

змiнами у використаннi iснуючих невидновлюваних видiв енергiї: зростання частки вугiлля в енергобалансi нацiональних економiк та зменшення газу i нафти, оскiльки запасiв останнiх на планетi менше. А їх цiннiсть для хiмiчної промисловостi набагато бiльша. Свою роль у регулюваннi зазначених процесiв, у розв'язаннi глобальних проблем повиннi вiдiграти ООН, МВФ, СОТ, регiональнi та галузевi органiзацiї, котрi мають великий досвiд координацiї мiжнародних зусиль, використання ресурсiв, регулювання мiжнародних економiчних зусиль.

Для розв'язання глобальних проблем людство має в розпорядженнi достатнi науково-технiчнi i матерiальнi досягнення, напрацьовано вiдповiднi форми. Серед останнiх слiд назвати мiжнародну комiсiю з навколишнього середовища i розвитку, яка розробляє програми покращання якостi природного середовища та загального екологiчного стану. Ця комiсiя i ряд iнших мiжнародних органiзацiй визначають критерiї екологiчної безпеки, розробляють короткостроковi та довгостроковi програми захисту навколишнього середовища.

Важлива роль в охоронi навколишнього середовища належить регiональному спiвробiтництву. Так, у документах ЄС неодноразово пiдкреслювалась необхiднiсть розвитку регiональної стратегiї у цiй сферi i рацiонального використання природних ресурсiв європейського регiону, який сьогоднi є найбільш кризовим в екологiчному планi.

REFERENCES

1. Maltsev V.A. (1997). Fundamentals of Political Science: A Textbook for Universities.
2. Radugin A. A. (1996). Philosophy course lectures
3. Irkhin Yu.V., Zotov V.D. (1999). Political Science

Mandzilovska A. I.

The global problems of modern civilization and the ways to solve them

The article deals with global problems of civilization and approaches to solving them.

Keywords: *philosophy, global problems of the present, globalization, society*

Мандзиловская А. И.

Глобальные проблемы современной цивилизации и пути их решения

В статье рассматриваются глобальные проблемы цивилизации, и подходы их решения.

Ключевые слова: *философия, глобальные проблемы современности, глобализация, общество*

УДК 316.776

ПОКОЛІННЯ Y ТА ПОКОЛІННЯ Z: ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ ЦІННІСНИХ МОДЕЛЕЙ

Москвич А.І., ст. гр. 1541м

Науковий керівник: канд. філос. наук Гончарова О.О.

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
nastamoskvic@gmail.com

Анотація. У даній статті розглянуто сучасні теорії циклічного відтворення характерних соціально-поведінкових тенденцій різних поколінь. В якості теоретичної основи взяті теорії поколінь В. Штрауса і Н. Хоува. Особлива увага приділяється особистим характеристикам і поведінковим характеристикам поколінь так званих «міленіалів» та «зетів».

Ключові слова: *теорія поколінь, тенденції, циклічність, покоління, «міленіали», «зети».*

Вступна частина: На сьогоднішній день в світі все більшої актуальності представляє питання поколінь. Актуальність цього питання очевидна і полягає в тому, що так чи інакше покоління є взаємопов'язаними і взаємозалежними одне від одного. Попередні покоління за допомогою своєї діяльності формують покоління сучасності, а ті, в свою чергу, будуть формувати покоління майбутнього. Таким чином, для того, щоб зрозуміти механізми передачі навичок, знань від одного покоління до іншого, для того, щоб простежити тенденції розвитку суспільства і навчити представників різних поколінь краще розуміти і взаємодіяти один з одним, необхідно приділити належну увагу вивченню даного феномену. У 1991 році відомий економіст і фахівець в області демографії Н.Хоув і історик В.Штраус незалежно один від одного створили так звану «теорію поколінь». Автори теорії проаналізували всю історію США, приділивши особливу увагу XX століттю, і виявили певні періоди, коли більшість людей мають схожі цінності. Такі періоди були названі соціальними поколіннями.

В ході своєї роботи дослідники докладно описували типового представника кожного покоління американської нації з часів Великої депресії і до наших днів. Результатом цієї роботи стало виділення декількох типів поколінь, а саме: «будівельники» або «переможці», або «мовчазне покоління», «бебі-бумери», покоління X, молоде покоління Y або «міленіали» і покоління Z, що формується.

Основна частина: «Міленіали» або «покоління Y» - поняття американської культури, точніше кажучи, його ввели в широкий обіг два автора - Вільям Штраус і Ніл Хоув. В цілому йдеться про покоління, яке народилося у 1980 - 1990-х роках, а якщо слідувати датування Штрауса і Хоува, то в період 1982 - 2002 рр. Робота Штрауса і Хоува є дуже жорсткою по своєму схематизму, оскільки розглядає зміну поколінь як чотирьохфазовий цикл, що визначає американську і, ширше, англо-американську історію. Їх повна класифікація включає 24 покоління - від «артурианського покоління» епохи закінчення Столітньої війни і до покоління Z («покоління Вітчизни») Якщо виходити з цієї схеми, то міленіали є поколінням так званих «героїв», народжених в епоху так званого «розпаду». Згідно з обумовленою В.Штраусом і Н.Хоувом їхньою архетипічною долею, вони народилися в епоху індивідуалізму, їхнє щасливе дитинство, їхня молодість оптимістична, і вони дуже соціально орієнтовані в епоху кризи, і саме їм у кінцевому рахунку належить стати тими могутніми політичними старійшинами, проти яких почнуть люто виступати під час епохи «пробудження» представники наступного покоління – покоління «пророка». Багато джерел пишуть про те, що покоління мілленіалів не вважається «поколінням трофеїв». Є такий сюжет, який розробляють маркетингологи для представників цього покоління: головне - участь, але не обов'язково перемагати (у змаганнях, конкурсах). Однак Юлія Сахарова, керівник північно-західного відділення агентства з рекрутингу «HeadHunter», абсолютно точно зауважує, що покоління Y дуже неоднорідне, і часто маркетингологи забувають, що серед них є і амбітні люди, і дорослі підлітки, які не знають ціну грошам, і дівчата-домогосподарки. Загалом для міленіалів найголовніше у роботі - свобода, «фан», залученість. Робота для них не самоціль, однак вони працьовиті, при цьому працю сприймають як гру.

Міленіали - цифрове покоління. Міленіалів нерідко називають першим «цифровим поколінням», яке не розлучається з гаджетами і не вилазить з Інтернету, вони занурені у віртуальну комунікацію в соціальних мережах.

В цілому серед усіх респондентів старше 14 років частка користувачів персональних комп'ютерів у 2000-2016 рр. зросла з 26,5% до 63,0% а частка користувачів Інтернету в 2003-2016 рр. збільшилася з 36,8% до 65,7%. Цілком очікувано, частка користувачів комп'ютерів різко зростає від покоління до покоління. З'ясовується, що міленіали не тільки не є лідерами з володіння особистими мобільними телефонами, але поступаються за цим показником всім іншим поколінням (включаючи найстарше, мобілізаційне). Мають мобільні телефони тільки 56% міленіалів, тоді як у інших поколінь ця цифра коливається від 67% до 85%. Проте це тільки здається дивним, справа в тому, що питання про особисте володіння смартфонами, комунікаторами або айфонами задавалося окремо, і тут перевага міленіалів беззаперечна. Вони швидше інших переходять до більш складних в технічному відношенні гаджетів - мали смартфони в 2016 р. 55% міленіалів, в той час, як у попереднього покоління таких представників тільки 38%, чим старше покоління, тим ця доля ближче до нульової.

У «покоління Y» немає яких-небудь виражених тенденцій у сферах релігії, політики, мистецтва та ін; навпаки, яскраво виражена тенденція «бути не таким, як усі» і при цьому якомога яскравіше виділятися з натовпу. У результаті, представники попередніх поколінь нерідко помилково фокусують увагу на нібито перевагу будь-яких конкретних поглядів серед представників «покоління Y» (на те, що «впало на око»).

Покоління Z - це люди, які народилися приблизно у 2000 - 2020 роках. Представники покоління Z активно використовують планшети, VR і 3d-реальність. Найчастіше термін «покоління Z» розглядається як синонім терміну «цифрова людина». Покоління Z цікавиться наукою і технологіями (наприклад, передбачається, що багато представників покоління будуть займатися інженерно-технічними питаннями, біомедициною, робототехнікою), а також мистецтвом. Також передбачається, що покоління буде економним.

Покоління зетів не хоче вчитися по-старому. Їм хочеться інтерактиву, практики, ясно поставлених цілей. Система оцінювання повинна бути максимально схожа на Інтернет-реалії: лайки, рейтинги, коментарі. І головне - нове покоління буде вчитися тільки в тому випадку, якщо це буде весело і займе трохи часу. І, бажано, буде доступно зі смартфона. Більшість знань вони отримують з Інтернет-ресурсів. Однак тут виникає проблема. Світобачення «зетів» досить поверхневе. За рахунок того, що вони не бачать сенсу в школі чи університеті, вони не отримують базових знань і навичок. Все, що вони дізнаються в режимі онлайн, несе виключно ситуативний характер. Незважаючи на це, зети відрізняються своєю неймовірною багатозадачністю і креативністю. Вони обожають знаходити рішення зі складних ситуацій і вирішувати найскладніші завдання.

Основна частина представників цього покоління знаходиться в дитячому віці, а їхня система цінностей знаходиться на етапі формування. Проте, якщо наслідувати теорію поколінь Н. Хоува і В. Штрауса, то можна припустити, що покоління Z повторить характер і особливості поведінки «мовчазного покоління», зрозуміло, з урахуванням особливостей свого часу. Існує теорія, згідно якої покоління Z за аналогією з «мовчазним поколінням» замкнеться у собі, захищаючись від зовнішнього середовища. Проти цього разу покоління Z знайде притулок не в сім'ї та літературі, а у віртуальній реальності.

Одне відоме точно - їх треба мотивувати. Все, що вони роблять, повинно супроводжуватися реакцією оточення, байдуже – негативною або позитивною. Головне - це увага до їхньої особи, вони просто «пожирачі» емоцій. Усі завдання, які ви ставите перед цим поколінням, треба формулювати чітко і детально. За кожне виконане завдання необхідно відразу давати винагороду. «Зети» не люблять працювати на результат у віддаленому майбутньому. Незважаючи на те, що «зети» є індивідуалістами, вони так само обожнюють тусовки і коворкінги, як і представники покоління Y, тому їх необхідно залучати до активної командної роботи. Також необхідно мотивувати представників покоління Z ідеєю, що їхня діяльність корисна для оточуючого їх середовища.

Висновки. Для покоління Y дуже важлива не лише гармонія у віртуальному (цифровому) світі, але також і в світі належної реальності. Щодо покоління Z, говорити про характеристики і поведінкові стереотипи цього покоління досить складно, оскільки це покоління людей, що з'явилися в період з 2000 по 2020 рік. Проте між представниками цих поколінь є багато спільних рис, як-то: орієнтування у світі віртуального, примат особистісної мотивації при виконанні тієї чи іншої роботи, здатність працювати в команді – що говорить про значний потенціал для їхнього плідного співробітництва.

Список літератури:

1. Зенкин С. Н. «Поколение»: Опыт деконструкции понятия // Поколение в социо- культурном контексте XX века. М., Наука, 2005, с. 130—136
2. Мангейм К. Проблема поколений. В: Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений — состязательность — экономические амбиции. Пер.с нем. Москва: ИНИОН РАН. 2000. С.5-63.
3. Левада Ю. А. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2001. № 5 (55). С. 7-14.
4. Шестакова, И. Живые свидетели эры До-интернета // Общество. Среда. Развитие. № 16 2017. С. 47-51

REFERENCES

1. Zenkin S. N. "Generation": The experience of deconstructing a concept // Generation in the socio-cultural context of the 20th century. M., Science, 2005, p. 130-136
2. Mannheim K. The problem of generations. In: Mannheim K. Essays on the sociology of knowledge: The problem of generations - competitiveness - economic ambitions. Per.s with him. Moscow: INION RAS. 2000. S. 5-63.
3. Levada Yu. A. Generations of the 20th century: research opportunities // Monitoring of public opinion: economic and social changes. 2001. No. 5 (55). S. 7-14.
4. Shestakova, I. Living witnesses to the Do-Internet era // Society. Wednesday. Development. No. 1b 2017.P. 47-51

Moskvich Anastasiya Ivanivna

Generation Y and Generation Z: to the definition of priority value models

Abstract. The article examines current theories of cyclical reproduction of characteristic socio-behavioral tendencies of different generations. The theory of generations of V. Strauss and N. Howe is taken as a theoretical basis. Particular attention is paid to the personal characteristics and behavioral characteristics of generations of the so-called "millennials" and the representatives of the generation Z.

Keywords: generation theory, tendencies, cyclicity, generations, "millennials", the representatives of the generation Z.

Москвич А. И.

Поколение Y и поколение Z: к вопросу определения приоритетных ценностных моделей

Аннотация. В данной статье рассмотрены современные теории циклического воспроизведения характерных социально-поведенческих тенденций разных поколений. В качестве теоретической основы взяты теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува. Особое внимание уделяется личным характеристикам и поведенческим характеристикам поколений так называемых «миллениалов» и «зетов».

Ключевые слова: теория поколений, тенденции, цикличность, поколения, «миллениалы», «зеты».