессов, в том числе привели к тому, что

поколенческий цикл начал сокращаться. Если раньше говорили о цикле в 20 лет, затем в 15, то сейчас исследователи склоняются к цифре еще меньшей.

Мы говорим о том, что ключевыми понятиями, характеризующими поколение, являются ценности и особенности социализации в конкретный исторический период. Ценности у каждого поколения свои, это не вызывает сомнений, и изменения этих ценностей от поколения к поколению вполне закономерно и логично. Но вот способ трансляции этих ценностей за последние десятилетия, несомненно, претерпел изменения. Кто был транслятором основных ценностей для старших поколений? Семья, школа и, если позволите, книги. Давайте взглянем на современную реальность. Основную функцию транслятора ценностей сейчас играют не социальные институты, а сфера медиа. Большую часть своей жизни «дети цифры» проводят в Интернете и социальных сетях. Попробуйте предложить школьнику или студенту любого вуза на три дня отказаться от Всемирной паутины, пообещайте за это зачет «автоматом» или любую другую награду. Скорее всего, не выйдет. Начнется «онлайновая ломка», ведь виртуальная коммуникация уже начала преобладать над коммуникацией реальной, основную массу информации молодежь потребляет в Сети. А это, в том числе, отражается на общении с родителями: коммуникативная дистанция между поколениями увеличивается, и цепочка передачи опыта прерывается. Вместо отцовского одобрительного похлопывания по плечу теперь лайки, вместо душевных разговоров и историй от бабушки, несущих в себе подтекст и мораль, – чаты и видеоблоги. Сейчас родители всё меньше играют роль авторитета для своих детей, всезнающим авторитетом для них давно стал Интернет. Коммуникация «человек – человек» уходит в прошлое, уступая место связке «человек – гаджет». И хорошо, если за этим гаджетом тоже стоит другой человек.

Итак, в современном обществе формируют представления об окружающем уже не родители и не хорошие книжки, а медиа. Мы находимся в среде, в которой миллионы устройств ежесекундно фиксируют, передают, производят, генерируют и выдают «в эфир» огромные массивы информации. Информация становится мобильной. Каналов передачи информации невероятно много, молодые люди готовы ее воспринимать 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Массмедиа утверждаются в качестве того социального института, который теперь распространяет знания в самом широком смысле этого слова. Никакие средства общения в прошлом ни по оперативности сообщений, ни по широте охвата, ни по скорости распространения не могут идти в сравнение с современными медиа. Кроме того, сейчас каждый пользователь может сам стать создателем медиаконтента. Исследователь Кирилл Мартынов в своей работе «Век писателей: текст и письмо в новых медиа» весьма точно замечает: «Главная революция состоит в том, что мы теперь не только читатели, но и авторы текстов (а также, во вторую очередь, фотографий, фильмов и подкастов). Мы не только знакомимся с публикациями авторов, но и ежедневно сами публикуем информацию» [10, с. 4].

Именно поэтому «зеты», чьим ключевым маркером является взросление в условиях цифровизации и возрастающей гетерогенности общества, становятся особым объектом исследования в рамках теории поколений. Какие же они, эти «зеты»? И как их понять, изучить?

Термин «Generation Z (Поколение Z)» впервые был предложен в 2012 году в журнале «USA Today», а широкое распространение получил после публикации результатов первого масштабного исследования этого поколения, осуществленного рекламным агентством Sparksand Honey в 2014 году. В зарубежных исследованиях существуют разные оценки возрастных границ «Поколения Z». Одни исследователи относят к поколению Z молодых людей, родившихся в период с 1995–1996 годов и до 2004–2010 годов, другие называют более поздние даты – с 1997-го

по 2014–2015 год. В России работа по адаптации теории поколений к российским условиям ведется под руководством Евгении Шамис, большую часть работ можно найти на портале «Российская школа теории поколений» rugenations.ru. Согласно адаптированной теории, «Зеты» в России – это дети, рожденные начиная с 2000 года. У этого поколения очень много названий – Поколение Z (Generation Z), Поколение MeMeMe (Generation MeMeMe), Net Generation, Internet Generation, Generation M (от слова «многозадачность»), Homeland Generation, Generation 9/11 (отсылка к террористической атаке 11 сентября 2001 года как поворотному событию в жизни этого поколения), Цифровые аборигены, Поколение большого пальца и т. д.

Российский исследователь А. В. Сапа называет представителей нового поколения «детьми мультимедийных технологий»: «Это поколение, родившееся в информационном обществе <...>. Они более зависимы от цифровых технологий <...>. Они нетерпеливы и сосредоточены в основном на краткосрочных целях, при этом они менее амбициозны, чем дети из предыдущих поколений. Они более ориентированы на потребление и более индивидуалистичны. “Зеты” не склонны становиться частью определенных групп – они настаивают на собственном праве принимать решения... Развитие цифровых технологий сделало их поколением, выросшим в цифровой среде, – почти всю информацию они получают из Сети» [11, с. 7]. Прежде всего, представителей нового поколения отличает максимальная приближенность к информации, с которой они умеют филигранно работать, цифровизация у них в крови. Дети сейчас фактически рождаются с мобильным телефоном в руках, а вместо погремушки и веселой карусельки над колыбелькой у них планшеты и компьютеры, на которых не умеющие читать малыши легко находят нужные мультики и веселые картинки. Сапа также пишет, что образ мыслей «зетов» отличается фрагментарностью, а в некоторых вопросах поверхностностью. То есть можно говорить о «клиповости» мышления – иначе «зетам» будет крайне тяжело ориентироваться в огромном потоке информации, который выливается на них каждую секунду, фильтровать ее и выбирать то, что действительно важно и интересно только им.

Специалисты отмечают целый ряд особенностей представителей «цифрового поколения» России: как уже было упомянуто выше, это «проживание в онлайн»; более высокая (по сравнению с предыдущими поколениями) скорость восприятия информации (каждый день «зеты» просматривают множество экранов и делают это практически не прерываясь: в транспорте, на учебе, за едой – в руках всегда гаджеты); вследствие постоянного пребывания в социальных сетях у них развивается настоящая зависимость от общественного мнения, от мнения интернет-сообщества – теперь степень твоей «крутости» во многом определяют лайки, комментарии и количество подписчиков; ориентация на потребление – их жизнь наполнена рекламой и возможностью выбора самых разнообразных товаров и услуг и т. д. И это только вершина айсберга, увидеть весь скрытый массив которого еще только предстоит. А чтобы понять это новое поколение, нужно, прежде всего, решить главную проблему, которая стоит на пути: необходимо найти способы налаживания полноценной двусторонней коммуникации молодежи с другими поколениями. Возможно, нам всем для этого придется перейти в онлайн. Одна старая поговорка учит нас: «Чтобы понять человека, нужно войти в его ботинки и пройти хотя бы милю». А если учесть, что с точки зрения развития общества результаты исследований поколений невероятно важны для формирования стратегии развития этого общества и взвешенной социально-ориентированной государственной политики, то пора потихонечку разуваться.

Литература

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. – URL: <http://prayerssaints.ru/?id=bibliya/mf>
2. Дильтей В. Типы мировоззрения и обнаружение их в метафизических системах // Культурология. XX век : антология. – М. : Юрист, 1995.
3. Мангейм К. Проблема поколений // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 2 (30).
4. Ортега-и-Гассет Х. Вокруг Галилея. – URL: https://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/gas_gal/index.php
5. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды : пер. с исп. / сост., предисл. и общ. ред. А. М. Руткевича. – М. : Весь Мир, 1997.
6. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. – New York : William Morrow & Company, 1991. – URL: <https://archive.org/details/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe/page/n3>
7. RuGenerations – Российская школа теории поколений : портал [Электронный ресурс]. – URL: <http://rugenations.su>
8. Исаева М. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – № 3.
9. Власова О. И. Молодежные поколенческие группы современной России: ориентации на рабочие профессии : монография / О. И. Власова, Н. Б. Костина. – Екатеринбург : Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2015.
10. Мартынов К. К. Век писателей: текст и письмо в новых медиа // Логос : фило-софско-литературный журнал. – 2015. – № 2 (104).
11. Сапа А. В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2014. – № 2.

Elena Vladimirovna Shlegel,

Postgraduate Student, Liberal Arts University –
University for Humanities (Ekaterinburg)

Approaches and Markers in the Generational Analysis of Society

This article is devoted to the theory of generations. The paper presents different views of scientists who worked on the generational approach. The work aims to consider different approaches to the concept of "generation", as well as raises the problem of certain inconsistency of the provisions of the classical generational approach to the new generation (Generation Z).

Key words: generation; concepts of generations; personal features of generation; value installations.