

Секция «Психология личности: вызовы сложности, неопределенности и разнообразия»

**Сравнительный анализ ценностей и факторов, повлиявших на их формирование, для представителей «молчаливого» поколения и поколения Z**

**Научный руководитель – Евдокименко Александр Сергеевич**

*Михновец Д.А.<sup>1</sup>, Гериева Д.Д.<sup>2</sup>*

1 - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия, *E-mail: dariyamikhnovets@gmail.com*; 2 - Финансовый университет, Факультет менеджмента, Менеджмент, Москва, Россия, *E-mail: Dayana.gerieva@mail.ru*

В настоящий момент люди, рожденные в 2000-2020 г.г., представители поколения Z, взрослеют, достигают совершеннолетия, становятся полноправными потребителями благ и услуг, а, значит, становятся и активными участниками формирования экономики. Вопрос актуальности исследования мировоззрения и ценностей данного поколения обусловлен интересом производителей товаров и услуг для создания эффективных маркетинговых коммуникаций.

Одной из проблем при исследовании ценностей поколений является наличие ряда факторов, влияющих на их формирование, а также разнообразных классификаций для их рассмотрения. Подростковый возраст, как этап развития индивида, выступает наиболее важным возрастным фактором [1]. Среди наиболее эмпирически полных и методически обоснованных исследований ценностных ориентаций выделяют: методику М. Рокича [4] и уточненную теорию базовых индивидуальных ценностей Ш. Шварца, предложенную специально для применения в России [3].

Согласно теории поколений Н. Хоува и В. Штрауса существует несколько так называемых архетипов поколений, которые циклически сменяют друг друга и ценности которых совпадают. Представители молчаливого поколения (1923-1943г.р.) и представители поколения Z (2000-2020 г.р.) являются олицетворениями одного и того же архетипа - поколения «художников» [2]. Соответственно данной теории мы можем сделать предположение, что для представителей этих двух поколений будут характерны одинаковые ценности.

В данной работе будут сопоставлены характерные ценности представителей молчаливого поколения с результатами эмпирического исследования главенствующих ценностей для поколения Z, с целью выявления аспектов, которые будут обуславливать потребительское поведение последних.

Гипотеза: ценности поколения Z будут целиком или частично совпадать с ценностями представителей молчаливого поколения.

Задачи исследования: изучить основную литературу по вопросам теории поколений; рассмотреть основные факторы, влияющие на формирование ценностей поколений; рассмотреть основные ценности представителей молчаливого поколения; провести эмпирическое исследование с целью выявления ценностей представителей поколения Z; провести сравнительный анализ ценностей разных поколений; сделать выводы по работе.

Нами будет проведено эмпирическое исследование среди молодых людей и девушек в возрасте 18-20 лет. Для проведения исследования мы будем использовать полу структурированное интервью, состоящее из трех блоков: общие вопросы о самих респондентах (возраст, пол, социальный статус); вопросы, касающиеся факторов, оказавших влияние на формирование ценностей респондентов в подростковом возрасте и, непосредственно, вопросы о самих ценностных ориентациях. Также нами будут использованы: методика ценностных ориентаций М. Рокича; ценностный опросник Ш. Шварца. Результаты исследования будут представлены на конференции.

### Источники и литература

- 1) Мартишина Д.Д. Ценностные ориентации и моральное развитие в подростковом возрасте // Психологические исследования. 2017. Т. 10, № 51. С. 7.
- 2) Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. NNº 1. С. 94-97.
- 3) Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России. Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2012, 9(1). С. 43–70.
- 4) Rokeach M. The nature of human values. N.Y.: Free Press, 1973.