

Интернет-журнал «Мир науки» ISSN 2309-4265 <http://mir-nauki.com/>

2016, Том 4, номер 6 (ноябрь - декабрь) <http://mir-nauki.com/vol4-6.html>

URL статьи: <http://mir-nauki.com/PDF/35PSMN616.pdf>

Статья опубликована 02.12.2016

Ссылка для цитирования этой статьи:

Безбогова М.С., Ионцева М.В. Социально-психологический портрет современной молодежи // Интернет-журнал «Мир науки» 2016, Том 4, номер 6 <http://mir-nauki.com/PDF/35PSMN616.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 159.9:316.6

Безбогова Марина Сергеевна

ФБГОУ ВО «Государственный университет управления», Россия, Москва
Аспирант кафедры «Социологии и психологии управления»
E-mail: Bezboгова@gmail.com

Ионцева Мария Владимировна

ФБГОУ ВО «Государственный университет управления», Россия, Москва
Профессор кафедры «Социологии и психологии управления»
Доктор психологических наук, доцент
E-mail: Miontseva1@gmail.com

Социально-психологический портрет современной молодежи

Аннотация. В статье анализируется и описывается социально-психологический портрет современной молодежи. Рассматриваются теоретические подходы последних двадцати лет: теория поколений Хоува и Штрауса, теория N-Generations Тэпскотта, теория цифровых аборигенов и мигрантов Пренски, различные научные исследования, чьим предметом являлось изучение изменений психической реакции и процессов в результате активного взаимодействия с виртуальной средой. Особое внимание уделяется влиянию видеоигр и социальных сетей на формирование ценностей, социальных установок, стереотипов и поведенческих паттернов, реализующихся не только в рамках сетевого взаимодействия, но и реального. С использованием системного подхода и сравнительного анализа имеющейся литературы, синтеза и логического обобщения в статье определяется целостный социально-психологический портрет современной молодежи. Помимо теоретического анализа рассматриваются данные социологических исследований. Проведенный анализ и выявленный портрет современной молодежи позволяет разрабатывать адекватные методы работы с учетом специфики разных поколений в таких областях как: построение системы мотивации в организации, в области связей с общественностью и рекламы, разработки интернет-технологий с учетом специфики восприятия и владения интернет-технологиями разных поколений.

Ключевые слова: социальные сети; молодежь; теория поколений; N-Generations; поколение миллениум; Тэпскотт; цифровые аборигены; социально-психологический портрет; сетевое поколение; структура личности

Социально-психологические исследования молодежи являются проблемным полем множества исследователей: поскольку наиболее действующая и активная социальная группа, молодежь демонстрирует основные противоречия и направления развития общества.

С развитием сети Интернет интерес к молодежи, наиболее активному пользователю технических и технологических новшеств, только вырос. Появились теории, объясняющие изменения в общественных отношениях, в психике и особенности взаимодействия людей разного возраста. Наиболее интересными работами представляются теория поколений Нейла Хоува и Вильяма Штрауса, теория сетевого поколения Дона Тэпскотта, и теория цифровых аборигенов и цифровых мигрантов Марка Пренски. Рассмотрим их подробнее.

Теория поколений создана американскими учеными Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом [12] в 1991 году. Центральными являются понятия «поколения» и «конфликт поколений», не связанный с возрастными противоречиями, но напрямую, по мнению исследователей, связанный с социально-психологическими особенностями каждого поколения. В 2003-2004 году команда под руководством Евгении Шамис [5] адаптировала теорию поколений для России.

Авторы теории проанализировали всю историю США, уделив особое внимание XX веку, и обнаружили, что существуют определенные периоды, когда большинство людей обладают сходными ценностями. Такие периоды были названы социальными поколениями. [12] Социальное поколение - это некая совокупность людей, рожденных в один двадцатилетний период и обладающих тремя общими критериями: возрастное положение в истории, что подразумевает под собой переживание одних и тех же исторических событий в примерно одинаковом возрасте, общие, единые верования и модели поведения и ощущение причастности к данному поколению. [12]

Исследователи подробно описывали собирательный образ представителя каждого поколения с начала XX века по начало XXI. Это помогло им выделить определённые социальные поколения: «строители» или «победители», «молчаливое поколение», «бэби-бумеры», поколение X, молодое поколение Y или «миллениумы» и формирующееся поколение Z. В российской интерпретации эти названия сохраняются.

Авторы теории поколений выделили четыре архетипа и в своей работе «Четвертый поворот» [13] назвали их «пророками», «странниками», «героями» и «художниками». Поколения, принадлежащие к одному архетипу, имеют одинаковый возрастной показатель, когда они переживают формирующие исторические события, схожую гражданскую позицию и определённые социальные и ценностные установки по отношению к миру, обществу и себе.

Данные архетипы цикличны и повторяются каждые 80-90 лет. Причина, по которой это происходит, кроется в желании молодых поколений исправить или компенсировать черты старшего поколения, которые кажутся неприемлемыми. Таким образом, люди, относящиеся к одному архетипу, формируют поколение противоположного архетипа.

Основными историческими реалиями, которые и формируют архетипы поколений, являются два противоположных периода: кризиса и подъема. Периоды кризиса стимулируют общество к объединению перед лицом общей опасности, формируют этику самопожертвования и стремления к порядку. Во время подъемов преобладают ценности индивидуализма, а государственные институты, как и весь институциональный порядок в целом, подвергается критике с точки зрения новых социальных и духовных идеалов.

Стоит упомянуть о том, что в реальной жизни временные границы между поколениями могут немного варьироваться в зависимости от географического, политического и экономического положения региона.

Следует уделить особое внимание поколению «миллениумов», которое на сегодняшний день вступает в фазу активной деятельности.

Данное поколение родилось в период с 1983 по 2000 год и сейчас является молодёжью в ее социологическом определении. Именно поэтому «миллениумы» привлекают к себе наиболее пристальное внимание исследователей. Историческими событиями, повлиявшими на формирование социальных и ценностных установок, стали: окончание «холодной войны», распад СССР, возникновение ряда новых государств и общий передел мира, многочисленные экономические и политические кризисы. Все это дало ощущение недолговечности, страха перед будущим, неизвестностью, ощущение скоротечности происходящего, отрицания непреложности чего-либо. Поэтому молодежь не признает какие-либо идеалы, в целом не уважает власть и авторитеты.

Из-за ощущения скоротечности «миллениумы» склонны принимать решения очень быстро, так как боятся, что другой возможности может и не представиться. Такой метод способствует развитию устойчивости перед изменениями, способности реагировать на неожиданные вызовы, но с другой стороны, слишком высокая скорость принятия решений зачастую не дает возможности оценить ситуацию полностью и негативно отражается на качестве принятых решений. Взросление у «миллениумов» также произошло достаточно быстро, у них возникла склонность к быстрому и постоянному потреблению и желанию быстро достигать высоких результатов. Идеалом «миллениумов» становится возможность быстро и без усилий достичь успеха и денежного благополучия [2], что подтверждается некоторыми примерами из окружающего их общества.

Политические и экономические кризисы вызвали кризисы культурные и общественные, что усугубило желание родителей из поколения X оградить «миллениумов» от каких-либо опасностей. Это привело к тому, что современная молодежь поздно взрослеет и неохотно выходит из-под родительского контроля. Так, зачастую получение образования является не подготовкой к профессиональной деятельности, а ее отсрочкой.

В системе ценностей молодежи центральными ценностями являются «свобода», «творчество», «развлечения». На первый план для «миллениумов» выходит немедленное вознаграждение.

Стоит отметить, что в современном мире большое количество возможностей для самовыражения привело к тому, что каждый «миллениум» начинает чувствовать себя уникальным и неповторимым. [7] По этой причине он тяжело приходит к компромиссам в общении с окружающими, в том числе с работодателями, не желает довольствоваться малым, например, низкооплачиваемой работой, а считает, что он достоин большего.

«Миллениумы» демонстрируют более высокий уровень и темп психического развития, но отличаются пониженными способностями к адаптации. Характеристики их социального интеллекта также существенно отличаются от предыдущих поколений. [4]

Стоит отметить и привязанность «миллениумов» к компьютерным играм. Как правило, подобные игры имеют линейную структуру, четкую связь действий и следующих за ними поощрений или наказаний, возможность сохранения. Подсознательно они переносят механизмы игры в реальную жизнь, и поэтому в их поведении могут проследиваться такие тенденции как неумение действовать без четких указаний и контроля, нежелание делать что-то без очевидной выгоды, нацеленность не на конкретный результат, а на процесс действия, склонность отступать, если что-то не получается.

Современная молодежь застала зарождение, становление и повсеместное развитие компьютерных и облачных технологий, что сделало их достаточно зависимыми от современной техники. Постоянный доступ к большому количеству доступной и структурированной информации дает «миллениуму» возможность лишней раз не думать и не анализировать, что в свою очередь может приводить к неспособности воспринимать сложную

информацию в больших объемах. [8] Для «миллениумов» характерно желание получать информацию посредством упрощенных каналов: изображений, фильмов, аудиофайлов.

Развитие технологий повлекло за собой и развитие интернета и интернет-среды. Многие социальные связи «миллениумов» перешли в виртуальность. Интернет-общение является более доступным, не требует дополнительных усилий, и поэтому часто предпочитается общению реальному. Привыкшие к определенным механизмам взаимодействия в социальных сетях [3], они неосознанно могут переносить их в реальность, что, конечно же, сказывается на качестве социальных взаимодействий. Впоследствии у «миллениумов» может развиваться боязнь личного контакта, сложности в общении с реальными людьми.

Подобная ситуация ведет к дихотомическому противоречию: «миллениумы» нуждаются в постоянном общении и не умеют общаться, выражать свои мысли, находить контакт с людьми в реальном мире. Это может стать причиной нарушения некоторых психических функций, ухудшения психического самочувствия и сложностей во взаимодействии с другими.

Изучение молодежи в контексте сетевого информационно-коммуникативного общества - это сравнительно новое направление в социальной психологии. Первыми учеными, заговорившими о влиянии интернета на психику молодежи, стали Дон Тэпскотт и Марк Пренски.

Дон Тэпскотт ввел в социальные науки такое понятие как «сетевое поколение» - «NET-Generation», или «N-Generation». [16] В конце 1990-х гг. появился его труд «Расти в цифровую эпоху: появление сетевого поколения», где были обоснованы основные социально-психологические особенности сетевого поколения, составляющего на тот момент около 30% населения США в возрасте до 20 лет. Представители этого поколения, N-Geners, интуитивно разбираются в видеоиграх и новейшем программном обеспечении, легко ориентируются в сети Интернет.

В 1993 г., понаблюдав за собственными детьми 7 и 10 лет, он с удивлением обнаружил, что они легко разбираются с электронной почтой и находят требующуюся им информацию в сети. Позже Тэпскотт узнал, что тоже самое делают и их сверстники, и понял, что это признак социально-психологических изменений, которых он назвал «сменой парадигм».

В книге «Расти в цифровую эпоху: появление сетевого поколения» представлен наиболее положительный образ молодежи, использующей новые технологии. Некоторые темы книги были предварительно обсуждены на многочисленных форумах в сети и специально созданном сайте, что можно считать гуманитарно-технологической инновацией для конца 1990-х гг. Масштаб исследования позволил Тэпскотту выявить конкретный ряд характеристик «сетевого» поколения, которое не было еще описано в научной и прикладной литературе.

Он описывает молодежь как одаренных не столько технически, сколько творчески, и сочетание этих знаний и навыков позволяет им создавать свои собственные оригинальные интернет-продукты. Они привыкли и к большим объемам информации, и к скорости ее получения. Новое поколение достаточно быстро распознает обман, ожидает честности и тактичности от собеседника, крайне негативно относится к цензуре, любит «приколы», жаждет инноваций и сотрудничества.

Более того, Тэпскотт отмечает, что молодежь более грамотна и опытна в обращении с новыми технологиями, чем старшие поколения впервые в истории. Исследователь поддерживает идею антрополога Маргарет Мид о зависимости межпоколенных отношений от темпов научно-технического и социального развития. [9]

Конечно, представители «сетевого» поколения отличаются расой, религией, ценностными ориентациями и средой, однако их N-Gen-культуры в целом аналогичны. Это объясняется историческим переживанием схожих обстоятельств и проблем: экономические и политические кризисы, общая неопределенность стратегии развития человечества, экологические проблемы, неудовлетворительного уровня внимания со стороны родителей и проч. Тэпскотт считает, что повышение уровня потребления, видеоигр, софта, фильмов, дизайнерской одежды и аксессуаров, - это результат попытки молодежи вытеснить, уйти от тревожных проблем и страхов.

Исследователь также выделил идеальный тип, «образец» N-Generation: молодые люди, важнейшими ценностями для которых являются самостоятельность и независимость. Они также стремятся получить хорошее образование, отстаивают права на неприкосновенность частной жизни и свободу слова, пытаются обрести эмоциональную поддержку со стороны родителей, у них достаточно развита гражданская ответственность.

Однако Тэпскотт уделяет внимание не только образцам N-Geners, но и их антиподам: молодежи, формально родившийся в период поколения «миллениум», но не являющейся «сетевой» по сути, поскольку Интернет ей недоступен в силу разных обстоятельств. Дихотомическое различие между N-Geners и несетевыми «миллениумами» фактически являет собой феномен цифрового неравенства.

В 2001 году выходит статья Марка Пренски, в которой он дает еще одно определение поколения «миллениум» через его взаимодействие с технологиями - цифровые аборигены - Digital Natives. [14] В противопоставлении цифровым аборигенам как поколению, которое родилось и выросло в развивающейся технологической среде, ставятся поколения цифровым мигрантов - поколениями, для которых цифровые технологии всегда будут новыми.

Однако основной проблемой, поднимаемой в статье, является не различие поколений с точки зрения их отношения к новейшим технологиям, а вопрос о несовершенстве системы образования. Пренски говорит о том, что сегодняшние студенты и школьники - цифровые аборигены - воспринимают и обрабатывают информацию иначе, чем предыдущие поколения, на которых была ориентирована и до сих пор ориентирована система образования.

Проблема взаимоотношения системы современная молодежь-образование поднималась и до него, однако никто из исследователей не рассматривал ее с позиций актуальности для сетевого общества. Пренски также был одним из первых ученых, которые обратили внимание на негативные последствия внедрения сетевых технологий в жизнь и их негативного влияния на способности поколения «миллениум».

Работы Тэпскотта и Пренски стали знаковыми в западной науке, вызвав определенный интерес к обозначенным ими проблемам. Появление социальных сетей, позже превратившихся в полноценные медиа, только усиливало интерес исследователей, ведь основная аудитория социальных сетей - это поколение «миллениум». Мы наблюдаем появление и развитие тренда изучения темы взаимодействия сетевой молодежи и цифровых технологий и влияние этого взаимодействия на психические, социально-психологические, социокультурные нормы.

Однако помимо позитивных работ, направленных на описание положительных изменений, многие исследователи фиксируют негативные последствия сетевой жизни. Так, в книге «Самое тупое поколение: как электронная эпоха создает поколение глупых американцев и подвергает опасности наше будущее» [11]. Марк Бауэрлейн утверждает: когнитивные способности современной молодежи снизились, несмотря на все возможности, которые обеспечивает сеть. Мир «миллениумов» сузился до сих социального круга и их самих, несмотря на то, что интернет делает мир более доступным для взаимодействия и

исследования. Таким образом, считает Бауэрлейн, из-за доступности информации в сети, молодежи нет необходимости «выходить в мир».

Бауэрлейн не единственный, кто говорит о негативном влиянии быстроразвивающихся технологий на молодежь. Так, в 2008 г. психиатры-дарвинисты Гэри Смол и Гиги Ворган выпускают книгу «Электронный мозг: переживая технологическое изменение современного разума» [15], где рассматривают изменения физиологии высшей нервной деятельности из-за влияния технологий. Они полагают, что проблема заключается не в самом развитии научно-технического прогресса, а в той скорости, с которой это происходит. Смол и Ворган зафиксировали не только разницу в способах мышления «миллениумов» и других поколений, но и приводят факты, свидетельствующие об амбивалентности последствий влияния технологий на мозг молодых людей [15]. Видеоигры развивают периферическое зрение, распознавание визуальных образов на экране, системное мышление, навыки исполнительской деятельности, и при этом подавляют активность центров памяти и эмоции, которых находятся в фронтальных отделах головного мозга.

В том же году вышла новая книга Тэпскотта, посвященная N-Generation, младшим из которых исполнилось одиннадцать, а старшим - тридцать лет: «Вырасти в цифровую эпоху: как сетевое поколение изменяет твой мир». [17]

В ней он анализирует произошедшие за почти десять лет социально-психологические изменения у повзрослевшего поколения N-Geners в условиях дальнейшего развития технологий. Тэпскотт обращает внимание и на негативные стереотипы, сложившиеся в современном обществе относительно «сетевого поколения»: «они глупее, чем мы были в их возрасте»; «они имеют сетевую зависимость»; «они социально незрелые» и т.п. [17] Опираясь на научные данные, он предлагает сменить фокус зрения на проблемы сетевого поколения.

N-Generation, безусловно, отличается от предыдущих поколений, и было бы нелогичным, если бы это было иначе. Сетевое поколение - первое в истории, для которого технологическая среда и виртуальная реальность является естественной средой обитания. По мнению Тэпскотта, именно N-Geners обладают способностью трансформировать общество, поскольку они имеют «почти внутреннее» понимание новых технологий. Постоянная подключенность к Сети и возможность быть на связи с людьми, живущими в различных частях земного шара, сделала N-Generation глобальным поколением.

Исследователь также анализирует социальные навыки N-Geners. Из реальности активность их жизненной позиции перешла в виртуальность: они используют технологии для запечатления событий и их обсуждения в сети, предпочитая это непосредственному участию. Для N-Geners компьютер является более эффективным средством для влияния, поскольку интернет-среда гарантирует более полный охвата потенциальных и реальных целевых аудиторий и дает большой инструментарий для воздействия в процессе формирования общественного мнения.

Тэпскотт оценивает многие изменения как позитивные, соглашаясь, что новые медиа изменили модели поведения или повлияли на функции головного мозга сетевого поколения. Так, например, он замечает, что в отличие предыдущих поколений N-Geners более активны при восприятии информации: они обсуждают её в социальных сетях, обмениваются ссылками, ведут блоги. По мнению исследователя, постоянный мультимедийный опыт привел к тому, что сознание N-Geners стало более «острым» в восприятии визуальных объектов и ориентации в пространстве, а видеоигры улучшили координацию движений и мелкой моторики, что очень важно для принятия быстрых решений. Объем памяти не стал больше, есть вероятность его снижения, однако, при объеме технологических знаний, навыков и скорость их использования увеличились, что дает возможность быстро находить

необходимую информацию, сортировать ее, структурировать, оценивать и превращать в знание.

Исследования современной молодежи, в частности ее ценностных ориентаций и мировоззренческих основ, подтверждают некоторые положения теорий поколений, сетевого поколения и цифровых аборигенов.

Так, А.В. Петров [7] отмечает, что, по данным исследования «Томская инициатива» [1], 77% опрошенных указали, что смотрят в будущее с оптимизмом и считают, что жизнь будет улучшаться. Главное для них (82,7%) - инициатива, предприимчивость, поиск нового. Возможность оказаться в меньшинстве, возросшие риски в достижении поставленных целей не тревожит молодежь. Они стремятся жить по индивидуальным критериям (79,3%), предпочитая не обращать внимание на необходимость соотнесения собственных усилий с жизнью своего поколения (20,7%). Почти половина (44,8%) считает, что в столь сложных условиях развития страны у них получилось достичь желаемого исключительно собственными усилиями. Вызывает интерес тот факт, что такие показатели выше у лиц с высокими и средними доходами, у сторонников "Единой России", "СПС", а также у горожан и имеющих семью. Центральной ценностью для них становится свобода (82,8%), именно на ней основывается их оптимизм и вера в завтрашний день.

Однако эффективность жизненных стратегий молодежь, в первую очередь, связывает со стабильностью. Это, скорее всего, объясняется тем, что они росли одновременно с повышением уровня жизни и уменьшением социальной напряженности в стране. Тем не менее, 71,3% респондентов отмечают, что им нравится жить в постоянно обновляющемся мире и поддерживают эти перемены, что свидетельствует о высокой адаптивности молодежи к новым условиям, открытости ко всему новому.

Данные исследования позволяют определить ценностные ориентации современной российской молодежи и их характеристики: амбивалентность, сочетание противоположных оценок, нестабильность, изменчивость, эклектичность, сочетание элементов различных ценностей, отсутствие выраженного интереса к политике и властным отношениям, стойкая политическая индифферентность, «приниженность» идеалов, доминирование прагматических установок, ориентации на гедонистические ценности, развлечения.

Некоторые из традиционных перемещаются на периферию ценностного сознания молодежи, вытесняясь "новыми", хотя по-прежнему играют значительную роль в мотивационно-ценностной структуре. Подобные установки и поведение большей степени адекватная реакция на происходящие изменения в обществе, опирающаяся на собственные представления о значимости тех или иных ценностей, пережитом опыте, влияние среды, их роли в самореализации.

Таким образом, мы можем выделить основные черты, характерные для современной молодежи. Исходя из структуры личности, предложенной В.Н. Ворониным [4], можно выделить три группы: характеристики, описывающие когнитивную сферу личности, характеристики, описывающие аффективную сферу личности, и характеристики, описывающие ценностно-мотивационную сферу личности.

Для когнитивной сферы современной молодежи характерны высокий уровень развития социальных навыков в рамках виртуальной коммуникации и социальных сетей, однако в реальности в целом они социально дезадаптивны. Молодежь коммуникабельна и контактна, но предпочитают общаться опосредованно - через социальные сети и мобильный телефон, поскольку они с детства имели возможность использовать цифровые технологии и хорошо в них разбираются. Несмотря на свое желание коммуницировать и быть в социуме, склонны к индивидуализму, им важно выразить свою точку зрения и обозначить свое место в мире.

«Миллениумы» склонны принимать решения по какому-либо поводу очень быстро, так как боятся, что другой возможности может и не представиться.

Виртуальная среда и количество информации, как и способ ее подачи, повлияли на перцептивные способности молодежи: они тяжело воспринимают сложную информацию в больших объемах, им характерно желание получать информацию посредством не текстовых документов, а изображений, фильмов, аудиофайлов. Постоянное использование социальных сетей, предоставляющих широкий спектр инструментов для самовыражения и при этом ограничивающих молодежь (144 символа для публикации), оказало влияние и на речевые способности: многие отмечают неумение цельно и структурировано излагать свои мысли, строить сложные умозаключения, вступать на публике.

Аффективная сфера развита достаточно сильно: молодежь эмоционально открыта и контактна, однако в целом, акцентирована на самости, что может быть, как результатом неуверенности в себе и в жизни, так и влиянием информационной среды. Развитое чувство уникальности и неповторимости является следствием увеличения возможностей для самовыражения и самопрезентации, однако при этом количество и качество людей, с которыми индивид себя сравнивает, возросло в разы, что, в свою очередь, причиной развития комплекса неполноценности или неуверенности в себе. При взаимодействии с другими людьми исходят из достаточно эгоистичных и эгоцентричных позиций, при конфликтах предпочитают стратегию ухода, поскольку имеют сложности нахождения компромиссных решений при общении с другими людьми. Семья имеет большое значение, понятие «достойной жизни» - это в первую очередь работа и семья. Они стремятся за новыми ощущениями и знаниями, однако это стремление направлено не на глубь предмета, и в целом их познание довольно поверхностно, поскольку им сложно удержать фокус внимания на чем-то достаточно долго.

В целом поколение «миллениум» оптимистичнее старших поколений, они были рождены и живут в период относительно благополучный, однако это поколение также стало свидетелем многочисленных терактов, что сформировало ощущения хрупкости мира и краткости жизни. Молодежь имеет более высокий уровень и темп психического развития, но отличаются сниженными адаптивными возможностями относительно реальной и социальной жизни.

Ценностно-мотивационная сфера в первую очередь характеризуется постоянным поиском чего-то нового: молодежи не нравится долго заниматься одним тем же, они не хотят подолгу работать на одном месте и в одной профессии. Как сотрудники они нацелены на гибкий график и возможность дистанционной работы, чтобы хватало времени для прочих интересов и саморазвития, самореализации вне работы. «Миллениумы» ждут немедленного вознаграждения за любой поступок, моментальной ответной реакции, результатов, видеоигры приучили их к четким указаниям и контролю, поэтому в реальной деятельности они не способны действовать самостоятельно и не хотят делать что-то без очевидной выгоды. Их действия чаще всего направлены не на конкретный результат, а на процесс, поэтому, сталкиваясь с трудностями, они предпочитают отступить.

Проделанный анализ и выявленный портрет современной молодежи позволяет разрабатывать адекватные методы работы с учетом специфики разных поколений в таких областях как: построение системы мотивации в организации [7], в области связей с общественностью и рекламы, разработки интернет-технологий с учетом специфики восприятия и владения интернет-технологиями разных поколений. Также анализ дает представление о ценностной структуре, когнитивных особенностях и структуре мотивации, социально-психологических характеристиках поколения «миллениум», что позволяет строить более эффективные направления работы с ними.

Для повышения реальной социальной адаптивности необходимо вводить компенсаторные технологии обучения, такие как командные формы обучения, групповые и проектные виды деятельности, тренинги по овладению типовыми видами социальных ролей. Необходимо включать виды обучения, позволяющие выстраивать социальные отношения, интегрирующие представителей нового поколения в профессиональное сообщество, а также обучение разным формам группового взаимодействия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базовые ценности россиян. Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы. По материалам проекта "Томская инициатива". М., 2003.
2. Беби-Бумеры уходят на пенсию: о каких проблемах говорит мир (по материалам конференции ASTD, США 2009) // Теория поколений в России URL: <https://rugenations.su/2009/06/25/> (дата обращения: 04.11.2016).
3. Безбогова М.С., Ионцева М.В. Социально-психологические аспекты взаимодействия пользователей в виртуальных социальных сетях. // «Мир науки» (серия Педагогика и психология). 2016. №5 (сентябрь-октябрь), том 4.
4. Воронин В.Н. Социально-психологические механизмы формирования организационной культуры: дис. ... д-р психол. наук: 19.00.05. М., 1999.
5. Дергунов, Т.В. Формула менеджмента. Практическое пособие начинающего руководителя / Т.В. Дергунов. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
6. Зайцев, А.Б. Индивидуально-психологические факторы успешности обучения современных студентов / А.Б. Зайцев. Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Психология» - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ. - 2013. - Т. 6. - №2 - С. 65-71.
7. Ионцева М.В., Никитина Н.В. Теоретический анализ Я-концепции в организации / Ионцева М.В., Никитина Н.В. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2013. №22. С. 229-232.
8. Исаева М. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува / М. Исаева // Знание. Понимание. Умение. - 2011. - №3. - С. 290-295.
9. Мид М. Культура и мир детства. М.: Наука, 1988. С. 361.
10. Петров А.В. Ценностные предпочтения молодежи: диагностика и тенденции изменений. Социологические исследования, № 2, Февраль 2008, С. 83-90.
11. Bauerlein M. The Dumbest Generation: How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future (Or, Don't Trust Anyone Under 30). Tarcher, 2008. 264 p.
12. Howe, N., Strauss, W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. ISBN 978-0-688-11912-6. изд. New York: William Morrow & Company, 1991.
13. Howe, Neil, Strauss, William The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. ISBN 978-0-7679-0046-1 изд. New York: Broadway Books, 1997.
14. Prensky M. Digital Natives, Digital Immigrants // On the Horizon. October 2001. Vol. 9, №5. P. 1-6.
15. Small G., Small G. iBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind. HarperCollins Publishers, 2008.
16. Tapscott D. Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation. McGraw-Hill Companies, 1999. 338 p.
17. Tapscott D. Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World, McGraw-Hill, 2008. 384 p.

Bezbogova Marina Sergeevna

State university of management, Russia, Moscow
E-mail: bezbogova@gmail.com

Iontseva Maria Vladimirovna

State university of management, Russia, Moscow
E-mail: Miontseva1@gmail.com

Socio-psychological aspects of user interaction in virtual social networks

Abstract. The article describes and analyzes the social and psychological portrait of today's youth. The theoretical approaches are include the past twenty years. Particular attention is paid to the influence of video games and social media and networks to the formation of values and behavioral patterns. In addition to the theoretical analysis considers the sociological research. This defines a structured and systematic social and psychological portrait of today's youth, also have done the conclusion about the future use of the portrait in the various spheres of society.

Keywords: social networks; youth; generation theory; N-Geners; millennium generation; Tapscott; digital natives; socio-psychological portrait; net-generation; personality structure