

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2022, №3, Том 13 / 2022, No 3, Vol 13 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2022.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SCSK322.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Зубко, Д. В. Теория поколений в фокусе ценностей: к вопросу целесообразности применения поколенческой концепции при стратегическом планировании / Д. В. Зубко, Ю. В. Клюев // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 3. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SCSK322.pdf>

For citation:

Zubko D.V., Klyuev Yu.V. The theory of generations in the focus of values: on the question of the expediency of applying the generational concept in strategic planning. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 3(13): 02SCSK322. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SCSK322.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Исследование выполнено ФГАОУ ВО "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого" и поддержано в рамках программы стратегического академического лидерства "Приоритет 2030" Российской Федерации (Соглашение 075-15-2021-1333 от 30.09.2021)

Зубко Дарья Валерьевна

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», Санкт-Петербург, Россия
Гуманитарный институт
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью
Ассистент

Кандидат филологических наук

E-mail: zubko_dv@spbstu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1299-1115>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=869259

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57194524747>

Клюев Юрий Владимирович

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», Санкт-Петербург, Россия
Гуманитарный институт
Высшая школа медиакоммуникаций и связей с общественностью
Профессор

Доктор политических наук, доцент

E-mail: klyuev_yuv@spbstu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1990-9885>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=703290

SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57194520398>

Теория поколений в фокусе ценностей: к вопросу целесообразности применения поколенческой концепции при стратегическом планировании

Аннотация. Специальный научный интерес к исследованиям поколений в условиях массовой культуры в XXI веке актуализирован, прежде всего, темпами и масштабом глобализации, динамичным развитием индустрии массового потребления, развлечений, гедонизма.

Сама по себе необходимость изучения генераций очевидна и актуальна, однако в процессе теоретических и прикладных исследований возникают риски относительно возможной радикальной дифференциации в подходах к использованию и интерпретации количественных и качественных характеристик выявленных социальных и личных ценностей, паттернов поведения применительно к разным возрастным референтным группам. В ряде

исследований открыто или латентно прослеживается дискриминация отдельных поколений, как правило, и в большей мере — старших генераций, в том числе в плане количества подобных исследований, их интерпретаций.

В данной статье изучены подходы к изучению поколений с учетом их многообразия и ценностных ориентиров. Предложены научно-практические решения проблем исследования разновозрастных референтных групп в их аксиологическом осмыслении. Обоснованы рекомендации по использованию инновационных и классических подходов к изучению аксиологических вопросов развития поколений.

По результатам работы над статьей выявлена необходимость системного изучения ценностных ориентаций поколений. Сделаны выводы о том, что система ценностей поколений требует более глубокого, продуманного, внимательного изучения представителями разных научных направлений.

Одним из главных решений достижения достоверности поколенческих исследований является масштабное и действенное применение междисциплинарного подхода с учетом методов социологической и психологической науки.

Формализация и стереотипизация подходов относительно исследований демографических групп определенной национальной культуры может приводить к искажениям при стратегическом планировании.

Ключевые слова: теория поколений; социальное поколение; генерация; ценности; ценностные ориентации; возрастные группы; стратегическое планирование

Теория поколений: основные положения и характеристики

Вопрос изучения ценностных ориентаций социальных групп является в высокой мере актуальным для теоретических научных исследований социологической, экономической, политологической направленности, а также для прикладных — индустриальных исследований в коммерческой сфере. Результаты подобных исследований могут быть полезными при принятии решений государственными органами.

Значительную известность в России в период 2010–2020-х гг. получила теория социальных поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Вместе с этим, обращаясь к вопросу теоретического осмысления и практик изучения сходств и различий ценностных ориентаций социальных поколенческих групп, выделяемых с опорой на систему подходов к классификации общества, иначе называемую поколенческой теорией или теорией социальных поколений, необходимо обратить внимание на ряд обстоятельств, выявляющих проблемные точки данного подхода и ставящих под сомнение целесообразность исследования поколенческой концепции при изучении российского общества в аксиологическом аспекте.

Отметим, что понятие «поколение» не ново для академической среды. Поколенческие различия изучали философы, политики, социологи, историки, публицисты: Аристотель, Гесиод, Д. Вико, Ж. Кондорсе, Д. Дидро и другие. На тот момент, хотя фиксировались отдельные различия между людьми, живущими в разные исторические эпохи, не была принята универсальная концепция, обосновывающая исключительно поколенческими различиями подавляющее большинство сложных социальных, общественно-политических процессов.

Концепт «теория поколений» — новация конца XX века. С позиции основоположников поколенческой теории, экономиста и социолога Н. Хоува и историка В. Штрауса, сущность теории поколений заключается в следующих основных положениях.

1. Социальное поколение — это общность индивидов, рожденных в один двадцатилетний период. По мнению Н. Хоува и В. Штрауса, существует четырехступенчатый поколенческий цикл. Концепция поколенческого цикла базируется на предположении о цикличности истории человечества. Н. Хоув и В. Штраус выделяют четыре повторяющихся поколенческих или настроенческих эры (четыре «сезона истории»), которые обуславливают возникновение отличных друг от друга социальных поколений, это эры: «Подъем», «Пробуждение», «Спад», «Кризис» [1].
2. Представители одного поколения, согласно позиции американских исследователей, обладают общими критериями. Первый критерий — возрастное положение, т. е. включенность в общий социально-исторический контекст, переживание исторических событий в примерно одинаковом возрасте. Второй критерий — близкие модели поведения и общие ценности, убеждения. Третий критерий, объединяющий представителей одной возрастной группы, — внутреннее ощущение и осознание индивидами принадлежности к своему поколению [1].

Поколенческий подход Н. Хоува и В. Штрауса является в определенном смысле модным, активно внедряется в научную среду, массовую культуру, тиражируется СМИ. На основании поколенческой теории принимаются управленческие решения в бизнесе. Вместе с этим, несмотря на относительную рациональность данного подхода, отметим, что он носит в значительной степени гипотетический и малодоказательный характер. Социальные концепции и теории, стремящиеся кратко, просто и смело объяснить нюансы человеческой истории, во многом условны и не объективны. Подобные теории характеризуются широкими обобщениями, нивелируют индивидуальность личности. В ряду подобных гипотез находится и теория поколений, опирающаяся на предположение о спирали поколений, не имеющей прямых научных доказательств.

Исследование ценностных ориентаций личности и социума с опорой исключительно на поколенческую концепцию может приводить к усреднению результатов, избирательным подходам к анализу фактов. Стереотипизация, присущая значительному количеству обобщений, порождает угрозу возникновения дискриминационных ситуаций, в частности, опасна искусственной маргинализацией изучаемых позиций, точек зрения индивидов, не соответствующих определенным для их поколения общим критериям — моделям поведения, ценностным установкам, характеристикам личности. Дискриминация может проявляться и на уровне принятия отдельными компаниями управленческих решений в отношении представителей того или иного поколения с опорой на слабо подкрепленные доказательной базой установки и стереотипы относительно генераций. Поколенческий подход чреват упрощением результатов и выводов по итогам исследований, например, массовизацией мироощущения поколенческой группы, отдельных ее членов.

Опора на теорию поколений, кроме прочего, отличается фаталистским подходом к реальности: позиция о существовании повторяющегося цикла из четырех поколений со сходными личностными характеристиками порождает убежденность в том, что каждое поколение, в сущности, обречено повторять путь своего исторического прототипа.

Кроме этого, возникает вопрос противоречия теории поколений Н. Хоува и В. Штрауса положениям концепции возрастной психологии. Базисом возрастной психологии является аксиома о возрастной динамичности психики индивида, а значит и возможности корректировки его ценностей, мировоззрения, мироощущения и социального поведения в течение жизни. Данное противоречие может приводить к значительным трудностям при изучении поколений. Это особенно актуально для долгосрочного прогнозирования социального поведения

подростков — представителей одного социального поколения [2]. Подростковые личности находятся на этапе формирования, а значит, в будущем в силу естественных процессов взросления может корректироваться этическое сознание и внутренняя система ценностей данных индивидов [3].

С учетом сказанного, представляется не вполне обоснованным ориентироваться исключительно на поколенческую теорию при формировании форсайтов и при стратегическом планировании.

Теория поколений применительно к российской социологической практике

Значительную уязвимость для практического применения теории поколений в России представляет классификация поколенческих групп исключительно с опорой на американский и европейский опыт. Хронологические рамки поколения определены с учетом значимых для США как родины теории поколений общественно-политических событий, формирующих данные рамки, а именно: «великая депрессия», университетские протесты 1960-х, так называемая «революция сознания», экономический подъем в США (1980-е–2000-е гг.). Эти и другие события формируют, по мнению Н. Хоува и В. Штрауса, следующие поколения: «Молчаливое поколение» (1923–1943 гг.), «Бэби-бумеры» (1944–1960 гг.), Поколение «X» (1961–1981 гг.), Поколение «Y» или миллениалы (1982–2004 гг.), Поколение «Z» (2012 г. — н.в.) [4].

Представляется ошибочной убежденность отдельных исследователей в том, что отечественные социальные поколения в точности повторяют путь поколений США, «догоняют» их, а значит, «наследуют» ценностные установки, ключевые сообщения, идеалы. Данная позиция представляется несостоятельной в силу существенных глубинных социальных, общественно-политических, культурных различий между Россией и США. Например, представляется необоснованным сравнивать поколение людей, рожденных в 1980-х–1990-х в США, — в период экономического подъема данного государства с социальным поколением россиян, рожденных в тот же период, — в эпоху экономического спада, идеологического слома, социальной трагедии России.

Отдельные специалисты понимают данную проблему и, основываясь на четырехфазном цикле истории, разрабатывают хронологические характеристики специально для поколений России. Существуют научные исследования, в которых предлагается корректировка представлений о поколениях с учетом российского исторического контекста.

М.Р. Мирошкина следующим образом определяет специфику сменяемости поколений в России: «В отличие от поступательной траектории смены поколений, представленной в классической теории У. Штрауса и Н. Хоува, траектория смены российских поколений XX–XXI вв. носит не поступательный, а дискретный характер. Каждое поколение является участником либо современником судьбоносного исторического события, значительно меняющего либо устои жизни страны в целом, либо правила жизни в определенный период времени» [5].

Согласно позиции М.Р. Мирошкиной, определяются следующие границы российских поколений: «Поколение революции» 1903–1923 гг. (в США им соответствует поколение «Победители» 1903–1923 гг.), «Поколение победителей, поколение оттепели» 1923–1940 гг. (в США это «Молчаливое» — 1923–1943 гг.); «Первое послевоенное поколение, поколение холодной войны» 1941–1964 гг. (в США это «Беби-бумеры» 1944–1963 гг.); Последнее советское поколение, поколение перестройки 1965–1973 гг. (в США это «X» 1964–1984 гг.); «Первое несветское поколение» 1974–1985 гг. (в США это «Y» 1985–2003 гг.); Цифровое поколение, поколение «Путина» 1986–2014 гг. (в США это «Z» 2004–2024 гг.) [6].

Данный подход представляется в большей мере обоснованным, т. к. в большей или меньшей степени учитывает российский контекст общественно-политических и культурных характеристик поколений. Вместе с этим применение исключительно хронологической исторической градации может формировать риски тиражирования стереотипов, отрицания уникальности личности, ее жизненного опыта.

Кроме этого, необходимо обратить внимание на наличие в открытом доступе высоко цитируемых и находящихся в «топе» поисковых массовых запросов в интернете упрощенных и стереотипизированных околонуучных изданий. К таким материалам можно отнести разработку Е. Шамис и Е. Никонова [7]. Не вдаваясь в научную полемику по поводу положений, выдвинутых данными авторами, нельзя не отметить, что их разработка не в полной мере соответствует объективным критериям воспроизводимости и достоверности научного знания, и в этой связи не может представлять существенной научной ценности. В целом подача материала в таких работах предельно упрощена, схожа с методами привлечения внимания популярными коучами, бизнес-тренерами и так называемыми «инфоцыганями».

Адаптируют поколенческую теорию Н. Хоува и В. Штрауса к российской действительности и представители бизнеса — аналитики крупных российских компаний «Сбербанк», «Вымпелком» и других. В таких исследованиях внимание корпораций акцентируется не столько на поколенческих характеристиках, сколько на возрастных параметрах потребительского поведения индивидов.

Например, в аналитической записке бизнес-сегмента SberCIB (ПАО «Сбербанк») — «Исследование SberCIB: поколение Z уже задает новые модели потребления»¹ — сказано о том, что по статистике молодежь и семьи с детьми покупают и тратят больше, чем представители старших генераций. Гипотетически цель использования в подобных исследованиях популярных идентификаций поколений — «бумеры», «миллениалы», «зумеры» — состоит в привлечении внимания аудитории, маркетинговом воздействии на потребителей. Важным и объективно верным представляется то обстоятельство, что в научных фундаментальных трудах российских исследователей поколенческая теория Н. Хоува и В. Штрауса и ее адаптация для коммерческого сектора скорее критикуется, чем поддерживается [8; 9].

Несмотря на фактор невысокой достоверности применения теории поколений и ее адаптаций, существуют научные работы, подготовленные с опорой на данную теорию. В подобных материалах утверждается, что представители поколений (авторы статей чаще всего определяют типологию поколений согласно классификации Е. Шамис и Е. Никонова) обладают общими ценностями, реализуют идентичные паттерны поведения. Как правило, такие материалы [10–13] способствуют тиражированию и укреплению в массовом и в ряде ситуаций научном сознании ошибочных стереотипов относительно ценностных убеждений и поведенческих реакций разных поколений.

Научно-практические решения проблем исследования разновозрастных референтных групп в их аксиологическом осмыслении

С учетом сказанного, можно отметить, что решению выявленных проблем в сфере поколенческих исследований необходимо уделять системное междисциплинарное внимание. В этой связи в качестве основных рекомендаций определим следующие.

¹ Исследование SberCIB: поколение Z уже задаёт новые модели потребления // Sber Press. URL: <https://press.sber.ru/publications/issledovanie-sbercib-pokolenie-z-uzhe-zadaiot-novye-modeli-potrebleniia> (дата обращения: 14.06.2022).

1. Отказ при исследовании возрастных групп от строгих временных поколенческих рамок, слабо обоснованных с позиции фундаментального научного знания.
2. Уход от обобщений и упрощений относительно сложности и многоаспектности каждого индивида.
3. Признание необходимости регулярных системных исследований формирующегося мировоззрения подростков и молодежи в динамике, в том числе в процессе последующего взросления личности.
4. Изучение ценностных ориентаций разных социальных групп с опорой на положения возрастной психологии.
5. Проведение своевременной и регулярной социально-психологической диагностики убеждений и поведения индивидов.

Отдельные обобщения в рамках поколенческих исследований возможны при совпадении у членов исследуемых групп следующих критериев:

- единый исторический и культурный контекст, в котором члены группы находились в равном возрасте (при этом стоит учитывать, что восприятие детьми событий, их осознание может значительно отличаться при возрастной разнице между детьми даже в пределах 2–3 лет);
- наличие государственной идеологии (системы морально-нравственных, политических, духовных принципов, на которых базируется государство); или — напротив — идеологический вакуум государства;
- единый контекст массовой культуры, в который погружены ровесники (массовая культура и культура публичного поведения может отличаться у жителей столичных регионов и провинциальных городов и сел);
- национальная культура в целом (в том числе культура национальных меньшинств), в которой формировались личностные и социальные особенности ровесников;
- воспитание (в том числе наличие и реализация системных государственных программ по воспитательной работе среди молодежи, прежде всего, в школах, средних специальных учреждениях и вузах);
- ориентация на ценностные установки авторитетов (ровесников в подростковый и юношеский период) и значимых взрослых (старших родственников, преподавателей, медийных персон, лидеров общественного мнения);
- материальное положение семьи;
- социальное благополучие или неблагополучие семей ровесников;
- специфика и соответствие региону проживания;
- уровень образования, доступ к системному знанию;
- психотип личности.

С учетом указанных критериев, перечень которых может быть дополнен, необходимо проведение системных социологических исследований ценностных ориентаций референтных групп методами опросов, анкетирования, социально-психологической диагностики.

Среди исследовательских практик социально-психологического уровня можно отметить методику диагностики ценностных ориентаций личности М. Рокича. Составленный данным

автором опросник предполагает ранжирование реципиентом по степени важности в его жизни 36 ценностей, разделенных на две автономных группы, по 18 ценностей в каждой. Первая группа — ценности-цели (терминальные ценности), среди них — здоровье, интересная работа, любовь, развитие, развлечения, свобода и другие. Вторая группа ценностей — ценности-средства (инструментальные ценности), среди них — независимость, исполнительность, жизнерадостность и другие [14].

Наряду с этим, особого внимания при проведении исследований референтных групп в аксиологическом аспекте заслуживает методика — опросник Ш. Шварца [15]. Данный автор выявил 10 основных ценностей личности, среди которых — достижения, самостоятельность, сила, безопасность, традиции и другие. Позднее данный перечень был увеличен до 19 наименований. Ранее обозначенные ценности были дифференцированы на два направления. Например, самостоятельность — на «интеллектуальную автономию» и «самостоятельные действия» [16]. Предложенная методика оформлена в анкету, реципиенту предлагается по шкале от 1 до 7 оценить, насколько важна для него та или иная ценность. По мнению Ш. Шварца и соавторов данного опросника эта расширенная методика применима даже к референтным группам детей дошкольного возраста [17].

При изучении ценностей национальных групп и культурных общностей возможно применение этнометрических аксиологических методик С. Вельцеля, Р. Инглхарта, Г. Хофстеде, М. Минкова и других специалистов. Суть этнометрических методик состоит в утверждении существования паттернов мышления, чувств, действий или, иными словами, ментальных программ, характерных для индивидов [18]. По Г. Хофстеде, к таким паттернам относятся «индивидуализм», «дистанция власти», «маскулинность» и «избегание неопределенности». Авторы сходятся во мнении о совпадении ментальных программ у представителей определенной нации и гражданства. В рамках практических исследований, основанных на этнометрических подходах, возможен для применения сравнительный анализ полученных результатов изучения референтных групп с масштабными данными исследований национальных и культурных общностей.

Для изучения ценностных ориентаций референтных групп могут быть использованы иные психолого-социальные и междисциплинарные методики. Например, опросники Д.А. Леонтьева [19], И.Г. Сенина [20], В.А. Ядова², С.С. Бубновой [21] и других специалистов.

Завершая данную статью, можно выдвинуть следующие положения.

1. Система ценностей поколений требует более глубокого, продуманного, внимательного изучения представителями разных научных направлений.
2. Одним из главных решений достоверности поколенческих исследований является не формальное, а масштабное и действенное применение междисциплинарного подхода с учетом признанных научным сообществом методов социологической и психологической науки.
3. Формализация и стереотипизация подходов и методов относительно исследований демографических групп определенной национальной культуры может приводить к существенным искажениям при стратегическом планировании в политике, бизнесе и государственном управлении.

² Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. 2-е изд., доп. / под общ. ред. В.А. Ядова. М.: ЦСПиМ, 2013. 376 с. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_37243350_25206124.pdf (дата обращения: 11.07.2022).

ЛИТЕРАТУРА

1. Howe N., Strauss W. The Fourth Turning: An American Prophecy — What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books. 1997. 400 p. URL: <https://archive.org/details/the-fourth-turning-an-american-prophecy-what-the-cycles-of-history-tell-us-about> (дата обращения: 11.07.2022).
2. Плешивцев А.Ю., Стенин С.В. Проблемы социального становления школьника подросткового возраста // Наука и школа. 2021. № 4. С. 243–248. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46614521_56714913.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
3. Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст: Проблемы становления личности / пер. с нем. Г.И. Лойдиной; под ред. Т.А. Гудковой. М.: Мир, 1994. 319 с.
4. Strauss W., Howe N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. 1991. URL: <https://archive.org/details/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe> (дата обращения: 11.06.2022).
5. Мирошкина М.Р. Интерпретации теории поколений в контексте российского образования // Ярославский педагогический вестник. 2017. № 6. С. 30–35. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_30798366_97314889.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
6. Мирошкина М.Р., Евладова Е.Б., Курактин А.В., Лазарева Д.А. Комплексное междисциплинарное исследование, проводившееся в рамках реализации проекта «Цифровое поколение. Портрет в контексте образования», осуществляемого при финансовой поддержке РГНФ (Соглашение № 15-06-10018 (а) от 26 мая 2015 г.). Подходы, обоснования, организация проекта // «Цифровое поколение» и педагогические реалии современной России: научно-практическая интернет-конференция с международным участием (Москва, ноябрь — декабрь 2016 г.) / под ред. М.Р. Мирошкиной, Е.Б. Евладовой, С.В. Лобынцева. — М.: ФГБНУ «Институт изучения детства, семьи и воспитания РАО», 2017. С. 7. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_29336720_79846627.pdf дата обращения: 11.07.2022).
7. Шамис Е., Никонов Е. Теория поколений: необыкновенный Икс. — М.: Университет «Синергия», 2016. — 140 с.
8. Ковин Е.А., Лысенко О.В. Практическая ценность современных теорий поколений в социологии // Вестник ПГГПУ. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки. 2020. № 1. С. 33–38. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44144082_39017312.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
9. Горохов С.А., Заплитный И.Д. Ценностные установки представителей поколения Y в контексте теории поколений. Российская специфика // Проблемы современного образования. 2019. № 5. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_41567713_64277627.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
10. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития. 2018. № 2(42). URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32834379_69452187.pdf (дата обращения: 11.07.2022).

11. Гракова Е.В., Маслакова М.В. Ценностные ориентации поколений сотрудников и организационная культура библиотеки // Знание. Понимание. Умение. 2020. № 2. С. 136–145. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43928420_14144265.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
12. Выпрямкина И.Б., Головецкий Н.Я., Немков Д.Е. Применение теории поколений для повышения эффективности коммуникаций между преподавателем поколения X и обучающимися-миллениалами // Вестник евразийской науки. 2019. Т. 11. № 2. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38564107_46717355.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
13. Павлова Е.А., Ельшин Л.А. Маркетинг для разных поколений: от беби бумеров до поколения Z // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. 2020. № 18. С. 120–124. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_44640658_39644906.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
14. Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press. 1973. 456 p. URL: <https://archive.org/details/natureofhumanval00roke/page/n3/mode/2up> (дата обращения: 11.07.2022).
15. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // Advances in experimental social psychology / Ed by M. Zanna. N.Y.: Academic Press, 1992. P. 1–65. URL: https://www.researchgate.net/publication/230557790_Universals_in_the_Content_and_Structure_of_Values_Theoretical_Advances_and_Empirical_Tests_in_20_Countries (дата обращения: 11.07.2022).
16. Schwartz S.H., Cieciuch J., Vecchione M., Davidov E., Fischer R., Beierlein C. et al. Refining the theory of basic individual values // Journal of Personality and Social Psychology. 2012. Vol. 103. № 4. P. 663–688. DOI: 10.1037/a0029393 URL: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/66833/1/Schwartz_etal_in_press_JPSP.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
17. Vecchione M., Schwartz S., Alessandri G., Dring A.K., Castellani V., Caprara M.G. Stability and change of basic personal values in early adulthood: An 8-year longitudinal study // Journal of Research in Personality. 2016. Vol. 63. P. 111–122.
18. Hofstede G., Hofstede G.J., Minkov M. Cultures and Organizations. Software of the Mind. McGraw-Hill. 3 ed. 2010. 576 p. URL: https://e-edu.nbu.bg/pluginfile.php/900222/mod_resource/content/1/G.Hofstede_G.J.Hofstede_M.Minkov%20-%20Cultures%20and%20Organizations%20-%20Software%20of%20the%20Mind%203rd_edition%202010.pdf (дата обращения: 11.07.2022).
19. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. М.: Смысл, 2007. URL: https://bookap.info/book/leontev_psihologiya_smysla_priroda_stroenie_i_dinamika_smyslovoy_realnosti/ (дата обращения: 11.07.2022).
20. Сенин И.Г. Опросник терминальных ценностей. Ярославль: НИЦ «Психодиагностика». Фонд гражданской инициативы «Содействие», 1991.
21. Бубнова С.С. Ценностные ориентации личности как многомерная нелинейная система // Психологический журнал. 1999. № 5. С. 38–44. URL: <https://arxiv.gaugn.ru/s0205-95920000621-0-1-ru-2317/?reader=Y> (дата обращения: 11.07.2022).

Zubko Darya Valerievna

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia
Institute of Humanities
Higher School of Media Communications and Public Relations
E-mail: zubko_dv@spbstu.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1299-1115>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=869259
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57194524747>

Klyuev Yuriy Vladimirovich

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia
Institute of Humanities
Higher School of Media Communications and Public Relations
E-mail: klyuev_yuv@spbstu.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1990-9885>
RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=703290
SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=57194520398>

The theory of generations in the focus of values: on the question of the expediency of applying the generational concept in strategic planning

Abstract. Special scientific interest in the research of generations in the conditions of mass culture in the XXI century is actualized, first of all, by the pace and scale of globalization, the dynamic development of the mass consumption industry, entertainment, hedonism.

In itself, the need to study generations is obvious and relevant, however, in the process of theoretical and applied research, risks arise regarding the possible radical differentiation in approaches to the use and interpretation of quantitative and qualitative characteristics of the identified social and personal values, patterns of behavior in relation to different age reference groups. In a number of studies, discrimination of individual generations is openly or latently traced, as a rule, and to a greater extent — older generations, including in terms of the number of such studies and their interpretations.

This article examines approaches to the study of generations, taking into account their diversity and value orientations. Scientific and practical solutions to the problems of research of reference groups of different ages in their axiological understanding are proposed. The recommendations on the use of innovative and classical approaches to the study of axiological issues of generational development are substantiated.

Based on the results of the work on the article, the need for a systematic study of the value orientations of generations is revealed. Conclusions are drawn that the value system of generations requires a deeper, thoughtful, careful study by representatives of different scientific fields.

One of the main solutions to achieve the reliability of generational research is the large-scale and effective application of an interdisciplinary approach taking into account the methods of sociological and psychological science.

Formalization and stereotyping of approaches regarding research of demographic groups of a certain national culture can lead to distortions in strategic planning.

Keywords: theory of generations; social generation; generation; values; value orientations; age groups; strategic planning