

## Ценности успеха в представлении студенческой молодежи поколения Z

**Н.В. ЛУКЪЯНЧЕНКО\***,  
ФГБОУ ВО СибГУ, Красноярск, Россия,  
Luk.nv@mail.ru

**Л.В. ДОВЫДЕНКО\*\***,  
ФГБОУ ВО СибГУ, Красноярск, Россия,  
dovydenko.larisa@yandex.ru

**И.А. АЛИКИН\*\*\***,  
ФГБОУ ВО КГПУ, Красноярск, Россия,  
alikinia@mail.ru

*Авторы определяют значимость исследований ценностных оснований понимания жизнедеятельности представителями молодого поколения для его продуктивного включения в систему социально-производственных отношений. В статье представлены результаты исследования аксиологического аспекта представления об успехе студентов вузов, относящихся к поколению ценителей. Выборку исследования составил 591 обучающийся из трех вузов Красноярска. Для выявления значимости ценностей успеха использовалась методика С.А. Пакулиной «Мотивация достижения успеха студентов в вузе». Результаты исследования показывают, что представление студентов об успехе содержит широкий диапазон взаимосвязанных ценностей. При этом ценности интериоризованного (внутренне представленного) успеха имеют большую значимость, чем ценности экстериоризованного (внешне представленного) успеха. Общий уровень значимости ценностей успеха задается совокупным действием ценностей эмоционального состояния, личного успеха и ценностей социальной*

### Для цитаты:

*Лукьянченко Н.В., Довыденко Л.В., Аликин И.А. Ценности успеха в представлении студенческой молодежи поколения Z // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 2. С. 82–94. doi:10.17759/sps.2019100207*

\* Лукьянченко Наталья Владимировна — кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии труда и инженерной психологии, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева», Красноярск, Россия, Luk.nv@mail.ru

\*\* Довыденко Лариса Владимировна — магистр психологии, старший лаборант кафедры философии и социальных наук, ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени М.Ф. Решетнева», Красноярск, Россия, dovydenko.larisa@yandex.ru

\*\*\* Аликин Игорь Анатольевич — кандидат биологических наук, доцент кафедры педагогики и психологии начального образования, ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет имени В.П. Астафьева», Красноярск, Россия, alikinia@mail.ru

*значимости. Авторы описывают риски такой структуры аксиологического аспекта успеха для молодых людей с высокой направленностью на достижения.*

**Ключевые слова:** поколения, центениалы, студенты, успех, ценности.

## Введение

Стало уже общим местом характеризовать современность как время беспрецедентно быстрых социальных изменений [1]. Секуляризация общества наряду с кардинальными технологическими прорывами породили необходимость выстраивать новые способы жизнепонимания и действия, а разочарование в абсолютах доктрин социального прогресса способствовало, по словам П. Уотсона, «великому повороту внутрь себя» [15, с. 7].

Воззрения на природу человека оказываются в центре внимания и представителей научной мысли, и широких слоев населения [14], и, в силу высокой значимости и сложности реализации человеческого капитала, субъектов социального и производственного управления. С одной стороны, подчеркивается множественность и «текучесть» форм социального существования, что обостряет интерес к механизмам адаптации и удержания личностной целостности. С другой стороны, активизируется поиск их специфики для комфортного социального взаимодействия. В данном контексте разворачиваются исследования, исходные установки которых заданы теорией поколений [13]. Под поколением понимается «общность людей, рожденных в определенный исторический период и являющихся носителями схожих ценностей, сформированных под воздействием общих факторов (социальных, культурных, экономических и политических событий, технического прогресса)» [9]. И, хотя исходный вариант теории поколений [24] пред-

ставляет собой скорее образец «поп-социологии», чем научной концепции, критикуется за недостаточную эмпирическую обоснованность и неотделимость от американского культурно-исторического контекста [22], он дал толчок развитию целого направления научно-прикладных разработок, предметом рассмотрения которых являются отличительные характеристики людей, родившихся в одно время. Стимулом для них является стремление к продуктивному взаимодействию с субъектами социальных отношений разных возрастных категорий в противовес обезличенному традиционному противостоянию «отцов и детей» [19].

А. Борисова, руководитель Управления по работе с персоналом КППМГ в России, опираясь на свой богатый опыт, отмечает, что практические разработки, выросшие из теории поколений, действительно помогают повысить коммуникативную эффективность. Примером такой разработки является известная книга Е. Шамис и Е. Никонова «Теория поколений. Необыкновенный Икс» [19]. В настоящее время фокус обсуждений поколенческой проблематики в значительной мере обращен к особенностям молодых людей, находящихся на пороге взрослой жизни и относимых к поколению Z. Такое обозначение не является единственным. Его эквивалентами являются номинализации: «центениалы», «цифровое поколение», «сетевое поколение» и даже «цифровые аборигены» («digital natives»). Обилие наименований, связанных с цифровыми технологиями, обусловлено тем, что это первое поколение, социализация

которого проходила в условиях широкого распространения цифровых технологий в различных сферах жизни. Приуроченность к появлению Интернета сдвинула рамки поколенческой периодизации на более ранний период по сравнению с тем, который предполагается исходной теорией поколений, и предопределила первоначальную направленность исследований на когнитивные характеристики психической организации молодых людей. Неоднозначные результаты таких исследований, свидетельствующие о большем дифференцирующем влиянии социальных факторов, чем даты рождения, проблематизировали вопрос о специфике выделенного поколения [21; 23; 25; 26; 28]. Более показательные результаты дало изучение ценностей, коммуникативных и идентификационных установок.

Так, Е.П. Белинская провела двухэтапное (2000–2001 и 2014–2015 годы) исследование идентификационных моделей россиян подросткового и младшего юношеского возраста [3]. Идентификационные модели в данном случае — это реальные или вымышленные люди, чьи взгляды воспринимаются как близкие и которые служат образцами для подражания. Сравнение показало, что за 15 лет изменился практически весь спектр возможных характеристик данных моделей.

Собирательный портрет «героя нашего времени» в первом замере характеризовался следующими чертами: профессионально успешен, и это отождествляется с жизненным успехом в целом; не карьерист; в результате успешной профессиональной самореализации имеет хороший уровень материального благополучия; его характеризуют нравственные качества, своеобразный «кодекс чести», гражданская позиция, сводимая к патриотизму; добиваясь своих целей, способен быть

самодостаточным и одновременно ориентированным на кооперацию; знаком респондентам лично и является фигурой современности. Обобщенный идентификационный образ участников второго этапа исследования — человек, не имеющий профессиональной принадлежности, что не является препятствием для того, чтобы «сделать карьеру», под которой понимается занятие должностей в государственных учреждениях; в вопросе материальной обеспеченности — «обычный человек»; обладает не нравственными качествами, а силой характера, обеспечивающей его жизнестойкость, «мужество жить» [3].

С.Б. Цымбаленко, исследуя особенности медийного поведения юных россиян с аналогичной двухэтапной последовательностью (1998 и 2012 годы), обнаружил выраженные различия в значимости информационных источников. У респондентов более раннего этапа исследования первое место занимали сверстники. Участники второго этапа полагались на Интернет (первое по значимости место) и общение со взрослыми (родителями и учителями) [18].

Интересные с психологической точки зрения исследования проводились не только в сравнительном разрезе, но и как сфокусированные на особенностях молодых людей рассматриваемого поколения. Примером может служить проведенное Сбербанком совместно с агентством Validata [20] качественное исследование, методическое обеспечение которого включало: фокус-группы, глубинные интервью, анализ материалов интернет-блогов. В представленных широкой публике результатах (с оговоркой на отсутствие их научной репрезентации) можно обратить внимание на такие характерные, согласно этому описанию, особенности юных россиян: взрослые не являются безусловным

авторитетом (префигуративная межпоколенческая ситуация по М. Мид [8]), но при этом нет выраженного конфликта поколений (партнерские отношения с высокой долей поддерживающих и поощрительных интеракций); в родительском отношении выражена гиперопека; молодые люди не приобретают навыков принятия решений и преодоления проблем реальной жизни; испытывают потребность в постоянном социальном взаимодействии; уверены в собственной исключительности (в силу влияния родительской установки на уникальность и талантливость каждого ребенка); не ориентированы на модель постепенного движения к успеху; выражена установка на гедонизм.

Приведенные описания позволяют говорить, что современная молодежная страта является не только и не столько digital-поколением, сколько «поколением постмодерна». Габитус его формирования составляет не в меньшей степени, чем цифровизация, идеология оберегающего отношения взрослых.

Особый интерес в связи с вышеописанным представляет поколенческая специфика ценностного преломления проблемы успеха, так как эта тема не только не теряет своих трендовых позиций в ориентирах жизнедеятельности, но даже усиливает их. Эта тема тем более важна, что связана с формированием мотивации достижения, являющейся, как показали исследования Мак-Клеланда и других авторов, важным фактором производительности общества [17; 27]. С.А. Пакулина указывает, что «... успех не только феноменальный объект, качественный в отношении результата, и не только сам результат, а прежде всего его оценка и смысл существования для субъекта, который составляет содержательную основу мотивационной сфе-

ры личности» [10, с. 25]. Он, по словам Н.А. Батурина, оказывает «регулирующее и формирующее влияние на самооценку личности, уровень притязаний, мотивацию, атрибуцию результатов, оценку других лиц...» [12, с. 14].

Проблемой является не только выраженность стремления к успеху, но и ценностное содержание, вкладываемое в его понимание. Сложность этой проблемы обусловлена несколькими причинами. Ценностные ориентиры имеют тенденцию меняться с течением времени, собственно, это является постулатом теории поколений, и об этом свидетельствуют результаты исследований [5; 12]. Совокупность ценностей молодых людей, как показали исследования, имеет противоречивый характер [6]. И, соответственно, представление об успехе не монолитно и многоаспектно [4; 7; 10]. Декларируемые ценности не прямо связаны с характером действий субъекта. Как указывает К. Рапай, их действенная интерпретация субъектом опосредована принятым им культурным кодом [11].

Вышеописанное обуславливает актуальность исследования аксиологического аспекта представления современных молодых людей об успехе.

### **Методическое обеспечение и выборка**

В качестве респондентов в исследовании приняли участие студенты трех вузов г. Красноярск: ФГБОУ ВО «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева»; ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий им. М.Ф. Решетнева»; ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный уни-

верситет». Объем выборки составил 591 человек (233 юноши и 358 девушек). 315 респондентов — обучающиеся гуманитарных специальностей, 276 участников исследования — обучающиеся технических специальностей. Исследование проводилось в период с февраля по апрель 2017 года.

В качестве диагностического инструментария использовалась разработанная С.А. Пакулиной методика «Мотивация достижения успеха студентов в вузе» [10]. Для нас важным в данной методике является то, что она разрабатывалась на основе анализа сочинений и анкет студентов, то есть на эмпирическом материале, отражающем реалии представления молодых людей об успехе. Следует отметить, что название методики, сформулированное в мотивационных терминах, не точно отражает ее содержание. По сути процедуры и по характеристике автора она предназначена для определения у студентов ценностного предпочтения разных аспектов успеха. Содержание методики составляют тридцать шесть утверждений, начинающихся со слов: «Успех для меня — это ...». Респондентам необходимо оценить значимость каждого из них в диапазоне пятибалльной шкалы. Результатом является численное выражение относительной значимости выделенных автором «ключевых категорий мотивов достижения успеха», которые, в свою очередь, определены в две группы: экстерниоризированный и интерниоризированный успех [10]. Экстерниоризированный успех составляют: успех-удача; материальный уровень жизни; признание; власть. В группу «интерниоризированный успех» входят: успех как результат собственной деятельности; личный успех; успех как психическое состояние; успех как преодоление препятствий; успех-призвание.

Обработка данных включала процедуры описательной статистики (определение средних значений и ранжирование), корреляционного анализа (коэффициент Спирмена), факторного анализа, кластерного анализа (методом будущего соседа в евклидовом пространстве).

## **Результаты исследования**

Для понимания общих тенденций значимости ценностных составляющих представлений респондентов об успехе были определены и проранжированы средние значения их показателей отдельно для обучающихся гуманитарных и технических специальностей (таблица 1).

У студентов разных направлений подготовки, как видим из таблицы 1, иерархии ценностных аспектов успеха сходны. Большую значимость имеют ценности внутреннего плана (интерниоризованный успех). Ценности экстерниоризованного успеха «власть» и «признание» имеют наименьшую значимость. В первой ранговой паре у студентов-гуманитариев приоритетен личный успех, за которым следует с чуть меньшим весом «успех как результат собственной деятельности». Для обучающихся на технических специальностях «успех как результат собственной деятельности» наиболее значим при втором по значимости месте у показателя личного успеха. Хотя разница между средними значениями показателей небольшая, можно говорить об общей тенденции: для гуманитариев самое ценное проявление успеха заключается в личностной уверенности, ощущении высокого «качества личности», в то время как для получающих техническое образование — в качестве и результативности выполняемой деятельности.

Таблица 1

**Ранговая иерархия средних значений показателей  
значимости ценностей успеха (У)**

Место	Группы сравнения	
	Обучающиеся гуманитарных специальностей	Обучающиеся технических специальностей
1	личный У 17,1	У как результат деятельности 17
2	У как результат деятельности 16,7	личный У 16,8
3	У как психическое состояние 16,5	У как психическое состояние 16,4
4	У как преодоление препятствий 16	У как преодоление препятствий 16,1
5	У-призвание 15,7	У-удача 15,6
6	У как материальный уровень жизни 15,4	У-призвание 15,4
7	У-удача 15,2	Успех как материальный уровень жизни 15,4
8	У-признание 13	У-признание 13,4
9	У-власть 11,1	У-власть 11,7

Результаты корреляционного анализа полученных в исследовании показателей отражены в таблице 2.

Все показатели ценностей успеха оказались связаны со всеми другими показателями значимыми положительными связями. Отрицательные связи отсутствуют, что означает, что ни один аксиологический аспект успеха не противопоставляется никакому иному. Очень небольшой, близкий к нижней границе значимости коэффициент корреляции — только у показателей ценностей психического состояния и власти.

Проведение процедуры факторного анализа позволило выделить два фактора, охватывающие 61,8% дисперсии (47,3% — первый фактор и 14,5% — второй). Факторные веса распределились в них следующим образом.

Фактор 1: У-психическое состояние — 0,81; личный У — 0,807; У-преодоление препятствий — 0,69; У-призвание — 0,68; У-результат деятельности — 0,66; У-материальный уровень жизни — 0,53; У-удача — 0,45; У-признание — 0,17; У-власть — 0,06.

Фактор 2: У-власть — 0,90; У-признание — 0,84; У-удача — 0,511; У-материальный уровень жизни — 0,50; У-преодоление препятствий — 0,35; У-результат деятельности — 0,31; личный У — 0,18; У-призвание — 0,12.

Интересно, что оба фактора, включая практически все (за одним исключением) показатели, в порядке их весомости являются зеркальным взаимоотражением. На наш взгляд, в каждом из факторов можно выделить три группы показателей. Показатели со средними весами в обоих факторах: значимость успеха как преодоления препятствий, как материального уровня, как результата собственной деятельности и как удачи. Показатели, имеющие большие веса в первом факторе, а во втором занимающие замыкающие места: успех как психическое состояние и личный успех. Показатели с большими весами во втором факторе и не играющие существенной роли в первом: успех-власть и успех-признание. Показатель успеха-призвания несколько выбивается из группировки, имея средний вес в первом факторе и низкий во втором.

Таблица 2

## Взаимосвязь показателей значимости ценностей успеха у обучающихся

Ценности	У-удача	У-материальный уровень жизни	У-признание	У-власть	У-результат деятельности	личный У	У-психическое состояние	У-преодоление препятствий	У-призвание	экстериоризованный успех	интериоризованный успех
У-удача		0,42	0,43	0,38	0,40	0,37	0,39	0,41	0,28	0,68	0,48
У-материальный уровень жизни	0,42		0,43	0,43	0,47	0,50	0,34	0,46	0,33	0,70	0,53
У-признание	0,43	0,43		0,67	0,33	0,33	0,22	0,37	0,28	0,84	0,39
У-власть	0,38	0,43	0,67		0,30	0,23	0,09	0,37	0,20	0,83	0,31
У-результат деятельности	0,40	0,47	0,33	0,30		0,51	0,42	0,53	0,42	0,46	0,74
личный У	0,37	0,50	0,33	0,23	0,51		0,56	0,54	0,46	0,43	0,80
У-психическое состояние	0,39	0,34	0,22	0,09	0,42	0,56		0,47	0,44	0,30	0,76
У-преодоление препятствий	0,41	0,46	0,37	0,37	0,53	0,54	0,47		0,39	0,50	0,75
У-призвание	0,28	0,33	0,28	0,20	0,42	0,46	0,44	0,39		0,33	0,72
экстериоризованный успех	0,68	0,70	0,84	0,83	0,46	0,43	0,30	0,50	0,33		0,53
интериоризованный успех	0,48	0,53	0,39	0,31	0,74	0,80	0,76	0,75	0,72	0,53	

Примечание. Уровни значимости: 0,0807 для 95% уровня значимости ( $p < 0,05$ ); 0,1060 для 99% уровня значимости ( $p < 0,01$ )

Исходя из этого, можно полагать, что аксиологический аспект успеха в студенческой выборке имеет своего рода ядро, включающее ценности преодоления препятствий, материального уровня жизни, результативности деятельности и удачи. И оно находится в месте слияния потоков из двух относительно независимых источников: ценностей субъективно-личностного характера (психическое состояние и личный успех) и социальной значимости (власть и признание).

По результатам проведения кластерного анализа были выделены 4 группы респондентов. Первую из выделенных групп составили 249 респондентов (42% от выборки), вторую — 242 (41%), третью — 78 (13%), четвертую — 22 (4%). Средние значения исследуемых показателей в каждой из групп представлены в таблице 3.

Для наглядности два наибольших значения показателей в группе выделены полужирным шрифтом; значения показателей, занимающие третье по величине место — курсивом с подчеркиванием; наименьшие значения — курсивом.

По особенностям аксиологических профилей выделенные группы можно разбить на две пары: первая и вторая группы; третья и четвертая. У первой пары групп респондентов по сравнению со второй показатели значимости ценностей успеха выше. А внутри пары они выше у второй группы в сравнении с первой. Но иерархии показателей при этом сходны и соответствуют по своему характеру вышеописанному профилю средних значений выборки в целом. Первые два места принадлежат успеху как результату собственной деятельности и личному

Таблица 3

**Средние значения показателей значимости ценностей успеха  
в кластерных группах**

N п/п	Ценности	Кластерные группы			
		1	2	3	4
1	У-удача	15,2	16,8	12,9	12
2	У как материальный уровень жизни	14,8	16,9	13,2	<b>12,4</b>
3	У-признание	13	14,8	9,3	11,1
4	У-власть	11,3	13	7,3	10
5	У как результат собственной деятельности	<b>16,3</b>	<b>18,1</b>	15,3	<b>13,9</b>
6	Личный У	<b>16,2</b>	<b>18,3</b>	<b>16,4</b>	11,4
7	У как психическое состояние	<u>15,7</u>	<u>17,9</u>	<b>16,1</b>	10,5
8	У как преодоление препятствий	15,2	17,6	15	<u>12</u>
9	У-призвание	14,6	16,8	<u>15,6</u>	11,8
10	Экстериоризованный успех	67,8	76,9	53,4	56,8
11	Интериоризованный успех	78	88,8	78,4	59,6

успеху, третье — успеху как психическому состоянию. Самый низкий показатель — у ценности власти.

Третью группу респондентов характеризует приоритетность далеких от внешних, социальных проявлений субъективных аспектов успеха (личный успех, успех как психическое состояние, успех-призвание). Значимость экстериоризованного успеха (успех-власть и успех-признание) — наименьшая среди всех групп. Уровни отнесенных к «ценностному ядру» успеха показателей выше, чем у четвертой группы, но меньше, чем у первой и второй.

У четвертой группы самые низкие показатели значимости ценностей успеха. Особенностью ценностного профиля является, можно сказать, инструментальная направленность. В приоритете успех как результат собственной деятельности и как материальный уровень жизни. Другие ценности экстериоризованного успеха (признание и власть) для респондентов этой группы более важны, чем для третьей. Значимость успеха-психи-

ческого состояния и других ценностей интериоризованного успеха очень низка в сравнении с другими группами.

Таким образом, сравнительный анализ показал, что группы респондентов с низкой значимостью либо ценностей субъективно-личностного характера, либо ценностей социальной влиятельности имеют сниженный уровень всего ценностного профиля успеха. В соотнесении с данными факторного анализа это подтверждает, что значимость успеха в целом определяется совокупным действием ценностей субъективного переживания успеха и ценностей социальной значимости.

## Заключение

По итогам проведения исследования аксиологического аспекта представления об успехе студентов вузов поколения ценителей можно заключить следующее.

Представление студентов об успехе содержит в своей основе широкий диапазон ценностей. Значимости всех ценно-

стей положительно связаны друг с другом, не являются взаимоисключающими.

При этом относительно большую значимость имеют ценности интериоризованного успеха: личный успех (самоуважение, удовлетворенность собой, уверенность в безопасности, самореализация, удовлетворенность в любви и здоровье) и успех как результат собственной деятельности (реализация возможности делать что хочешь, положительный результат в учебе, работе, профессионализм, мастерство, осуществление ожидаемого результата).

Ценности успеха у студентов можно разделить на три группы: «ценностное ядро» (преодоление препятствий, результат собственной деятельности, материальный уровень жизни, удача), ценности субъективно-личностного характера (психическое состояние и личный успех) и ценности социальной значимости (власть и признание). Общий уровень значимости ценностей успеха задается совокупным действием субъективно-личностных ценностей и ценностей социальной значимости. Снижение как тех, так и других влечет за собой снижение уровня всего ценностного профиля успеха.

Данные исследования позволяют определить риски стремления к успеху представителей поколения Z. Поскольку общая значимость успеха задается значимостью успеха как психического состояния (переживание удовлетворения, радости, душевное равновесие,

эмоциональная стабильность, хорошее самочувствие, настроение, ощущение положительного эмоционального подъема) в сочетании со значимостью власти как возможности оказывать влияние и ценности признания, мотивированные на успех молодые люди могут идти «коротким путем», добываясь непосредственно «позитивного состояния» и транслируя его как популярный образец, и получать желаемую социальную значимость. Поскольку исходные ценностные источники успеха связаны с нестабильными феноменами (эмоциональное самочувствие и влияние), создается риск нестабильности стремления к успеху, его ситуативности и эгоцентричности.

Выявленные особенности ценностного основания стремления молодых людей к успеху позволяют определить возможные средства психологической поддержки и развития мотивации достижения у студентов. Опираясь на анализ исследований механизмов и детерминант мотивации достижения [17] и собственный психолого-педагогический опыт, мы полагаем, что продуктивными в качестве направлений разработки таких средств будут: формирование социального интереса и установки на возможность его реализации, выработка индивидуальных стратегий воплощения личностно-социальной полезности и навыков получения положительной обратной связи (когнитивной и эмоциональной) в процессе достижения поставленных целей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Александр Дж.* Смыслы социальной жизни: Культурсоциология. М.: Праксис, 2013. 640 с.
2. *Батурин Н.А.* Психология успеха и неудачи. Челябинск: ЮУрГУ, 1999. 100 с.
3. *Белинская Е.П.* Идентификационные модели подростков и молодежи: «герои нашего времени» [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2017. Т. 10. № 54. С. 10. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 18.04.2019).

4. *Гребенникова О.В., Хузеева Г.Р., Кончаловская М.М., Аянян А.Н.* Социальные представления и ценностные ориентации в картине мира современных подростков: мозаика противоречий [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2017. Т. 10. № 53. С. 5. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.03.2019).
5. *Гусельцева М.С.* Идентичность в транзитивном обществе: трансформация ценностей [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2017. Т. 10. № 54. С. 5. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.03.2019).
6. *Дубовская Е.М., Киселева М.А.* Социальная транзитивность как фактор формирования ценностной структуры в юношеском возрасте [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2018. Т. 11. № 60. С. 11. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 20.03.2019).
7. *Кондратьев М.Д.* Социальные представления об успешности подростков с разным интрагрупповым статусом и разным уровнем интеллектуальной успешности // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8. № 2. С. 116–130. doi: 10.17759/sps.2017080208
8. *Мид М.* Культура и мир детства. М.: Наука, 1988. 429 с.
9. *Нечаев В.Д., Дурнева А.Е.* «Цифровое поколение»: психолого-педагогическое исследование проблемы // Педагогика. 2018. № 1. С. 36–45.
10. *Пакулина С.А.* Психологическая диагностика мотивации достижения успеха студентов в вузе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. СПб.: Издательство ГОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», 2008. № 88. С. 23–32.
11. *Рapai К.* Как мы живем, что покупаем и почему. М.: Альпина Паблишер, 2015. 167 с.
12. *Ржанова И.Е., Алексеева О.С.* Ценностные предпочтения двух поколений [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2018. Т. 11. № 60. С. 6. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 21.03.2018).
13. *Семенова В.В.* Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2009. 271 с.
14. *Сироткина И.Е., Смит Р.* «Психологическое общество»: характеристика феномена // Психологический журнал. 2006. Т. 27. № 1. С. 114–121.
15. *Уотсон П.* Эпоха пустоты. Как люди начали жить без Бога, чем заменили религию и что из всего этого вышло. М.: Эксмо, 2017. 830 с.
16. *Федотова В.А.* Взаимосвязь ценностей и инновативных установок у представителей разных поколений россиян // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 2. С. 82–92. doi: 10.17759/sps.2016070206
17. *Хекхаузен Х.* Мотивация и деятельность. СПб.: Питер; М.: Смысл, 2003. 860 с.
18. *Цымбаленко С.Б.* Медийный портрет подростка двухтысячных годов. М.: ООДО «Лига юных журналистов», 2018. 72 с.
19. *Шамис Е., Никонов Е.* Теория поколений. Необыкновенный Икс. М.: Университет «Синергия», 2016. 185 с.
20. 30 фактов о современной российской молодежи [Электронный ресурс] // AdIndex. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/03/10/158487.phtml> (дата обращения: 02.04.2019).
21. *Alkalai Y., Chajut E.* Changes over time in digital literacy // Cyberpsychology and Behavior. 2009. Vol. 12 (6). P. 713–715.
22. *Giancola F.* The Generation Gap: More Myth than Reality // Human Resource Planning. 2006. Vol. 29 (4). P. 32–37.

23. *Hargittai E.* Digital Natives? Variation in internet skills and uses among members of the “net Generation” // *Sociological Inquiry*. 2010. Vol. 80 (1). P. 92–113.
24. *Howe N., Strauss W.* Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.
25. *Jones C., Ramanau R., Cross S., Healing G.* Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university? // *Computers and Education*. 2010. Vol. 54 (3). P. 722–732.
26. *Kennedy G., Judd T., Dalgarno B., Waycott J.* Beyond natives and immigrants: Exploring types of net generation students // *Journal of Computer Assisted Learning*. 2010. Vol. 26 (5). P. 332–343.
27. *McClelland D.C.* Human Motivation. New York, New Rochelle, Melborne, Sidney: Cambridge University Press, 1987. 663 p.
28. *Salajan F.D., Schonwetter D.J., Cleghorn B.M.* Student and faculty inter-generational digital divide: Fact or fiction? // *Computers and Education*. 2010. Vol. 55(3). P. 1393–1403.

## Values of success in introducing the generation Z student youth

**N.V. LUKYANCHENKO\***,

*Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, Russia,  
Luk.nv@mail.ru*

**L.V. DOVYDENKO\*\***,

*Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, Russia,  
dovydenko.larisa@yandex.ru*

**I.A. ALIKIN\*\*\***,

*Krasnoyarsk State Pedagogical University, Krasnoyarsk, Russia,  
alikinia@mail.ru*

*The authors determine the significance of the research of the value bases of the understanding of life activity by the representatives of the young generation for its productive inclusion in the system of social and industrial relations. The authors presented the results of the study of the axiological aspect of the idea of the success of university students belonging to the generation of centenials; The sample of the study was 591 students from three universities in Krasnoyarsk. The significance of success values was revealed by the method of S.A. Pakulina*

### For citation:

Lukyanchenko N.V., Dovydenko L.V., Alikin I.A. Values of success in introducing the generation Z student youth. *Sotsial'naiia psikhologiia i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2019. Vol. 10. no. 2, pp. 82–94. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2019100207

\* *Lukyanchenko Natalia V.* – Ph.D. in Psychology, Associate Professor, Siberian State University of Science and Technology; Krasnoyarsk, Russia, Luk.nv@mail.ru

\*\* *Dovydenko Larisa V.* – Master in Psychology, Senior Laboratory Assistant, Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, Russia, dovydenko.larisa@yandex.ru

\*\*\* *Alikin Igor A.* – Ph.D. in Biology, Associate Professor, Krasnoyarsk State Pedagogical University, Krasnoyarsk, Russia, alikinia@mail.ru

*“The motivation for the success of university students.” The results of the study show that students’ perception of success contains a wide range of interrelated values. At the same time, the values of internalized (internally presented) success are of greater importance than the values of externalized (externally presented) success. The overall level of significance of the values of success is given by the cumulative effect of the values of the emotional state, personal success and the values of social significance. The authors describe the risks of such a structure of the axiological aspect of success for young people with a high focus on achievement.*

**Keywords:** generations, centennials, students, success, values.

## REFERENCES

1. Aleksander Dzh. Smysly sotsial’noi zhizni: Kul’tursotsiologiya [The meanings of social life. A Cultural Sociology]. Moscow: Praxis, 2013. 640 p. (In Russ.).
2. Baturin N.A. Psikhologiya uspekha i neudachi [Psychology of success and failure]. Chelyabinsk: YUUrGU, 1999. 100 p.
3. Belinskaya E.P. Identification models for adolescents and youth: “heroes of our time”. *Psikhologicheskie Issledovaniya [Psychological research]*, 2017. Vol. 10, no. 54, p. 10. (In Russian, abstr. in English). URL: <http://psystudy.ru> (Accessed: 18.04.2019).
4. Grebennikova O.V., Khuzeeva G.R., Konchalovskaya M.M., Ayanyan A.N. Social’ny`e predstavleniya i cennostny`e orientacii v kartine mira sovremenny`x podrostkov: mozaika protivorechij. *Psixologicheskie issledovaniya [Psychological research]*, 2017. Vol. 10, no. 53. p. 5. (In Russian, abstr. in English). URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2017v10n53/1428-grebennikova53.html> (Accessed: 20.03.2019).
5. Gusel`ceva M.S. Identichnost` v tranzitivnom obshhestve: transformaciya cennostej [The relationship between subjective, objective sleep, anxiety and depression in patients with insomnia, parasomnias, sleep apnea syndrome: a comparative analysis]. *Psixologicheskie issledovaniya [Psychological research]*, 2017. Vol. 10, no. 54, p. 5. (In Russian, abstr. in English). URL: <http://psystudy.ru> (Accessed: 20.03.2019).
6. Dubovskaya E.M., Kiseleva M.A. Social’naya tranzitivnost` kak faktor formirovaniya cennostnoj struktury` v yunosheskom vozraste [Social transitivity as a factor in the formation of a value structure in adolescence]. *Psixologicheskie issledovaniya [Psychological research]*, 2018. Vol. 11, no. 60. p. 11. (In Russian, abstr. in English). URL: <http://psystudy.ru> (Accessed: 20.03.2019).
7. Kondratyev M.D. Social concepts about the success of teenagers with different intragroup status and different levels of intellectual success. *Sotsial’naiia psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2017. Vol. 8, no. 2, pp. 116–130. doi:10.17759/sps.2017080208. (In Russ., abstr. in Engl.)
8. Mead M. Kul’tura i mir detstva [Culture and the world of childhood]. Moscow: Nauka, 1988. 429 p. (In Russ.).
9. Nechaev V.D., Durneva A.E. «Tsifrovoe pokoleniE»: psikhologo-pedagogicheskoe issledovanie problemy [“Digital generation”: psychological and pedagogical problem solving]. *Pedagogika [Pedagogy]*, 2018, no. 1, pp. 36–45.
10. Pakulina S.A. Psikhologicheskaya diagnostika motivatsii dostizheniya uspekha studentov v vuze [Psychological diagnostics of the motivation to achieve the success of students in the university]. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo*

- universiteta im. A.I. Gertsena [News of the A.I. Herzen Russian State Pedagogical University]*. Saint Petersburg: Publ. Herzen Russian State Pedagogical University, 2008, no. 88, pp. 23–32. (In Russian, abstr. in English).
11. Rapai K. Kak my zhivem, chto pokupaem i pochemu [How we live, what we buy and why]. Moscow: Al'pina Publisher, 2015, 167 p. (In Russ.)
  12. Rzhanova I.E., Alekseeva O.S. Tsenostnyye predpochteniya dvukh pokolenii [Value preferences of two generations]. *Psikhologicheskie issledovaniya [Psychological research]*, 2018. Vol. 11, no. 60, p. 6. (In Russian, abstr. in English). URL: <http://psystudy.ru> (Accessed: 21.03.20 18).
  13. Semenova V.V. Sotsial'naya dinamika pokolenii: problema i real'nost' [Social dynamics of generations: the problem and reality]. Moscow: Rossiiskaya politicheskaya ehntsiklopediya (ROSSPEHN), 2009. 271 p.
  14. Sirotkina I.E., Smit R. «Psikhologicheskoe obshchestvo»: kharakteristika fenomena [“Psychological Society”: a characteristic of the phenomenon]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal]*, 2006. Vol. 27, no. 1, pp. 114–121. (In Russian, abstr. in English)
  15. Uotson P. Ehpokha pustoty. Kak lyudi nachali zhit' bez Boga, chem zamenili religiyu i chto iz vsego ehtogo vyshlo [The era of emptiness. How people began to live without God, what replaced religion and what came of it all]. Moscow: Ehksmo, 2017. 830 p. (In Russ.)
  16. Fedotova V.A. Values and Attitudes towards Innovation among Different Generations of Russian People. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2016. Vol. 7, no. 2, pp. 82–92. doi:10.17759/sps.2016070206. (In Russ., abstr. in Engl.)
  17. Heckhauzen H. Motivatsiya i deyatel'nost' [Motivation and activities]. Sankt-Peterburg: Piter; Moscow: Smysl, 2003. 860 p. (In Russ.)
  18. Tsybmalenko S.B. Mediinyi portret podrostka dvukhtysyachnykh godov [Media portrait of a teenager of the two thousandth's]. Moscow: OODO «Liga yunykh zhurnalistov», 2018. 72 p.
  19. Shamis E., Nikonov E. Teoriya pokolenii. Neobyknovennyi lks [Theory of generations. Unusual X]. Moscow: Universitet «Sinergiya», 2016. 185 p.
  20. 30 faktov o sovremennoi rossiiskoi molodezhi [30 facts about contemporary Russian youth]. *AdIndex*. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/03/10/158487.phtml> (data obrashcheniya 02.04.2019).
  21. Alkalai Y., Chajut E. Changes over time in digital literacy. *Cyberpsychology and Behavior*, 2009. Vol. 12 (6). pp. 713–715.
  22. Giancola F. The Generation Gap: More Myth than Reality. *Human Resource Planning*, 2006. Vol. 29 (4), pp. 32–37.
  23. Hargittai E. Digital Natives? Variation in internet skills and uses among members of the “net Generation”. *Sociological Inquiry*, 2010. Vol. 80 (1), pp. 92–113.
  24. Howe N., Strauss, W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.
  25. Jones C., Ramanau R., Cross S., Healing G. Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university? *Computers and Education*, 2010. Vol. 54 (3), pp. 722–732.
  26. Kennedy G., Judd T., Dalgarno B., Waycott J. Beyond natives and immigrants: Exploring types of net generation students. *Journal of Computer Assisted Learning*, 2010. Vol. 26 (5), pp. 332–343.
  27. McClelland D.C. Human Motivation. New York, New Rochelle, Melborne, Sidney: Cambridge University Press, 1987. 663 p.
  28. Salajan F.D., Schonwetter D.J., Cleghorn B.M. Student and faculty inter-generational digital divide: Fact or fiction? *Computers and Education*, 2010. Vol. 55(3). pp. 1393–1403.