

Научная статья
УДК 316.3
doi: 10.17223/15617793/476/16

Социальные практики и социально-психологические характеристики поколения Z (по результатам фокус-группового исследования)

*Раушания Ильшатовна Зинурова¹, Татьяна Николаевна Никитина²,
Лилия Зинуровна Фатхуллина³*

^{1, 2, 3}Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Россия

¹rushazi@rambler.ru

²nita101@mail.ru

³lialfa@rambler.ru

Аннотация. Рассматриваются характеристики «цифровых детей» с позиции теорий поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Представлена современная интерпретация теории поколений в трудах отечественных и зарубежных исследователей. Российская школа нацелена на изучение психологических особенностей поколения Z. Предложено дополнить методологию исследования качественными методами. Для изучения социально-психологических характеристик изучаемого поколения было проведено фокус-групповое исследование.

Ключевые слова: поколение Z, цифровое поколение, теория поколений, цифровая грамотность, цифровизация, поколенческие ценности

Источник финансирования: статья выполнена при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ, грант № 21-011-33006 «Политика улиц поколения Z: смыслы и форматы».

Для цитирования: Зинурова Р.И., Никитина Т.Н., Фатхуллина Л.З. Социальные практики и социально-психологические характеристики поколения Z (по результатам фокус-группового исследования) // Вестник Томского государственного университета. 2022. № 476. С. 146–158. doi: 10.17223/15617793/476/16

Original article
doi: 10.17223/15617793/476/16

Social practices and socio-psychological characteristics of Generation Z (Based on the results of focus group research)

Raushanya I. Zinurova¹, Tatiana N. Nikitina², Liliya Z. Fatkhullina³

^{1, 2, 3}Tyumen State University, Tyumen, Russian Federation, g.z.efimova@utmn.ru

¹rushazi@rambler.ru

²nita101@mail.ru

³lialfa@rambler.ru

Abstract. The article examines the characteristics of “digital children” from the perspective of the theories of generations by Neil Howe and William Strauss, presents a modern interpretation of the theory in the works of domestic and foreign researchers. In domestic science, the characteristics of the digital generation are studied from the point of view of the psychological characteristics of representatives of the generation and the pedagogical influence on them, taking into account the informatization of educational institutions, the introduction of distance learning. This generation is characterized by a new – digital – type of socialization, which means the influence of the Internet technology and the virtual environment on the formation of values and attitudes, social practices of young people. Generation Z is a superior generation in many ways. It is the largest, most ethnically diverse and financially influential generation in human history. In the coming years, their characteristics will determine the formation of world culture, economy and politics. The youth of Generation Z inherits the degree of development of society, forms the image of the future, and is considered as the potential for the life of society. Due to insufficient practical development of this issue, there is a need for a systematic approach to studying the specific features of Generation Z, not only within the framework of the socio-psychological environment, but also the motives of their activities in political and socio-economic systems, behavior patterns and features of their socialization. To examine the socio-psychological characteristics of the studied generation, the authors conducted a focus group study. In the study, the authors identified nine blocks for qualitative analysis: (1) characteristics of Generation Z; (2) relationship with parents; (3) leisure activities of Generation Z; (4) communication in network communities; (5) values of Generation Z; (6) positive and negative emotions of Generation Z; (7) communication with peers; (8) professional self-determination of Generation Z; (9) at-

titude towards patriotism. The highlighted blocks for analysis define a systematic approach to the study of characteristics and social practices. The study of isolated cases, subjective experiences of life situations and real practices that develop in various types of interaction allows us to understand the digital generation, to confirm or destroy the myths that have developed in the scientific community and the mass consciousness. The authors of the article draw conclusions about the characteristics and social practices of Generation Z, and the main forms of their interaction in the main spheres of life of modern society.

Keywords: Generation Z, digital generation, generational theory, digital literacy, digitalization, generational values

Funding: The study is supported by the Russian Foundation for Basic Research and the Expert Institute for Social Research, Project No. 21-011-33006.

For citation: Zinurova, R.I., Nikitina, T.N. & Fatkhullina, L.Z. (2022) Social practices and socio-psychological characteristics of Generation Z (Based on the results of focus group research). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 476. pp. 146–158 (In Russian). doi: 10.17223/15617793/476/16

Введение

Современная ситуация в России, связанная с активностью молодежи в различных сферах жизнедеятельности (переход на дистанционное обучение, протестные движения, инновационная активность молодежи, цифровизация населения, потребительское поведение и т.д.), актуализирует изучение и новое осмысление характеристик современного поколения. В научной литературе для обозначения современного поколения используют термины «поколение Z», «сетевое поколение», «цифровые аборигены». По мнению немецкого ученого Мангейма, одного из основоположников социологии знания, у каждого поколения есть своеобразное «сознание поколений» и положение человека в социально-исторической структуре определяет его опыт. Каждое поколение зависит от темпа социальных изменений, которые влияют на его модели поведения и мышления. Кроме того, социокультурная ситуация в обществе, состояние современных научно-технических достижений также оказывают влияние на формирование и функционирование цифрового поколения [1].

Рассмотрение концепта цифрового поколения начинается с разработки теории поколений в 1991 г. Хоувом и Штраусом (N. Howe, W. Strauss). Согласно теории, поведение человека зависит от условий его жизни и воспитания до 12–14 лет. В отечественной науке теория поколений разрабатывается в работах Е.М. Шамис [2], А. Антипова [3], В.В. Гаврилюка и Н.А. Трикоза [4]. С 2017 г. реализует свою деятельность проект «RuGenerations российская школа теории поколений» под руководством Е. Шамис и Е. Никонова. Под поколением в рамках теории поколений 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). Дети поколения Z, рожденные с 2003 (по другим данным – с 1997 г.) по (примерно) 2023 г., характеризуются особым отношением к здоровью, профессиональному развитию; возможности приобретения ими знаний отражаются на саморазвитии. В процессе обучения для этого поколения меняется роль учителя, из транслятора идей он перевоплощается в навигатора.

Особое внимание уделяется формированию компетенций soft skills, таких как умение отстаивать свою точку зрения, критически оценивать информацию, работать в команде, строить коммуникацию и учитывать эмоциональное состояние собеседника.

Цифровое поколение характеризуют определенные ценности, которые определяются как «поколенческие». Это означает, что для представителей одного возраста, в зависимости от мировых трендов в экономике и технологических инноваций, характерны единая система ценностей и однотипные социальные практики. Поколенческие ценности определяют индивидуальные ценности личности и приоритетные формы взаимодействия с окружающим миром [5]. Общение, чаще всего, проходит в интернет-пространстве, постоянное присутствие в информационном поле проявляется в онлайн-варианте дружбы и любви. Неразличимость эмоций приводит к эмоциональной зажатости и неумению выражать свои чувства, кажется, что это поколение недостаточно воспитанно и отзывчиво. Восприятие социального времени позволяет быть гибкими по отношению к изменениям, но инфантилизм поколения определяет веру в судьбу и случай, а не в собственные силы. Исследователи отмечают, что среди основных ценностей поколения Z можно выделить следующие: свобода, персонализация, изучение, честность [6]. Можно констатировать, что информационные инновации создали цифровое поколение.

В современной социологии одна из тем, вызывающих неоднозначные суждения со стороны членов научного сообщества, касается характеристик поколения Z. Принимаемые несколько лет назад постулаты об основных характеристиках поколения ставятся под сомнение, например, что поколение Z в отличие от предшествующих наиболее сензитивно к виртуальной реальности и информационным технологиям. В 2019 г. ВШЭ выпустила сборник «Мифы о «поколении Z», авторы которого утверждают, что ряд приписываемых подросткам особенностей (например, снижение способности мыслить критически) не подтверждены данными или результаты исследований противоречивы, отдельные характеристики являются, скорее, реакцией на современную среду (многозадачность), свойственны как взрослым, так и подросткам. Авторы отмечают, что сегодня нельзя с уверенностью делать выводы о поколенческой специфике современных подростков: особенности поведения, уста-

новок, ценностей могут быть обусловлены средой или возрастом и измениться по мере взросления [7].

Вторичные исследования позволяют обобщить научный материал и сделать общие выводы относительно характеристик поколения Z в следующих типах взаимодействия. Прежде всего, это цифровая грамотность как основная характеристика поколения, проявляется в широком круге возможностей для получения информации. Молодое поколение зависимо от гаджетов, обладает высокой степенью технической компетентности. Способные к многозадачности, молодые люди не склонны уделять должное внимание планированию своих действий, готовы идти на риск, тотально следуют рекомендациям информационных ресурсов. При этом амбициозные, но нерешительные и несамостоятельные, они честны с собой и окружающим миром, обладают высокой самооценкой. В этом поколении снижены географические, межрасовые и межэтнические барьеры в общении, молодые люди проявляют большую толерантность.

Цифровая грамотность, цифровая компетентность

Для поколения Z характерна терминология «цифровая социализация». Это требует отдельного внимания со стороны научного сообщества. Все больше тем научных исследований связано с цифровизацией этого поколения: вопросы цифровой этики и взаимодействия в виртуальном пространстве; проблемы, связанные с дистанционным обучением; фриланс и современный рынок труда; проблемы интернет-зависимости и воздействия социальных сетей на сознание подростков и т.п.

Исследования цифровой грамотности направлены на ее измеримость, отличительные особенности разных поколений и факторы, определяющие цифровую грамотность населения. Например, исследование, проведенное в пяти университетах Англии, показало, что поколение неоднородно в использовании и оценке новых технологий и что существуют значительные различия среди учащихся, которые принадлежат возрастной группе поколения Сети [8]. Другое исследование, проведенное Eshet-Alkalai и Amichai-Hamburger, показало снижение навыков, требующих творческого и критического мышления (например, навыков информационной и репродуктивной грамотности), особенно в младшей возрастной группе цифрового поколения. Результаты отражают две основные модели изменений с течением времени: сокращение разрыва между младшими и старшими участниками в задачах, в решении которых необходимо проявить умение и технический контроль; и увеличение разрыва между младшими и старшими участниками в задачах, которые подчеркивают творческий потенциал и критическое мышление. Наблюдаемые на протяжении всей жизни изменения в навыках цифровой грамотности объясняются опытом работы с технологиями, а не возрастом [9]. По мнению В.Д. Нечаева и Е.Е. Дурневой, актуальны вопросы разработки методологии исследования цифрового поколения в психологии через призму

культурно-исторической теории развития высших психических функций ребенка [10].

Цифровое поколение исследуют с позиции активного участия в политических протестных движениях. Протестный потенциал молодежи «поколения Z» объединяет виртуальную реальность и реальную действительность.

Цифровые медиа влияют на грамотность среди молодежи в следующих аспектах: культура участия как обмен информацией с другими. Во-первых, это общение на сайтах в социальных сетях и взаимосвязь между моделями участия онлайн и офлайн. Во-вторых, это доступ к информации: возможности интернет-пространства безграничны, интернет требует от пользователя большей оценки предоставленной информации и ответственности при создании контента. В-третьих, это коммуникационные возможности в форме использования электронной почты, чата, SMS и создание онлайн-сообществ. В-четвертых, это производство контента, которым можно поделиться с большим количеством других пользователей (Instagram или YouTube).

В отчете «Цифровая трансформация» рассматриваются рамки для ИКТ-грамотности. На основе структуры ETS определены элементы медиаграмотности в школьной практике с использованием цифровых инструментов. К ним были отнесены умения от основных навыков по работе на компьютере, умения работать и ориентироваться в социальных сетях до умения оценки информации, полученной в интернете [11].

Рабочая группа по «ключевым компетенциям» Европейской комиссии и их отчет «Ключевые компетенции для непрерывного обучения: европейская справочная система» включили в перечень цифровую компетенцию, определяя ее как «уверенное и критическое использование технологий информационного общества для работы, отдыха и общения. Эти компетенции связаны с логическим и критическим мышлением, навыками управления информацией высокого уровня и хорошо развитыми коммуникативными навыками. На самом базовом уровне навыки ИКТ включают использование мультимедийных технологий для поиска, оценки, хранения, производства, представления и обмена информацией, а также для общения и участия в сетях через Интернет».

Результаты исследований ITU Monitor 2009, проведенных в Норвегии (Hatlevik, Ottestad, Skaug, Kløvstad & Berge 2009), показывают тесную взаимосвязь между цифровой компетенцией учащихся, их успеваемостью в школе и уровнем образования родителей. Грамотность в области ИКТ тесно связана с социально-экономическим положением [12].

Социально-психологические характеристики поколения Z

В отечественной социологической школе исследования характеристик поколения Z акцентировано на социальных взаимодействиях с внешней средой. Изучаются ценности, карьерные предпочтения, социальные характеристики, отношения в семье и со сверст-

никами. Ведущие социологические центры ежегодно проводят исследования на данную тематику. Приведем примеры исследований, отвечающим задачам нашей статьи.

Ю.А. Зубок в работе «Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе» делает следующие выводы. Для молодых людей не существует долгосрочных трендов. Социальные сети, по их мнению, формируют ощущение потока, в котором все меняется каждую секунду, то, что модно сегодня, завтра сменяется новой модой. Нет устойчивых предпочтений, нет постоянной лояльности брендам и стилям одежды, «обязательных списков» в музыке или кино. История России последних лет показала поколению Z, что все может пойти не так, что успех может быть легким и быстрым, это отражено СМИ в историях о внезапном и стремительном успехе. Молодежь уверена, что лучше жить сегодняшним днём и не строить глобальных планов на будущее [13].

В исследовании ФОМ «Ориентиры и ценности молодых россиян» выявлено, что наиболее распространенной жизненной ценностной ориентацией является стремление достичь успеха, сделать карьеру (37%), стать богатыми, чтобы жить, как хочется (20%). Практически только каждый седьмой молодой человек стремится к самосовершенствованию и самореализации (15%) [14].

Взаимопонимание и хорошие отношения в семье являются главной ценностью для молодых людей поколения Z (69% опрошенных в исследовании ФОМ). Т. В. Большунова в работе «Ценностно-мотивационный аспект участия поколения “Z” в современном политическом процессе» приводит ранговые позиции в системе ценностей поколения. На первом месте «материальное благополучие и комфорт» (48%), далее – «хорошая физическая форма и самочувствие» (27%). В пятерку приоритетных ценностей также вошли «интересная работа, профессиональное развитие» (27%) и «общение с друзьями, знакомыми» (28%) [15].

Гражданская активность современной молодежи основывается на индивидуалистических ценностях личности, в том числе ценностях самовыражения и саморазвития, открытости новому опыту. Это поколение с готовностью отстаивает личные интересы и открыто выражает гражданскую позицию. Гражданская активность в России развивается в направлении мировых тенденций в отстаивании гражданских прав, во взаимосвязи с политическими и экономическими процессами в стране. Молодежь в силу особенностей социально-психологического развития подвержена крайнему радикализму, резкой смене социальной пассивности на активные действия, часто деструктивного характера. По мнению исследователей, среди молодежи поколения Z необходимо формировать созидательные настроения и модели поведения, должна быть разработана система превентивных мер для противодействия политическому радикализму. Утрата доверия к политическому дискурсу и традиций в политической социализации может приводить к росту протестных движений. Незнание легитимных форм гражданской актив-

ности и отсутствие опыта регулярного участия в общественной жизни способствуют выбору нелегитимных форм решения социальных и политических проблем, что недопустимо для гармоничного развития общества. Развитие общественных движений, объединений, разработка молодежных проектов, направленных на вовлечение молодежи в гражданскую, профессиональную и социальную деятельность [16–18], обеспечат формирования легитимных форм участия молодежи в политической жизни страны.

Развитие цифрового поколения уходит, по мнению ученых, в инфантилизм как главный тренд социально-психологического развития, проявляется он в сохранении детских черт во взрослых ситуациях. Принято считать, что как работники современное поколение будет менее ответственным, менее исполнительными, при этом требующими безусловной положительной оценки. Цифровому поколению приписывают эгоцентризм и потребительское отношение к жизни [19]. Существует противоположная точка зрения, согласно которой молодежь ориентируется, прежде всего, на личностное развитие, самореализацию, комфорт жизни. Для представителей данного поколения очень важна возможность пробовать что-то новое, посещать новые места, пробовать себя в новых занятиях, профессиях. Для представителей данной группы очень важен комфорт жизни при сохранении возможности получать удовольствие от жизни [20. С. 162].

Представители поколения Z быстро обучаются и также быстро обрабатывают информацию, мгновенно могут переключаться с одного вида деятельности на другой, а также действовать в условиях многозадачности [21].

Одной из ведущих характеристик поколения становится клиповость мышления, т.е. способность воспринимать мир через короткие яркие образы и послания, например через ленту теленовостей, небольших статей или коротких видеоклипов [22].

По результатам многолетних исследований молодежи, проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2016 г., отмечают дружеские, партнерские отношения с родителями, отсутствие давления со стороны старших [23]. Исследования А.В. Гавриловой выявили доминирующий тип ментальности у представителей «нового поколения» – инновационную ментальность, которая доминирует в образе жизни, образе мира, стиле мышления и особенностях взаимодействия. Респонденты видят свое поколение более индивидуалистичным, разобщенным, самостоятельным, открытым переменам, устремленным в будущее, склонным к риску, своевольным и не доверяющим власти и авторитетам [24. С. 62].

Поколение Z становится единственным поколением, формирование и развитие которого во всех странах происходит в одной временной плоскости благодаря процессу глобализации, унификации и интеграции всех сторон жизни общества [25. С. 159].

Репрезентативные данные анкетного опроса, собранные в Финляндии в 2011 г. (n = 612), показали, что цифровое поколение больше вовлечено в социальное использование интернета, чем старшие поко-

ления. При этом не социальное использование интернета в целом, а синхронность онлайн-общения отличает поколения пользователей. Результаты показывают, что в отличие от асинхронных режимов онлайн-коммуникации (например, сайты социальных сетей, блоги и онлайн-дискуссионные форумы), синхронные режимы (например, обмен мгновенными сообщениями и интернет-звонки) явно различаются между поколениями. Кроме того, исследование показывает, что асинхронное использование интернета явно носит гендерный характер. Женщины чаще являются пользователями социальных сетей и блогов, чем мужчины, тогда как мужчины чаще участвуют в дискуссионных форумах, чем женщины. Эти результаты обсуждаются в свете двух концепций: конфиденциальность и коммуникативная эффективность. Изученные формы синхронного онлайн-общения обеспечивают большую конфиденциальность, а также мгновенный и обширный канал для эффективного общения, что особенно ценится самым молодым поколением пользователей [26].

Исследование, проведенное международной консалтинговой компанией McKinsey, основанное на опросе, выявило четыре основных типа поведения поколения Z, основанных на одном элементе: поиске истины этим поколением. Представители поколения Z ценят индивидуальное самовыражение и избегают ярлыков. Они мобилизуются по разным причинам, глубоко верят в эффективность диалога для разрешения конфликтов и улучшения мира. Это поколение принимает решения аналитически и прагматично. Такое поведение влияет на отношение поколения Z к миру потребительства. Потребительский ландшафт меняется в сторону владения, а не потребления, молодые люди более внимательны в сфере получения социально-экономических благ, требуют более персонализированного обращения, а не массового производства товаров и услуг [27].

Поколение Z, по мнению зарубежных авторов, самое образованное поколение. Опросы Pew Research Center, проведенные осенью 2018 г. среди американцев в возрасте от 13 лет и старше, показали, что представители поколения Z являются прогрессивными, с оппозиционными взглядами. При этом поколение Z с большей вероятностью, чем представители старшего поколения, будут обращаться к правительству для решения проблем, а не к предприятиям и частным лицам. Семь из десяти представителей поколения Z считают, что правительство должно делать больше для решения проблем. По результатам исследований EY, поколение Z с большей вероятностью будет повышать свой образовательный уровень, получать новые знания, в отличие от предыдущих поколений, которые в аналогичном возрасте были трудоустроены. Только 18% подростков поколения Z (в возрасте от 15 до 17 лет) были трудоустроены в 2018 г. по сравнению с 27% подростков из поколения Y в 2002 г. и 41% представителей поколения X в 1986 г. Среди молодых людей в возрасте от 18 до 22 лет – 62% поколения. В 2018 году работники Zers были заняты, более высокая доля представителей поколения X (71%) и представи-

телей поколения X (79%) работали, когда были сопоставимы по возрасту [28].

Компания Ernst & Young LLP выпустила исследование 2021 *Gen Z Segmentation Study* [29]. Репрезентативная выборка составила 1 509 представителей поколения Z, проживающих в Соединенных Штатах. Онлайн-опрос проводился в период с 24 марта по 8 апреля 2021 г. компанией Ernst & Young LLP, в котором отслеживаются личные и профессиональные интересы поколения, а также их взгляды на самые разные вопросы – от психического здоровья и изменения климата до социальных сетей и рабочего места. Результаты исследования показали озабоченность молодежью своим здоровьем: 67% умеренно или крайне обеспокоены своим физическим и психическим здоровьем, при этом 42% часто испытывают тревогу или депрессию во время пандемии COVID-19. Являются скептиками 60% опрошенных. Они считают, что большинству людей нельзя доверять. В период пандемии 69% представителей поколения Z беспокоились о нехватке еды с момента начала COVID-19, а 21% – тревожились об этом большую часть времени; в частности, 28% потеряли работу или кто-то из членов их семьи потерял работу в тот же период времени. В отношении предпринимательской деятельности 45% представителей поколения Z сообщили, что очень вероятно, что в один прекрасный день они откроют собственный бизнес; а с начала пандемии 44% были больше заинтересованы в открытии бизнеса.

Пандемия, так или иначе, изменила жизнь поколения, переживающего решающие жизненные моменты: средняя школа, колледж, первая работа, формирование зрелых отношений, вступление во взрослую жизнь. Почти половина (46%) представителей поколения Z, опрошенных в 2021 г., очень обеспокоены множеством проблем, связанных с пандемией. Отношения поколения Z с семьей и друзьями улучшились, так как семьи объединились, чтобы выдержать неопределенность изоляции. Не исключено, что изменения в социальных сетях и привычках цифрового общения также привели к некоторым изменениям во взаимоотношениях. С начала пандемии COVID-19 65% представителей поколения Z чаще общались с друзьями в видеочате, а 74% использовали приложения социальных сетей, чтобы чаще общаться со своими друзьями.

Активную позицию поколение Z занимает, если это касается определенных проблем в стране, большинство соглашается, что наркомания/злоупотребление наркотическими веществами (87%), расизм (85%), изменение климата (81%) и насилие с применением огнестрельного оружия (80%) являются серьезными проблемами. Проблемы окружающей среды и экологически безопасные методы становятся все более важными для поколения Z [30].

Согласно статистическим данным, собранным исследовательским центром Pew Research Center, технологические достижения оказали как положительное, так и отрицательное влияние на поколение Z. У них под рукой огромное количество информации, что

позволяет поколениям Z расширять свои знания и активно учиться. Однако слишком много экранного времени может усугубить чувство изоляции и привести к неразвитым социальным навыкам. Больше времени, проводимого со смартфонами, означает меньше времени, затрачиваемого на налаживание значимых отношений. Кроме того, многие молодые люди становятся жертвами ловушки «сравнивать и отчаиваться», которую представляют социальные сети.

Поколение Z обладает финансовым мышлением, они прагматичны и ценят во всем безопасность. Представители поколения Z используют социальные сети как средство для создания своего личного бренда, они также смотрят на свои решения о покупке как на выражение своих ценностей и идентичности. Например, их привлекают экологически чистые продукты и бренды, они часто готовы платить за них больше. Они ценят персонализированные продукты и их привлекают бренды, разделяющие их точку зрения по политическим вопросам. Члены поколения Z, как правило, более открыты, склонны к либерализации и активно участвуют в защите справедливого и равного отношения к другим [31]. Благодаря социальным сетям и информационным технологиям представители поколения Z способны быстро подключиться к далеким культурам, проблемам и новостям раньше и чаще, чем любое предыдущее поколение. На данный момент внимание поколения Z привлекают семь вопросов. Это: 1) здравоохранение; 2) психическое здоровье; 3) высшее образование; 4) экономическая безопасность; 5) гражданская активность; 6) расовое равенство; и 7) окружающая среда.

В отчете Morning Consult «Понимание поколения Z», основанном на почти 1 тыс. опросных интервью с молодыми людьми в возрасте от 18 лет до 21 года, исследуются ценности, привычки, стремления, проблемы, которые формируют взрослое поколение Z, и то, чем они отличаются от предыдущих поколений. Поколение Z, согласно опросу, «выбор карьеры» и «увлечения» считают двумя наиболее важными концепциями для формирования их личности, причем в большей степени, чем такие идеи, как раса или религия [32].

Таким образом, результаты вторичных исследований продемонстрировали научный интерес к изучению характеристик современного поколения. Основным вектором в отечественных и зарубежных исследованиях стали: изучение социально-психологических характеристик, траекторий карьерного развития, индивидуалистических ценностей и коммуникационных сетей. Однако не отражены социально-адаптивные свойства личности. Исследование, проведенное авторами статьи, позволяет обозначить инновационное социальное пространство, которое включает различные виды взаимодействий.

Результаты фокус-группового исследования

Классические исследования поколенческих различий носят чаще всего количественный характер, исследуются характеристики молодежи методом массового анкетирования. Выявленные в практических исследованиях противоречия дали начало качественной

методологии исследования признаков современного поколения.

Опираясь на результаты вторичных количественных исследований, мы попытались проанализировать социальные практики, характерные для представителей поколения Z методом фокус-группового интервью. Понимая, что тема поколения Z неисчерпаема в своих источниках и проводимых исследованиях, не претендуя на истину, а лишь дополняя или раскрывая с иной точки зрения характеристики и социальные практики цифрового поколения, авторами статьи проведены пять фокус-групп в период с мая по ноябрь 2021 г.

В нашем исследовании мы выделили девять блоков для качественного анализа: 1) характеристики поколения Z; 2) взаимоотношения с родителями; 3) досуговая деятельность поколения Z; 4) коммуникации в сетевых сообществах; 5) ценности поколения Z; 6) позитивные и негативные эмоции поколения Z; 7) общение со сверстниками; 8) профессиональное самоопределение поколения Z; 9) отношение к патриотизму.

Выделенные блоки для анализа определяют системный подход к исследованию характеристик и социальных практик. Изучение единичных случаев, субъективный опыт в переживании жизненных ситуаций и реальных практик, складывающихся в различных видах взаимодействия, позволяют понять цифровое поколение, подтвердить или разрушить мифы, сложившиеся в научном сообществе и массовом сознании.

Фокус-группы проходили в формате групповой дискуссии на заявленные вопросы. Беседы проходили в неформальной обстановке. Основным правилом, озвученным модераторами в начале и принятым участниками, было выражение честного искреннего мнения. Участники фокус-групп – учащиеся 10–11 классов средних образовательных учреждений Республики Татарстан, продолжительность беседы 45–50 минут. Модераторами исследования выступили аспиранты и преподаватели Казанского национального исследовательского технологического университета. Общее число участников фокус-групп 75 человек, среднее число в каждой группе – 15.

1. Блок «Характеристики поколения Z».

Поколение Z – поколение информационного общества, имеет такие особенности, как быстрая адаптация к новым условиям, высокая коммуникативность и коммуникация с обществом в целом. Для них характерны: высокий уровень толерантности по отношению к остальным, свобода в выборе и в высказываниях, а, также в самовыражении.

Респонденты отметили следующие особенности поколения Z: быстрая адаптация к изменяющимся условиям, коммуникабельность, осознанность, высокий уровень толерантности, стремление к свободе, самовыражению и саморазвитию. Поколение Z проводит много времени в интернет-пространстве, обрабатывает и усваивает огромное количество информации. Возможностей самореализоваться у лю-

дей поколения Z больше, чем у предыдущих поколений, поскольку поколение Z мыслит шире, стараясь затронуть как можно больше аспектов. *«Наше поколение, по-моему, стало более толерантным по отношению ко всем. Они стали терпимыми к другим расам, национальностям, сексуальной ориентации и т.д. Однако толерантность проникает в Россию поступательным движением, поэтому не могу сказать, что всё поколение стало толерантным»* (респ. 5, муж., 17 лет). *«Моё поколение уже может четко сказать, кем они видят себя в будущем, ставят себе цели и достигает их, при этом, не останавливаясь на достигнутом, двигаются вперед. Более амбициозные, целеустремленные, самостоятельные и не такие доверчивые»* (респ. 15, жен., 17 лет). *«Мое поколение быстро адаптируется ко многим новым вещам и местам. Мы достаточно общительные, открытые, толерантные, мультизадачные. Мы усваиваем новую информацию быстро»* (респ. 4, жен., 17 лет). *«Мое поколение коммуникабельно, меньше придерживается устоев и традиций общества, более легко подстраивается под изменения вокруг, усваивает информацию в совершенно разных видах, особо ценит права и свободы, самовыражение личности. Поколение Z идет против системы»* (респ. 8, жен., 17 лет). *«Моё поколение достаточно разное по своим характеристикам: одних можно описать как самоорганизованных, стремящихся сделать лучше себя и мир вокруг, других же как безответственных и наплевательски относящихся к другим людям и их окружению, в том числе и материальному. Но и тем и другим присущи такие качества, как застенчивость вне интернет-среды, либо наоборот излишняя экспрессивность, желание много зарабатывать, либо обрести любовь и духовное спокойствие»* (респ. 9, жен., 17 лет).

2. Блок «Взаимоотношения с родителями».

Отношения с родителями – важный пункт в разговоре о поколении Z. Проблема «отцов и детей» существовала и будет существовать. Несмотря на свою непохожесть на другие поколения, поколение Z всё ещё имеет конфликты с родителями. Это обстоятельство можно объяснить разным восприятием реальности. Как было упомянуто выше, поколение Z думает «по-другому» – глубже и свободнее. Поколение Z не загоняет себя в определённые рамки, не имеет чётких границ между чёрным и белым. Родители поколения Z – представители других поколений, соответственно, их точки зрения будут разительно отличаться, что, так или иначе, приведёт к возникновению конфликтов. Тем не менее поколение Z стремится воздействовать на предыдущие поколения, обучая их всему тому, чему учатся сами.

Поколение Z любит делиться полученной информацией, а родители являются теми лицами, с кем они хотят разделить свои знания и показать им всё то, чему они научились. Это способствует скреплению разных поколений. Взаимоотношения в семье – важный фактор в становлении любого человека. Как и

предыдущие поколения, поколение Z все еще имеет конфликты с родителями из-за разного восприятия реальности. Но оно стремится воздействовать на предыдущие поколения, обучая их всему тому, чему обучаются сами, что и способствует скреплению поколений. Поколение Z не любит стереотипность, консервативность, беспринципность старшего поколения, не принимает его у власти, так как они не знают, что нужно новому поколению. Молодое поколение ссылается не на опыт предков, а на опыт людей со схожими ценностями, свежим взглядом на мир.

Результаты фокус-группового исследования: отношения с родителями в большинстве равные, респонденты одной из причин конфликтов в семье называют разные взгляды на современные явления. Например, отношение разных поколений к гендерным особенностям личности: в отличие от детей поколения Z, отношение родителей к гендерному равенству более категорично. Еще одна причина конфликтов – стереотипы общества, например «выйти замуж обязательно». Следующая группа причин конфликтов связана с требованиями со стороны родителей выполнять домашние обязанности. Также отмечаются конфликты на почве раннего трудоустройства или совмещения учебы и работы. *«Однако существует большая проблема неполных семей. Безусловно, это сказывается на подростках. Также родители не всегда понимают, как должны быть устроены отношения детей и родителей, поэтому доверительные отношения не выстраиваются. К сожалению, такие дети находят доверие вне семьи, воспитываются сверстниками или улицей, становятся теми самыми “гонимиками”»* (респ. 16, жен., 17 лет). *«Я считаю, что в большинстве случаев в семьях присутствует поддержка и нет сильного конфликта “отцов и детей”. Да, родители по-другому воспринимают вещи, но дети уже не слушают старших так внимательно и берут ответственность в свои руки. Родители в свою очередь не мешают ребенку. Поколение Z принимает важные жизненные решения, исходя из своих чувств и желаний»* (респ. 5, жен., 17 лет). *«Мое поколение ссылается в основном не на опыт предков и высказывания старшего поколения, например родителей, как нечто абсолютно верное, мое поколение отдаст предпочтение людям со схожими ценностями и идеями, свежим взглядом на мир, несмотря на статус человека (будь то знаменитый психолог или блогер)»* (респ. 24, муж., 17 лет).

3. Блок «Досуговая деятельность поколения Z».

Досуг поколения Z – интересная часть их характеристики. Поколение Z растёт в информационном обществе, что приводит к тому, что практически весь досуг этого поколения проходит в интернет-сообществах. Интернет открывает поколение Z огромное пространство для развития навыков. Поколение Z использует интернет не только для просмотра сериалов, фильмов, мультфильмов, развлекательных видео и игр, но и для саморазвития. Поколение Z читает статьи и посты на интернет-площадках, смотрит обучающие видео, проходит образовательные курсы,

общается со сверстниками на разные темы, обсуждая политику и социальные проблемы. Большая часть досугового времени поколения Z уходит именно на саморазвитие и общение.

Продолжая тему общения, затронем тему сетевых коммуникаций в сообществах. Интернет позволил поколению Z быстро и просто заводить новые знакомства, т.е. существенно облегчил коммуникации. Поколение Z имеет ряд особенностей в сетевых коммуникациях: их сообщения короткие, но информативные; нередко используются голосовые сообщения вместо печатных. Тем не менее сетевые коммуникации не обходятся и без негативных сторон. К примеру, среди поколения Z распространён интернет-буллинг. Так как поколение Z не имеет чётко обозначенных границ, его представители часто бывают неаккуратны в своих высказываниях, чувствуя некоторую безнаказанность (от наличия у них свободы слова). *«Досуг представители моего поколения проводят, занимаясь саморазвитием, поиском себя и своего предназначения, чего они хотят в этой жизни и как это получить. Читают книги, смотрят видеоролики, соответствующие интересующим их темам, слушают подкасты. Также многие работают, а еще больше тех, кто и учится, и работает, становясь более самостоятельными, выносливыми и подготовленными к взрослой жизни»* (респ. 32, жен., 17 лет). *«Современное поколение достаточно разнообразно в своих интересах. Стоит отметить, что поколение интересуется многими психологическими темами: свобода личности, самовыражение, “токсичные” отношения, личностный рост и так далее. В интернете существует множество курсов, гайдов и просто полезных страничек на подобные темы. Соответственно поколение духовно развивается»* (респ. 3, жен., 17 лет). *«Государство делает многое для развития интереса к спорту у молодежи. Культ здорового образа жизни – одна из тенденций современности. Но не всех так сильно интересует ЗОЖ, как современные технологии, которые ушли далеко вперед, развиваясь семимильными шагами. Действительно, данное русло набирает стремительную популярность»* (респ. 24, муж., 17 лет).

4. Блок «Коммуникации в сетевых сообществах».

Поколение Z относит себя к поколению, интегрированному в виртуальное пространство. По мнению респондентов, 24 ч в сутки они проводят с телефоном в руках. *«Сетевая коммуникация среди молодёжи нашего поколения развита очень активно. Наше поколение уже с 7–12 лет сидит в социальных сетях, следовательно, общение становится непрекращаемым»* (респ. 1., жен., 17 лет). Мнения по поводу общения в социальных сетях довольно сильно разнятся. Одни считают, что такой вид коммуникаций вредит обществу, вызывает интернет-буллинг, который негативно влияет на психику человека. Также сторонники этой точки зрения считают, что интернет-общение не сравнится с живыми прогулками и встречами с близкими. Другие видят такие достоинства социальных

сетей, как скорость передачи информации, возможность поддержки и помощи нуждающимся на расстоянии, развитие коммуникативных способностей и т.д. Сторонники позитивного отношения к общению в социальных сетях не видят препятствий тому, чтобы люди реже виделись и общались вживую.

Многие считают, что появление социальных сетей сильно сказалось на современном обществе. С их появлением появилось много преимуществ: удобно общаться с другом на расстоянии в любое время и в любом месте; общение с несколькими людьми одновременно; быстрая передача огромного потока информации другим людям (это означает, что поколение Z очень коммуникабельно); кто-то считает, что, печатая, выражать мысли гораздо проще; социальные сети облегчают коммуникацию.

Тем не менее сетевые коммуникации не обходятся и без негативных сторон. Среди поколения Z распространён интернет-буллинг. Никакие технологии не смогут заменить настоящего человеческого общения, они не смогут передать те эмоции, которые человек получает в процессе классической социализации. *«Присутствует также отношение на уровне 0. Это когда люди не замечают друг друга, практически не контактируют (однако бывают случаи “разговоров за спиной”, когда человека критикуют, но в его присутствии относятся нейтрально). Также есть отрицательное отношение, когда человека презирают беспричинно либо как раз из-за вышеупомянутой нетолерантности. Одно отличие человека от других даёт повод насмехаться над ним. Всё переливается в “буллинг”, травлю, из-за чего человека закрывается в себе, начинает ненавидеть себя и в совокупности всё может привести даже к суициду, поскольку подросток – человек хрупкий и эмоционально нестабильный»* (респ. 12, жен., 17 лет). *«Конечно, в большинстве случаев интернет заменил нам очень многое, в том числе и живое общение. Это удобно, доступно и легко, поэтому проще написать сообщение (которое не требует немедленного ответа), нежели звонить, тревожить человека и тратить на это время. Но стоит отметить и пагубное влияние интернета. Он навязывает мнение, моду, стиль общения, ориентиры и ценности. Не всегда все это бывает положительным»* (респ. 25., жен., 17 лет). *«Поколение Z чаще всего досуговое время проводит “за телефоном”, как сказали бы многие родители, однако стоит отметить, что мы не бездумно проводим там время, огромное количество ресурсов, просматриваемых ежедневно нами, не бесследно уходит из головы. Смотря различные видео на YouTube, мы получаем информацию, смотря ленту в Instagram, мы получаем информацию. Большинство моих знакомых пользуются этими сервисами только в малой доле для развлечения, мы просматриваем новости, узнаем новую научную информацию, читаем блоги о саморазвитии и тому подобное»* (респ. 18, жен., 17 лет).

5. Блок «Ценности поколения Z».

Ценности у поколения Z существенно отличаются от ценностей других поколений. Поколение Z любит и ценит свободу: свободу слова, свободу самовыражения, свободу передвижения. Для поколения Z

важно быть не привязанным ни к одному месту: они хотят быть мобильными. Поколение Z ценит информацию и стремится к её увеличению. Поколению Z не нравятся рамки, в которые их загоняют предыдущие поколения, они негативно смотрят на ограничения, которые не позволяют им думать «в больших масштабах».

На основе данных интервью определились такие основные ценности поколения Z, как любовь к свободе, самовыражению: «поколение Z любит и ценит свободу: свободу слова, свободу самовыражения, свободу передвижения» (респ. 3, жен., 17 лет). Кроме того, поколение Z характеризуется высокой мобильностью: «...важно быть не привязанным ни к одному месту; мы за быстрее изменение мира, мы больше не прикованы к одному месту» (респ. 10, жен., 17 лет). Также стоит отметить, что поколение Z стремится к получению новых знаний и желает постоянно развиваться: «поколение Z ценит информацию и стремится к ее увеличению; мое поколение стремится к знаниям, к получению качественного образования, дополнительных навыков и умений, к самопознанию и самосовершенствованию в различных сферах» (респ. 17, жен., 17 лет). «Для многих ценностью в жизни считается удачно построить карьеру. Но есть те, кому важно построить семью, а еще встречаются люди, которым не интересно ни то, ни другое, а главное для них самопознание и полное удовлетворение своего существования. Мое поколение ненавидит все советы, которые им навязывают старшие поколения, и мы делаем все наоборот, стараемся противостоять стереотипам и стараться самим контролировать свою жизнь» (респ. 2, жен., 17 лет). «Ценности у молодых людей сейчас чаще всего материальные. Мы стремимся к независимости» (респ. 20, муж., 17 лет). «Мы ненавидим, когда в нашу личную жизнь лезут другие люди. Мы считаем, что каждый человек должен обладать всеми правами и свободами независимо какой он национальности, расы и т.д. Мы за свободный интернет. Мы за быстрое изменение мира. Мы больше не прикованы к одному месту» (респ. 26, муж., 17 лет). «Вопреки стереотипам мое поколение стремится к знаниям, к получению качественного образования, дополнительных навыков и умений, которые пригодятся им в работе. Мое поколение стремится к самопознанию и самосовершенствованию в различных сферах. Огромной ценностью обладает здоровье, о котором мое поколение думает с подросткового возраста, ведет активный и здоровый образ жизни» (респ. 7, жен., 17 лет). «Какие ценности имеет подросток, как мне кажется, в первую очередь играет то, как его воспитывали, на какой канал на YouTube он наткнулся, каких друзей он себе выбрал» (респ. 13, жен., 17 лет).

6. Блок «Позитивные и негативные эмоции поколения Z».

Представители поколения Z испытывают негативные эмоции в тех случаях, когда встречаются с новыми событиями и людьми, ценности которых они не разделяют, а события им кажутся несправедливыми.

«Ненависть поколение испытывает к плохим качествам личности. Они ненавидят ложь, поэтому стараются избегать лживых людей, ненавидят лицемерие и т.д.» (респ. 11, жен., 17 лет).

«Я не люблю навязывание своей точки зрения со стороны старшего поколения, их стереотипность, беспринципность, отрицание нового и попытки сохранять довольно консервативные вещи. Мне не нравится, что у власти находятся люди совсем молодого возраста, так как они не понимают, что на самом деле нужно зумерам. Низкие зарплаты, нежелание вводить нужные законы (например, закон о домашнем насилии), коррупция, депрессивные, неулыбющиеся люди и многое другое – все это очень отталкивает и расстраивает» (респ. 30, муж., 17 лет).

7. Блок 7 «Общение со сверстниками».

Поколение Z открыто к общению и заинтересовано в общении с людьми, в том числе из зарубежных стран. Конструктивное общение происходит в тех случаях, когда у собеседников совпадают взгляды на жизнь. В век интернета сверстники коммуницируют с помощью мессенджеров. При этом отличительная черта современного поколения – это самообразование, необходимое для того, чтобы оставить после себя что-то полезное как пример для следующего поколения. Респонденты отмечают, что имеют близких друзей, но они немногочисленны. Общение с ними происходит в реальном пространстве. Другими в интернете среде они называют молодых людей, которые одобряют их поступки, ставят лайки, события жизни которых и выложенную на сайт информацию они регулярно просматривают.

В целом поколение Z любит общаться, легко находит круг общения, развивая свое коммуникационное поле. Однако считают, что большинство людей отличаются беспричинным презрением, нетолерантностью, проявлением «буллинга», вспыльчивостью по отношению к другим. Рассказывают о людях, которые часто не задумываются, что их слова могут задеть, ранить других. Подобное отношение к сверстникам приводит к суицидам и закрытию человека в себе.

Общение со сверстниками у поколения Z имеет свои особенности. Несмотря на то, что поколение Z любит общаться друг с другом, некоторая вспыльчивость в их характерах переносит интернет-буллинг в реальный мир: представители поколения Z считают, что они должны делиться своим мнением и отстаивать его, не обращая внимание на то, что оно может задеть других. «У меня разное общение со своими сверстниками, потому что я дело знакомых на друзей и приятелей. Другим я могу высказать все, что думаю и всегда постараюсь им помочь. С приятелями же я общаюсь менее открыто и могу отказать в помощи» (респ. 33, муж., 17 лет).

8. Блок «Профессиональное самоопределение поколения Z».

Профессиональное самоопределение поколения Z начинается в старших классах школы. На вопрос о профессиях респонденты не могут уверенно сказать,

что понимается под профессией сегодня. По их мнению, профессию как траекторию жизненного пути они не выбирают, а выбор останавливают на видах профессиональной деятельности, приносящих доход. Респонденты отмечают, что для получения профессии нужно получать соответствующее образование. По их мнению, профессию медика от блогера отличает получение образования. В их интерпретации, блогер – это не профессия, считая профессиями деятельность в оффлайн-среде на основе полученного образования. Получение образования планируют не только в российских вузах, но и за рубежом. Большинство выбирают профессии, связанные с информационными технологиями. На основании вышесказанного можно констатировать, что современное поколение не относит к профессиям деятельность в интернет-пространстве, требующую базовых коммуникативных навыков. Это норма и повседневный опыт, доминирующий в молодежной среде. Образование в сфере информационных технологий открывает неограниченные возможности в развитии профессиональной карьеры, обеспечивает переход на высокий профессиональный уровень. *«Многие подростки нашего времени не видят себя в этой стране. Они готовы переехать уже при поступлении в вуз. Они не видят в России карьерной перспективы и будущего. В России плохо раскрывают возможности развития молодежи, а регионам дают мало возможностей для развития, поэтому, условно, людям из Норильска сложно добиться высокой заработной платы и карьерного роста»* (респ. 5, муж., 17 лет). *«Очень многие уже готовы сказать, какая профессия им интересна, чем они хотят заниматься и кем себя видят. Но и многие до сих пор находятся в поиске себя и своей деятельности, плывут по течению и ничего не хотят решать, боятся брать ответственность и живут одним днем»* (респ. 2, муж., 17 лет). *«Идеальная профессия на данный момент – это профессия, связанная с информационными технологиями, на мой взгляд. Поэтому многие стараются выбирать перспективные направления, думают о будущем»* (респ. 26, муж., 17 лет). *«Мое поколение разделено на два лагеря. 1-й лагерь – те, которые ищут себя и 2-й лагерь – те, которые уже знают, чем будут заниматься. В 1-м лагере люди постоянно пробуют себя в различных профессиях, пытаются найти желанный вид деятельности. Во 2-м лагере же люди работают по профессии, но постоянно повышая свою квалификацию, так как понимают, что в нынешнем мире без этого никак»* (респ. 6, жен., 17 лет). *«Мое поколение в основном не может четко сказать об одной единственной профессии, с которой они хотели бы связать свою жизнь, это связано с появлением ряда новых привлекательных профессий, а также со стремлением выбирать занятия по душе, то есть вполне возможно, что они будут пробовать себя в различных отраслях до тех пор, пока не выберут подходящую профессию»* (респ. 1, жен., 17 лет).

Будущее для поколения Z особенно важно. Они работают в настоящем для счастливого будущего, поэтому поколение Z подходит к профессиональному

самоопределению ответственно. Для поколения Z важно работать в своё удовольствие, вследствие чего профессию представители этого поколения выбирают долго. Поколение Z часто меняет работу, пока не найдёт то, что им интересно. *«Моё поколение свято верит в светлое и хорошее будущее, которое их ждет. Цели и планы на будущее построены и строятся, остаются их только выполнять и претворять в жизнь, становится более счастливыми»* (респ. 12, жен., 17 лет).

9. Блок «Поколение патриотов России».

«Наше поколение делится на два типа: умеренные патриоты и не патриоты. Первые любят Родину и готовы делать для неё всё, чтобы она жила лучше. Во втором же случае Россия кажется людям совершенно бессмысленным местом для проведения своей жизни, не видят тут никакой перспективы и ссылаются на неэффективность государственной власти. Также существуют и ярые патриоты. В их качества входит национальная нетерпимость, радикальная консервативность и агрессивное поведение. Они готовы убивать, наказывать тех, кто оскорбительно относится к его Родине» (респ. 36, жен., 17 лет).

Патриотизм в жизни поколения Z не играет столь большой роли, как для поколения их родителей. В современной России поколение Z критически относится к социально-экономическому и политическому положению в стране. Среди представителей поколения Z существует такое распространённое выражение, как «я люблю свою страну, но не люблю государство». Поколение Z часто критикует политику государственной власти. Также некоторые представители данного поколения намерены уехать из страны в поисках лучшей жизни (здесь же работает принцип «не хочу быть привязанным к определённому месту»). Поколение Z ценит свой народ и свою историю, но старается не привязываться к государству. *«Если говорить о государстве, то зумеры вряд ли могут назвать себя патриотами. Сейчас о патриотизме говорят чаще всего, когда идет жесткая пропаганда от властей. Поэтому людей отталкивает все, что связано с патриотизмом, если о нем говорят в таком ключе. Наверное, если бы Россия была “для людей”, а не “для власть имеющих”, любовь к Родине была бы больше»* (респ. 9, жен., 17 лет). *«В последнее время стала популярной фраза “Я люблю свою страну, но к государству у меня есть вопросы”. Именно проблему патриотизма и пытается решить государство, проводя множество мероприятий, направленных на воспитание в людях любовь к родине. Но ведь очевидно, что любовь к родине присутствует во всех нас, все это благодаря чтению в детстве Есенина, Пушкина, Лермонтова. Именно русские писатели и воспитали нас патриотами родного края. А подразумевает ли любовь своего родного уголка полное согласие с государством. Не думаю, что это взаимосвязанные понятия»* (респ. 29, жен., 17 лет).

Поколение Z выступает за честные выборы и будущее своей страны. Считают, что они – поколение, которое многое имеет, любые потребности которого лег-

ко удовлетворяются, но, некоторые этот факт считают отрицательным и выступают против мира потребительства и переизбытка товаров. *«Мы гордимся своей страной, в особенности ее историей, но, как и всё в этом мире, аппарат управления страной не идеален. Многие из числа молодежи видят эти проблемы и говорят о них, у нас нет слепой веры правительству и я считаю, что это хорошо. Именно благодаря таким людям, идущим против системы, и меняется мир»* (респ. 35, муж., 17 лет). *«Патриотизм в нашей стране претерпевает изменения. Одни люди считают, что любовь к Родине включает в себя прощение многих ошибок со стороны государства. Другие же считают, что любовь к Родине – это указывать на её недостатки и исправлять их. В итоге вторых может быть и не стало больше, но они «громче кричат», чем завлекают, на свою сторону людей, которые мало анализируют информацию»* (респ. 25, жен., 17 лет). *«Поколение Z – самое универсальное поколение, в котором собраны люди с совершенно разными мнениями, порой ход мыслей у похожих людей оказывается кардинально противоположным. И решать такие вопросы, как воспитание патриотизма, нужно таким же множеством способов»* (респ. 28., жен., 17 лет).

Выводы

Таким образом, поколение Z представляет собой не только социально-демографическую общность, но и поколенческую группу людей, отличающихся от других возрастных групп по целому ряду параметров:

1. Информационные технологии определили жизнедеятельность современного поколения, цифровизация является условием глобального переосмысления и трансформации системы ценностей и жизненных стереотипов. Цифровая грамотность и информационная безопасность приобретают для поколения Z статусы социальных практик.

2. В процессе социализации в интернет-пространстве у молодых людей возникает целый ряд новых ожиданий и интересов, мотивов и целей, потребностей и установок, а также форм психологической и социальной активности. Поколение Z характеризует: высокий уровень цифровой грамотности высокая и техническая компетентность; отрицание иерархии и гибкость по отношению к изменениям, комфорт и практичность. Поколение Digital – это по-

коление стартапов и креативного предпринимательства, для которого свойственно потребительское отношение к жизни. Они проявляют повышенный интерес к новаторским технологиям. Ценностью является свобода выбора и саморазвитие; важно получение новых эмоций. Используя такие платформы, как Snapchat, Instagram, Twitter и TikTok, молодежь поколения Z переносит социальную активность в цифровую среду.

3. Рассматриваемому поколению свойственны высокая адаптивность к быстро меняющимся условиям окружающей среды, что обеспечивает выгодное положение по сравнению с другими поколениями во всех сферах общественной жизни, в которых требуется хорошая реакция, работоспособность, коммуникабельность и др.

4. Результаты фокус-групп позволили выявить поколенческие социальные характеристики. Можно констатировать, что, в основном, выявленные характеристики не отличаются от положений теорий поколения Z (N. Howe, W. Strauss). Исследование показало, что в некоторых видах социальных взаимодействий имеется собственное наполнение: 1) в родительских семьях поколения Z преобладает дружелюбный стиль общения, высокий уровень доверия, созданная комфортная среда для развития и обучения; 2) наблюдаются расхождения в мнениях поколения Z и родителей относительно ценностей постиндустриального общества (например, отношения к сексуальным меньшинствам); 3) поколение Z реализует досуговую деятельность в интернет-пространстве, но считает, что коммуникации в сетевых сообществах не подменяют живое общение, как стереотипно принято в теории поколения Z; 4) нетерпимое отношение и негативные эмоции поколение Z испытывает по отношению к людям, жизненные приоритеты и поведенческие практики отличны от их собственных; 5) патриотизм в жизни поколения Z не играет столь большой роли, как для поколения их родителей.

5. Модели поведения поколения Z определяют содержательно и формально социальные практики российского гражданского общества. Все основные общественные процессы, касающиеся политических, социально-экономических, духовно-ценностных преобразований, обусловлены социально-психологическими особенностями поколения Z.

Список источников

- Ahmadullin I., Fatkhullina L. Virtual And Immortal Human Or Sunset the Homo Sapiens Civilization // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2021. P. 556–561. doi: 10.15405/epsbs.2021.05.02.67
- Шамис Е. Архетипы поколений и времена года. URL: <http://rugenations.su/2010/02/23/архетипы-поколений-и-времена-года/> (дата обращения: 28.12.2021).
- Шамис Е., Антипов А. Теория поколений // Маркетинг. Менеджмент. 2007. № 6. С. 42–46.
- Гаврилюк В.В., Трикоз Н.А. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации // Социологические исследования. 2002. № 1. С. 96–105.
- Зинурова Р.И. Формирование « сетевого сознания » поколения Z в виртуальном пространстве // Управление устойчивым развитием. 2021. № 4. С. 48–53.
- Селезнева А.В., Антонов Д.Е. Ценностные основания гражданского самосознания российской молодежи // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 58. С. 227–241.
- Мифы о «поколении Z» / Н.В. Богачева, Е.В. Сивак. М. : НИУ ВШЭ, 2019. 64 с.
- 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. № 54 (3). P. 722–732.

9. Alkalai Y., Chajut E. Changes over time in digital literacy // *Cyberpsychology and Behavior*. 2009. Vol. 12, Is. 6.
10. Нечаев В.Д., Дурнева Е.Е. «Цифровое поколение»: психолого-педагогическое исследование проблемы // *Педагогика*. 2016. № 1. С. 36–45.
11. Erstad O. Educating the Digital Generation – Exploring Media Literacy for the 21st Century // *Nordic Journal of Digital Literacy*. 2015. 30 October. P. 85–102. doi: 10.18261/ISSN1891-943X-2015-Jubileumsnummer-07
12. Hatlevik O., Ottestad G., Skaug J., Kløvstad V., Berge O. ITU Monitor 2009. URL: https://www.researchgate.net/publication/336770228_ITU_Monitor_2009_-_Skolens_digital_tilstand
13. Зубок Ю.А., Ростовская Т.К., Смакотина Н.Л. Молодежь и молодежная политика в современном российском обществе. М.: Перспектива, 2016. 166 с.
14. Ориентиры и ценности молодых россиян // ФОМ. URL: <http://fom.ru/TSennosti/13083> (дата обращения: 28.12.2021).
15. Большунова Т.В. Ценностно-мотивационный аспект участия поколения «Z» в современном политическом процессе // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология*. 2018. № 1. С. 63–67.
16. Сапа А.В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС // *Продуктивная педагогика*. 2015. № 8 (56). С. 2–9.
17. Зинурова Р.И., Тузиков А.Р., Фатхуллина Л.З., Алексеев С.А. Особенности формирования социальной активности и гражданской позиции у студенческой молодежи // *Управление устойчивым развитием*. 2018. № 3. С. 45–49.
18. Зинурова Р.И., Никитина Т.Н., Фатхуллина Л.З. Гражданский активизм в социологической интерпретации // *Управление устойчивым развитием*. 2022. № 1. С. 49–55.
19. 30 фактов о современной молодежи (исследование Сбербанка и Validata). URL: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf (дата обращения: 28.12.2021)
20. Милехин А.В., Сидорина А.В. Поколенческий классификатор современного российского общества // *Вестник университета*. 2021. № 1. С. 156–163.
21. Кулакова А.Б. Поколение Z: теоретический аспект // *Вопросы территориального развития*. 2018. № 2 (42).
22. Азаренок Н.В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире // *Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна «Психология человека в современном мире»*. Т. 5 «Личность и группа в условиях социальных изменений» / отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: Институт психологии РАН, 2009. С. 110–112.
23. Поколение Selfie: пять мифов о современной молодежи. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/pokolenie-selfie-pyat-mifov-o-sovremennoj-molodezhi> (дата обращения: 28.12.2021).
24. Гаврилова А.В. Социально-психологические особенности ментальности нового поколения // *Вестник Удмуртского университета. Серия: Философия, психология, педагогика*. 2016. Т. 26. Вып. 2. С. 58–63.
25. Милехин А.В., Сидорина А.В. Поколенческий классификатор современного российского общества // *Вестник университета*. 2021. № 1. С. 156–163.
26. Taipale S. Synchronicity matters: defining the characteristics of digital generations // *Information Communication and Society*. 2015. Vol. 19 (1). P. 80–94. doi: 10.1080/1369118X.2015.1093528
27. True Gen: Generation Z and its implications for companies // *McKinsey & Company*. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (дата обращения: 25.12.2021).
28. На пороге взрослой жизни и неопределенного будущего: что мы знаем о поколении Z на данный момент // *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/> (дата обращения: 25.12.2021).
29. EY опубликовала опрос Gen Z, показывающий, что компании должны переосмыслить свой «План Z» // *Ernst & Young*. URL: https://www.ey.com/en_us/news/2021/11/ey-releases-gen-z-survey-revealing-businesses-must-rethink-their-plan-z (дата обращения: 12.01.2022).
30. Фонд Энии Э. Кейси. Поколение Z и образование (опубликовано 29 октября 2020 г.). URL: cf.org/blog/generation-z-and-education (дата обращения: 12.01.2022).
31. Никитина Т.Н., Шакирова А.Ю. Социально-политическая активность молодежи как фактор развития гражданского общества // *Вестник экономики, права и социологии*. 2020. № 1. С. 134–137.
32. Понимание гена Z // *Morning Consult*. URL: <https://morningconsult.com/form/gen-z-report-download/> (дата обращения 28.12.2021).

References

1. Ahmadullin, I. & Fatkhullina, L. (2021) Virtual and Immortal Human or Sunset the Homo Sapiens Civilization. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. pp. 556–561. DOI: 10.15405/epsbs.2021.05.02.67
2. Shamis, E. (2010) Arkhetipy pokoleniy i vremena goda [Archetypes of generations and seasons]. *Rugenerations — rossiyskaya shkola teorii pokoleniy* [Rugenerations — Russian school of generational theory]. [Online] Available from: <http://rugenerations.su/2010/02/23/arkhetipy-pokoleniy-i-vremena-goda/> (Accessed: 28.12.2021).
3. Shamis, E. & Anshipov, A. (2007) Teoriya pokoleniy [Theory of generations]. *Marketing. Menedzhment*. 6. pp. 42–46.
4. Gavriyuk, V.V. & Trikoz, N.A. (2002) Dinamika tsennostnykh orientatsiy v period sotsial'noy transformatsii [Dynamics of value orientations in the period of social transformation]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*. 1. pp. 96–105.
5. Zinurova, R.I. (2021) Formation of “network consciousness” of generation z in virtual space. *Upravlenie ustoychivym razvitiem – Managing Sustainable Development*. 4 (35). pp. 48–53. (In Russian).
6. Selezneva, A.V. & Antonov, D.E. (2020) The value bases of the civic consciousness of the Russian youth. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 58. pp. 227–241. (In Russian). DOI: 10.17223/1998863X/58/21
7. Bogacheva, N.V. & Sivak, E.V. (2019) Mify o “pokolenii Z” [Myths about “Generation Z”]. Moscow: HSE.
8. Jones, C. et al. (2010) Net generation or Digital Natives: Is there a distinct new generation entering university? *Computers and Education*. 54 (3). pp. 722–732. DOI: 10.1016/j.compedu.2009.09.022
9. Alkalai, Y. & Chajut, E. (2009) Changes over time in digital literacy. *Cyberpsychology and Behavior*. 6 (12). DOI:10.1089/cpb.2008.0264
10. Nechaev, V.D. & Durneva, E.E. (2016) “Digital Generation”: psychology and pedagogical research of a problem. *Pedagogika*. 1. pp. 36–45. (In Russian).
11. Erstad, O. (2015) Educating the Digital Generation – Exploring Media Literacy for the 21st Century. *Nordic Journal of Digital Literacy*. 2015. 30 October. pp. 85–102. DOI: 10.18261/ISSN1891-943X-2015-Jubileumsnummer-07
12. Hatlevik, O. et al. (2009) *ITU Monitor 2009*. [Online] Available from: https://www.researchgate.net/publication/336770228_ITU_Monitor_2009_-_Skolens_digital_tilstand.
13. Zubok, Yu.A., Rostovskaya, T.K. & Smakotina, N.L. (2016) *Molodezh' i molodezhnaya politika v sovremennoy rossiyskoy obshchestve* [Youth and Youth Policy in Modern Russian Society]. Moscow: Perspektiva.
14. FOM. (2016) *Orientiry i tsennosti molodykh rossiyan* [Guidelines and values of young Russians]. [Online] Available from: <http://fom.ru/TSennosti/13083> (Accessed: 28.12.2021).
15. Bol'shunova, T.V. (2018) Value and motivation of participation “generation z” in the present political process. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya. Politologiya. Sotsiologiya – Proceedings of Voronezh State University. Series: History. Political Science. Sociology*. 1. pp. 63–67. (In Russian).

16. Sapa, A.V. (2015) Pokolenie Z - pokolenie epokhi FGOS [Generation Z – generation of the era of FGOS]. *Innovatsionnye proekty i programmy v obrazovanii – Innovations in education*. 8 (56). pp. 2–9.
17. Zinurova, R.I. et al. (2018) Peculiarities of formation social activity and civilian position student youth. *Upravlenie ustoychivym razvitiem – Managing Sustainable Development*. 3 (16). pp. 45–49. (In Russian).
18. Zinurova, R.I., Nikitina, T.N. & Fatkhullina, L.Z. (2022) Civil activism in sociological interpretation. *Upravlenie ustoychivym razvitiem – Managing Sustainable Development*. 1 (38). pp. 49–55. (In Russian). DOI: 10.55421/2499992X_2022_1_45
19. SberBank. (n.d.) *30 faktov o sovremennoy molodezhi (issledovanie Sberbanka i Validata)* [30 facts about modern youth (Sberbank and Validata research)]. [Online] Available from: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf (Accessed: 28.12.2021)
20. Milekhin, A.V. & Sidorina, A.V. (2021) Generational classifier of modern Russian society. *Vestnik universiteta*. 1. pp. 156–163. (In Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-156-163
21. Kulakova, A.B. (2018) Generation z: theoretical aspect. *Voprosy territorial'nogo razvitiya – Territorial Development Issues*. 2 (42). (In Russian). DOI: 10.15838/tdi.2018.2.42.6
22. Azarenok, N.V. (2009) [Clip thinking and its influence on human psychology in the modern world]. *Psikhologiya cheloveka v sovremennoy mire* [Human psychology in the modern world]. Proceedings of the All-Russian Conference. Vol. 5 Moscow. 15–16 October 2009. Moscow: Institute of Psychology RAS. pp. 110–112. (In Russian).
23. Russian Public Opinion Research Center (VCIOM). (2016) *Pokolenie Selfie: pyat' mifov o sovremennoy molodezhi* [The Selfie Generation: Five myths about modern youth]. [Online] Available from: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pokolenie-selfie-pyat-mifov-o-sovremennoj-molodezhi> (Accessed: 28.12.2021).
24. Gavrilova, A.V. (2016) Social and psychological features of the “new generation” mentality. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Filosofiya, psikhologiya, pedagogika – Bulletin of Udmurt University. Series Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 2 (26). pp. 58–63. (In Russian).
25. Milekhin, A.V. & Sidorina, A.V. (2021) Generational classifier of modern Russian society. *Vestnik universiteta*. 1. pp. 156–163. (In Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-156-163
26. Taipale, S. (2015) Synchronicity matters: defining the characteristics of digital generations. *Information Communication and Society*. 1 (19). pp. 80–94. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1093528
27. Francis, T. & Hoefel, F. (2018) True Gen: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. [Online] Available from: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (Accessed: 25.12.2021).
28. Parker, K. & Igielnik, R. (2020) Na poroge vzrosloy zhizni i neopredelenno budushchego: chto my znaem o pokolenii Z na dannyi moment. *Pew Research Center*. [Online] Available from: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/> (Accessed: 25.12.2021).
29. Ernst & Young. (2021) EY Releases Gen Z Survey Revealing Businesses Must Rethink Their ‘Plan Z’. [Online] Available from: https://www.ey.com/en_us/news/2021/11/ey-releases-gen-z-survey-revealing-businesses-must-rethink-their-plan-z (Accessed: 12.01.2022).
30. Annie E. Casey Foundation. (2020) *Pokolenie Z i obrazovanie* [Generation Z and Education]. [Online] Available from: <https://cf.org/blog/generation-z-and-education> (Accessed: 12.01.2022).
31. Nikitina, T.N. & Shakirova, A.Yu. (2020) Socio-political activity of youth as a factor in the development of civil society. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii – The Review of Economy, the Law and Sociology*. 1. pp. 134–137. (In Russian).
32. Morning Consult. (n.d.) *Ponimanie gena Z*. [Online] Available from: <https://morningconsult.com/form/gen-z-report-download/> (Accessed: 28.12.2021).

Информация об авторах:

Зинурова Р.И. – д-р социол. наук, профессор, директор Института управления инновациями, зав. каф. менеджмента и предпринимательской деятельности, Казанский национальный исследовательский технологический университет (Казань, Россия). E-mail: rushazi@rambler.ru.

Никитина Т.Н. – канд. социол. наук, доцент кафедры менеджмента и предпринимательской деятельности, Казанский национальный исследовательский технологический университет (Казань, Россия). E-mail: nita101@mail.ru.

Фатхуллина Л.З. – канд. социол. наук, доцент кафедры инновационного предпринимательства, права и финансового менеджмента, Казанский национальный исследовательский технологический университет (Казань, Россия). E-mail: lialfa@rambler.ru.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

R.I. Zinurova, Dr. Sci. (Sociology), professor, director of the Institute of Innovation Management, Kazan National Research Technological University; head of the Department of Management and Entrepreneurship, Kazan National Research Technological University (Kazan, Russian Federation). E-mail: rushazi@rambler.ru.

T.N. Nikitina, Cand. Sci. (Sociology), associate professor, Kazan National Research Technological University (Kazan, Russian Federation). E-mail: nita101@mail.ru.

L.Z. Fatkhullina, Cand. Sci. (Sociology), associate professor, Kazan National Research Technological University (Kazan, Russian Federation). E-mail: lialfa@rambler.ru.

The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 13.01.2022;
одобрена после рецензирования 13.01.2022; принята к публикации 28.03.2022.*

*The article was submitted 13.01.2022;
approved after reviewing 13.01.2022; accepted for publication 28.03.2022.*