

***ПОКОЛЕНИЕ Z:  
МНОГООБРАЗИЕ  
ИДЕНТИЧНОСТЕЙ,  
ОРИЕНТАЦИЙ, ПОВЕДЕНИЯ***



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
НАУЧНЫЙ СОВЕТ РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК  
ПО КОМПЛЕКСНЫМ ПРОБЛЕМАМ ЭТНИЧНОСТИ  
И МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ПОКОЛЕНИЕ Z:  
МНОГООБРАЗИЕ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ,  
ОРИЕНТАЦИЙ, ПОВЕДЕНИЯ**

**Коллективная монография**

*Под общей редакцией  
доктора социологических наук, профессора  
Шайхисламова Рафаэля Бадретдиновича*

**Уфа  
РИЦ БашГУ  
2021**

УДК 316.341.35  
ББК 60.54  
П48  
doi.org/10.14258/genz.2021

*Монография подготовлена и опубликована в рамках  
Программы фундаментальных и прикладных исследований  
«Этнокультурное многообразие российского общества и укрепление  
общероссийской идентичности» (Поручение Президента РФ № ПР-71 от 16.01.2020 г.)  
(рук. акад. РАН В.А. Тишков) по проекту  
«Молодежь в межэтнических коммуникациях: интолерантность,  
толерантность, диалог» (рук. проф. Р.Б. Шайхисламов)*

*Печатается по решению кафедры социологии и работы с молодежью  
факультета философии и социологии БашГУ.  
Протокол № 2 от 30.09.2021 г.*

#### **Рецензенты:**

**М.В. Певная** – доктор социол. наук, профессор  
(Уральский федеральный университет им. первого Президента России  
Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург);  
**С.В. Егорышев** – доктор социол. наук, профессор  
(Институт стратегических исследований РБ, г. Уфа)

**Поколение Z: многообразие идентичностей, ориентаций, пове-**  
П48 **дения:** коллективная монография / под общей ред. д-ра социол.  
наук, проф. Шайхисламова Р.Б. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2021. – 228 с.  
ISBN 978-5-7477-5429-4

В коллективной монографии публикуются результаты исследований, посвященных различным аспектам формирования идентификационных стратегий, ценностных ориентаций в различных их формах, особенностям поведения. В монографии коллективом авторов из различных университетов рассматриваются особенности поколения Z в социальных реалиях последних лет – многообразие ценностных ориентаций, социальной идентичности, социальный характер, гражданская активность и протестные настроения поколения.

Предназначено для специалистов в области молодежной политики, научных работников разных специальностей, занимающихся проблематикой детства и молодежи.

УДК 316.341.35  
ББК 60.54

ISBN 978-5-7477-5429-4

© Асадуллина Г.Р., Бесчасная А.А., Гайсина Л.М.,  
Гайфуллин А.Ю., Данилов А.Н., Ефлова М.Ю.,  
Заводян И.С., Козлова Ю.В., Колосова Е.А.,  
Коровкина Н.В., Майорова-Щеглова С.Н.,  
Максимова О.А., Озерова К.А., Садыкова Р.Р.,  
Садретдинова Э.В., Шайхисламов Р.Б.,  
Шаповалова И.С., Щербакowa Д.В., 2021  
© БашГУ, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие.....	4
Глава I Поколение Z: современные исследования.....	6
Глава II Управление тремя неизвестными X, Y, Z.....	16
Глава III Поколение Z: ценности, диспозиции и социализационные результаты.....	25
Глава IV Поколение Z в онлайн-пространстве: некоторые прогнозы постпандемической реальности.....	46
Глава V Молодежь современной Беларуси: социокультурная трансформация и ценностный поворот.....	61
Глава VI Виртуальная и локальная идентичность российского цифрового поколения.....	74
Глава VII Языковая идентичность поколения Z в полиэтничном регионе.....	84
Глава VIII Особенности идентификации с Родиной у поколений Y и Z.....	109
Глава IX Профессиональные ориентиры поколения Z.....	124
Глава X Поколение Z и образовательные онлайн технологии.....	141
Глава XI «Цифровые аборигены» и нефтегазовая отрасль.....	152
Глава XII Социальный характер в Я-концепции поколения Z.....	160
Глава XIII Цифровая гражданская активность поколения Z: типология интернет-пользователей.....	178
Глава XIV Протестные настроения и установки поколения Z.....	194
Послесловие.....	210
Библиографический список.....	211
Сведения об авторах.....	226

## ПРЕДИСЛОВИЕ

---

Идея данной монографии вызревала в процессе обсуждения проблем поколения Z на научно-практических конференциях «Поколение Z: идентичность, ориентации, поведение», организованных Башкирским государственным университетом в ноябре 2019 и ноябре 2020 годов. Понятие «поколение Z» стало популярным, появилось множество публикаций (в основном, в научно-популярном жанре) об особенностях этого поколения. На этих конференциях обсуждались представителями разных отраслей науки (в том числе и соавторами настоящей монографии) проблемы идентификации поколения Z. То, что на уровне научно-популярного (описательного) подхода казалось понятным, на более глубоком уровне – научного осмысления – оказалось проблематичным. Существует ли на самом деле поколение Z, или это результат научно-популярного мифотворчества; если существует, каковы его сущностные черты, знание которых позволило бы идентифицировать это поколение и провести демаркацию с предшествующими и последующими поколениями? В отдельных главах настоящей монографии рассматриваются эти проблемы.

Осмысление результатов на упомянутых конференциях привело нас к выводу о необходимости сосредоточения научных исследований в направлениях проблем идентичности, ориентаций и поведения представителей этого поколения. Речь идет о самых разных аспектах этих проблем – гражданской, этнической, генерационной, гендерной, конфессиональной, языковой, региональной, корпоративной идентичности, ориентаций, поведенческих моделей.

Стало понятно, что речь должна идти не о единообразии, не об одномерном подходе к описанию поколения Z (что явно доминирует в настоящее время), а о многообразии идентичностей, ориентаций, поведенческих моделей представителей этого поколения. Проясню необходимость многомерного подхода к исследованию следующими обстоятельствами. Во-первых, существуют разные точки зрения относительно того, каковы возрастные границы поколения Z. Но эти границы, какой бы критерий для их определения мы не брали, неодинаковы для разных стран и регионов, для города и села, для детей из семей с разными возможностями для пользования цифровыми технологиями. Условно говоря, в отдельных странах, регионах, городах есть «ранние» и «поздние» Z; глубоко или поверхностно

погруженные в цифровую среду. Исходя из этого, во-вторых, в отдельных возрастных группах по своим интересам, ценностным ориентациям, установкам есть представители и поколения Z, и поколения Y, а также и те, кого невозможно отнести ни к первым, ни ко вторым. В-третьих, процессы глобализации, широкое применение цифровых (прежде всего, Интернет) технологий существенно расширяют траектории формирования личности. «Одномерный человек» Г.Маркузе в современных условиях приобретает иной профиль – «цифровой человек». Но в то же время этот «цифровой человек» становится более многомерным благодаря вовлечению, по терминологии М.Грановеттера, не только в «сильные связи» (непосредственные связи), но и в «слабые связи» (опосредованные, преимущественно посредством Интернета) на региональном и глобальном уровнях. Этим обусловлено становление многообразия поколения Z.

Нередко в научно-популярных публикациях поколение Z изображается как когорта, качественно отличающееся от предшественников (как сказали бы в позапрошлом веке, «новые люди»). Но так ли это? Многочисленные исследования показывают, что по своим идентичностям, ориентациям, поведению никакой пропасти между теми, кто по своему возрасту моложе 20 лет (кого принято относить к поколению Z) и старше 20 лет (кого принято относить к поколению Y), не существует. Смена поколений происходит (по крайней мере, в российском обществе) не скачкообразно, а поступательно, с сохранением преемственности. Между возрастными группами, представляющими современную российскую молодежь, гораздо больше общего, нежели различий. В этом также заключается многообразие идентичностей, ориентаций и поведенческих моделей тех, кто относится к детскому и юношескому возрасту.

Поэтому не случайно наша монография называется «Поколение Z: многообразие идентичностей, ориентаций, поведения».

*Ответственный редактор,  
доктор социологических наук, профессор  
Р.Б. Шайхисламов*

## ГЛАВА I

### ПОКОЛЕНИЕ Z: СОВРЕМЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ<sup>1</sup>

**Асадуллина Г.Р.**

*доцент кафедры социологии и работы с молодежью  
Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Садретдинова Э. В.**

*доцент кафедры социологии и работы с молодежью  
Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Шайхисламов Р.Б.**

*профессор кафедры социологии и работы с молодежью Башкирского  
государственного университета,  
главный научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Аннотация.** Дети, развивающиеся в условиях цифровой среды, получили название «поколение Z». Эта группа составляет самый большой процент населения и является самой разнообразной на сегодняшний день. Безусловно, данная категория детей не могла остаться незамеченной многими отечественными и зарубежными учеными. В настоящей главе авторами приводится обзор зарубежных исследований, посвященных изучению Поколения Z (Gen Z), известное в зарубежной литературе под различными синонимами, в частности, iGen, Plurals, Founders, Pivotal and the Homeland Generation и т. д.

**Ключевые слова:** теория поколений, Поколение Z, цифровое поколение.

Термин «Поколение Z» используется сегодня достаточно широко как в популярной, так и научной литературе. Однако, говоря о «Поколении Z» (а также «поколении X, Y, Миллениалах» и т. д.) как о неких общемировых закономерностях развития социума, мы вольно или невольно делаем отсылку к теории поколений, созданной американскими учеными — демографом и экономистом Нилом Хоу, и историком, драматургом и писателем Уильямом Штрауссом.

Первая попытка представить поколение как социальную группу была предпринята К. Мангеймом, он поставил вопрос о понимании того, какие отношения связывают людей, образующих одно поколение.

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Интолертанность, толерантность, диалог в межкультурной коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности»

Однако он доказывает, что поколение не является социальной группой, т. к. группа, по мнению К. Мангейма, представляет собой «союз индивидуумов, объединившихся на основе естественно сложившихся или заранее установленных связей».<sup>1</sup> Поколения, по мнению Мангейма, не соответствуют двум данным признакам, поэтому группой считаться не могут, а представляют собой особый социальный феномен. Однако критерием принадлежности к поколению К. Мангейм все-таки определяет как классовую принадлежность (место, положение) человека в обществе.<sup>2</sup> Также он отмечает, что понятие «поколение» относится к группе или совокупности людей, отличающихся от других по возрасту и что тип поколения определяется рядом социально-исторических ситуаций и памятных событий этого поколения.<sup>3</sup>

Салахутдин М.М. (2010) определяет поколение как «группу людей, родившихся в определенный период времени, и имеющие схожие характеристики и поведение».<sup>4</sup>

Одно из самых известных исследований, утверждающее, что определение поколений только по годам их рождения является довольно ограниченным подходом, было сделано Хоу Н. и Штраус У. (1991). Согласно которым, есть три критерия, способные определить поколения более правильно, чем годы рождения:

- воспринимаемое членство: осознание принадлежности к группе, которое начинается в подростковом возрасте и развивается в зрелом возрасте.
- общие убеждения и модели поведения: существующие установки, убеждения и поведенческие нормы, характеризующие поколение
- общая история: исторически значимые события и важные события, произошедшие в подростковом и раннем взрослом возрасте членов поколения, которые повлияли на их будущую жизнь.<sup>5</sup>

Парри Э. и Урвин П. (2010) отмечают, что определение границ поколений является проблематичным и существует мало свидетельств реальных различий между поколениями, и академические

---

<sup>1</sup> Мангейм К. Проблема поколений // Новое литературное обозрение, 1998. № 2 (30). С.17

<sup>2</sup> Там же

<sup>3</sup> Mannheim K. The problem of generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge and Kegan Paul, 1952, pp. 276—320

<sup>4</sup> Salahuddin, M. M. (2010). Generational differences impact on leadership style and organizational success. *Journal of Diversity Management*, 5(2), 1–6.

<sup>5</sup> Howe, N. & Strauss, W. 1991. *Generations: the history of America's future, 1584 to 2069*. Quill.



эмпирические данные о различиях поколений, как правило, неоднозначны.<sup>1</sup>

Существует несколько подходов к анализу поколений. Однако, согласно Ривз Т.К. и О.Э. (2008),<sup>2</sup> надлежащий анализ поколений может быть проведен с использованием разделения на пять поколений. В таблице представлены исследования и теории, касающиеся границ поколений и различий в данных метках.

<b>Хоу и Штраус (2000)</b>	Молчаливое поколение (1925-1943)	Бэби бумеры (1943-1960)	Поколение X (1961-1981)	Миллениалы (1982-2000)	-
<b>Ланкастер и Стиллман (2002)</b>	Традиционалисты (1900-1945)	Бэби бумеры (1946-1964)	Поколение X (1965-1980)	Миллениалы Эхо бумеры. Поколение Y Следующее поколение (1981-1999)	-
<b>Мартин и Тулган (2002)</b>	Молчаливое поколение (1900-1942)	Бэби бумеры (1946-1960)	Поколение X (1965–1977)	Миллениалы (1978-2000)	-
<b>Облингер и Облингер (2005)</b>	Зрелые (<1946)	Бэби бумеры (1947-1964)	Поколение X (1965-1980)	Миллениалы Поколение Y НетГен (1981–1995)	Постмиллениалы (с 1995)
<b>Тапскотт (1998)</b>	-	Бэби бумеры (1946-1964)	Поколение X (1965-1975)	Цифровое поколение (1976–2000)	
<b>Земке и др. (2000)</b>	Ветераны (1922-1943)	Бэби бумеры (1943-1960)	Поколение X (1960-1980)	Следующие (1980–1999)	
<b>Ривз и О. (2008)</b>	Зрелое поколение (1924-1945)	Бум поколение (1946-1964)	Поколение X (1965-1980)	Миллениалы (1981-2000)	Поколение Z (с 2001)

Существует значительное количество исследований характеристик предыдущих поколений, например поколения Y, но исследования поколения Z по-прежнему остаются недостаточными. Особенно это касается в определении возрастного диапазона. Разные

<sup>1</sup> Parry, E., & Urwin, P. (2010). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13, 79–96.

<sup>2</sup> Reeves, T.C. & Oh, E. 2008. *Handbook of research on educational communications and technology*. 3d edition. Routledge.

ученые по-разному определяют возрастной диапазон Поколения Z, например: это поколение которые родились: после 1990 г.<sup>1</sup>; между 1990 и 1999 гг.<sup>2</sup>; между 1991 и 2000 гг.<sup>3</sup>; между 1993-2012 гг.<sup>4</sup>; между 1993-2005 гг.<sup>5</sup>; после 1995 г.<sup>6</sup>

Как мы видим, единого общепринятого определения поколения Z не существует, наиболее часто используемое определение возрастного диапазона среди рассмотренных источников включает всех, кто родился после 1995 года. Это в целом согласуется с наиболее распространенным определением миллениалов как людей, родившихся в 1983-1994 годах и недавним исследованием Марка Маккриндла, который ввел термин «Поколение Альфа» для описания когорты людей, родившихся в 2010 году и далее, что позволяет предположить: поколение Z - это люди, родившиеся в период с 1995 по 2010 год.<sup>7</sup>

Также следует отметить, что нет и единого мнения и в терминологии, ни у одного из предыдущих поколений не было столько названий как у Поколения Z, например: IGeneration, Gen Tech, Online Generation, Post Millennials, Facebook Generation, Switchers, “always clicking. Поколение Z также известно как: C Generation – «Подключенный», поскольку его представители «подключены к Интернету»; «компьютеризированный»; «общающийся»; «ориентированный на контент»; «ориентированный на сообщество», «меняющийся»,<sup>8</sup> R (Responsibility) Generation – «Ответственный».<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Świerkosz-Hołysz, M. (2016). Pokolenie Z wkracza na rynek pracy. Społeczeństwo i Edukacja, 21(2). p. 441; Żarczyńska-Dobiesz, A., Chomątowska, B. (2014). Pokolenie, Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 350, 405–415. DOI: 10.15611/pn.2014.350.36. p.407

<sup>2</sup>Half, R. (2015). Get Ready for Generation Z. Retrieved from: <https://www.roberthalf.com/workplace-research/get-ready-for-generation-Z> (дата обращения: 12.09.2021)

<sup>3</sup> Tulgan, B. (2009). Not Everyone Gets a Trophy: How to Manage Generation Y. San Francisco, California: Jossey-Bass

<sup>4</sup> White, J.E. (2017). Meet Generation Z. Grand Rapids, Michigan: Baker Publishing Group.

<sup>5</sup> Turner, A.R. (2013). Generation Z: Technology’s Potential Impact in Social Interest of Contemporary Youth. A Research Paper Presented to The Faculty of the Adler Graduate School, 1–79

<sup>6</sup> Francis, T. and Hoefel, F. (2018) ‘True Gen’: Gen Z and its implications for companies’. McKinsey & Company. Dudek, J. (2017). Oczekiwania osób z generacji Z korzystających z pomocy korepetytorów. A. Lipka, M. Król (Eds.). Gospodarowanie wielopokoleniowym kapitałem ludzkim. Warsaw: CeDeWu.; Ensari, M. (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations. Research Journal of Business and Management, 4(1), 52–62. DOI: 10.17261/Pressacademia. 2017. p.370.

<sup>7</sup> Turk, V. and others (2018) Understanding Generation Alpha. Wired Consulting.

<sup>8</sup> Świerkosz-Hołysz, M. (2016). Pokolenie Z wkracza na rynek pracy. Społeczeństwo i Edukacja, 21(2). p.440

Тапскотт, Д. (1998). определил поколение Z как «Следующее поколение» и охарактеризовал его как «самое уникальное в том смысле, что ни одно поколение прежде не было более знающим и образованным в области технологий и инноваций. Поэтому они наделены полномочиями преобразовывать современной жизни и улучшить мир завтрашнего дня».<sup>2</sup>

Согласно Хоу и Штраус, поколение Z крупнее, образованнее и разнообразнее, чем предыдущие. «Found Generation», как они его называли, «возможно, является величайшим поколением, обладающим особыми способностями, навыками и мышлением».<sup>3</sup>

Облингер Д. и Облингер Дж.Л. (2005) охарактеризовали «Сетевое поколение» как цифровое грамотное из-за их неограниченного доступа к технологиям, подключенным благодаря их техническим возможностям, они предпочитают учиться на практике, и социальные благодаря их открытости к разнообразию, различиям и желанию быть социально связанными.<sup>4</sup>

Однако существует общее понимание того, что поколение Z никогда не знало мира без Интернета, мобильных телефонов или iPod, что делает их цифровыми аборигенами. Они технологически подкованы и находятся в постоянном контакте с людьми 24/7, с низкой или нулевой терпимостью к отсутствию цифровых ресурсов.<sup>5</sup>

Поколение Z — это первое по-настоящему глобальное поколение. Начнем с того, что глобализация проявляется в том, как они думают. Поколение Z не знает ограничений в доступе к информации или общении с людьми. Для них географические границы больше не являются препятствием, так как почти все можно найти в Интернете и связаться с людьми со всего мира можно за считанные секунды. Глобализация также стирает границы между людьми разного происхождения. Таким образом, согласно Sparks & Honey, «представители поколения Z имеют свободу пробовать себя в разных

---

<sup>1</sup> Csobanka, Z.E. (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6(2), 63–76. DOI: 10.1515/atd-2016-0012. p.67

<sup>2</sup> Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the net generation*. McGraw-Hill.

<sup>3</sup> Howe, N. & Strauss, W. (2009). *Millennials rising: the next great generation*. Knopf Doubleday Publishing Group.

<sup>4</sup> Oblinger, D. & Oblinger, J.L. (2005). *Educating the next generation*. EDUCAUSE.

<sup>5</sup> Rothman, D. (2016). A tsunami of learners called Generation Z. Retrieved February 16, 2021 from [http://mdle.net/Journal/A\\_Tsunami\\_of\\_Learners\\_Called\\_Generation\\_Z.pdf](http://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf) (дата обращения: 22.09.2021)

образах, выбирать круг интересов, вступать в различные сообщества и расширять свои горизонты».<sup>1</sup>

Жарчинская-Добеш А., Хомятовская Б. утверждают, что поколение Z может функционировать как в реальном, так и в виртуальном мирах. Они могут легко переключаться между этими двумя мирами, поскольку воспринимают их как взаимодополняющие друг друга.<sup>2</sup> Представители поколения Z могут легко получать и проверять необходимую им информацию. Они также быстро делятся информацией с другими. Обработка сообщений между ними является непрерывной, так как они используют широкий спектр коммуникационных устройств или социальные сети. «У активных пользователей социальных сетей много контактов, и они в основном живут своими повседневными отношениями через эти каналы (личные встречи также важны для них, однако поддержание онлайн-контактов играет не менее важную роль)».<sup>3</sup> Зеты отличаются и в использовании мобильных устройств. Они комментируют реальность, окружающую среду в которой живут, выражают свои мнения и взгляды посредством социальных сетей, блогов и интернет-форумов, а также делятся фотографиями (Instagram, Pinterest, Snapchat) и фильмами (YouTube, Instagram, Snapchat). Как отмечает Харди М. (2011), «поколение Z не только использует контент Интернета, но и создает его и контролирует».<sup>4</sup>

Поколение Z привыкло видеть мир через несколько экранов. Как правило, в их домах есть по меньшей мере пять мониторов: телевизор, настольный компьютер, ноутбук, планшет и смартфон. Скорость также играет критически важную роль в жизни поколения Z. Благодаря широкому использованию технологий они привыкли получать желаемую информацию и результаты в течение нескольких секунд. Таким образом, подключение к Интернету жизненно важно для них, и любые задержки делают их нетерпеливыми и раздраженными. Еще одна большая разница между Поколением Z и Миллениалами — это их поведение в Интернете. Поколение Z очень заботится о конфиденциальности в Интернете и, зная возможности современных

---

<sup>1</sup> Sparks & Honey.( 2015). Generation Z 2025: the final generation. WWW document. Available at: <https://reports.sparksandhoney.com/campaign/generation-z-2025-the-final-generation> (дата обращения: 2.09.2021)

<sup>2</sup> Żarczyńska-Dobiesz, A., Chomętowska, B. (2014). Pokolenie, Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 350, 405–415. DOI: 10.15611/pn.2014.350.36. p.407

<sup>3</sup> Csobanka, Z.E. (2016). The Z Generation. Acta Technologica Dubnicae, 6(2), 63–76. DOI: 10.1515/atd-2016-0012. p.68

<sup>4</sup> Hardey, M. (2011). Generation C: Content, Creation, Connections and Choice. International Journal of Market Research, 53(6), 749–770. DOI: 10.2501/IJMR-53-6-749-770. pp. 750-753

технологий и легкость доступа к личной информации, они очень осторожны с размещением информации, которой они делятся в Интернете.<sup>1</sup>

На самом деле, самое молодое поколение испытывает наибольший эмоциональный выигрыш от использования смартфона по сравнению со старшим поколением. Более того, они являются первым поколением, родившимся в интегрированном и глобально связанном мире, где Интернет всегда был доступен. Они известны как наиболее подкованное в цифровых технологиях поколение, которое преобразует мир в сторону цифровизации и бросает вызов традиционным способам ведения дел.

Несомненно, менталитет поколения Z играет решающую роль в современном деловом мире. И, как отмечают Sparks & Honey, «подлинность, разнообразие, открытость, социальная ответственность и устойчивость стали основными ценностями для поколения Z».<sup>2</sup>

Они многозадачные и постоянно подвергают сомнению традиционный способ ведения дел. Более того, как отмечает Ротман Д. (2016), «им нужны простые в использовании технологии, которые решают их проблемы, помогут координировать их деятельность или предоставят им соответствующую информацию за короткий промежуток времени. Они используют современные технологии и у них существует постоянная глобальная связь с миром – они «живут и дышат» технологиями».<sup>3</sup>

Но в то же время, как отмечает Чобанка З.Е. (2016), «из-за чрезмерного использования различных приложений у Зетовцев формируется многозадачность и способность концентрироваться, запоминать что-то в долгосрочной перспективе становится более трудной для поколения Z».<sup>4</sup>

Также ряд авторов отмечают, что для данного поколения характерно желание достичь своей цели без приложения каких-либо усилий. Они стремятся к быстрому карьерному росту. Это люди,

---

<sup>1</sup> Vision Critical. 2016. The everything guides to Generation Z. WWW document. Available at: [https://www.visioncritical.com/wp-content/uploads/2016/10/GenZ\\_Final.pdf](https://www.visioncritical.com/wp-content/uploads/2016/10/GenZ_Final.pdf) (дата обращения: 12.11.2021)

<sup>2</sup> Sparks & Honey. 2015. Generation Z 2025: the final generation. WWW document. Available at: <https://reports.sparksandhoney.com/campaign/generation-z-2025-the-final-generation> (дата обращения: 27.09.2021)

<sup>3</sup> Rothman, D. (2016). A tsunami of learners called Generation Z. Retrieved February 16, 2021 from [http://mdle.net/Journal/A\\_Tsunami\\_of\\_Learners\\_Called\\_Generation\\_Z.pdf](http://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf); (дата обращения: 22.09.2021); Cilliers, E. J. (2017). The challenge of teaching Generation Z. PEOPLE. International Journal of Social Sciences, 3(1), 188–198.

<sup>4</sup> Csobanka, Z.E. (2016). The Z Generation. Acta Technologica Dubnicae, 6(2), 63–76. DOI: 10.1515/atd-2016-0012. p.69

которые ищут работу не только в своем ближайшем окружении, но и во всех по всему миру, так как их характерными чертами являются мобильность и знание иностранных языков. То, что представляло угрозу для старших поколений, является объектом восхищения и экспериментов для поколения Z.

Поколение Z имеет неограниченный онлайн-доступ к огромному разнообразию учебных ресурсов для самообразования. Их нетрадиционный подход к образованию может быть продемонстрирован данными Sparks & Honey, согласно которым 75 % подростков убеждены, что есть способы получить хорошее образование без посещения колледжа. Тем не менее, представители поколения Z по-прежнему хотят получить образование, и большинство из них заинтересованы в изучении способов создания и ведения собственного бизнеса. Возможности для обучения есть повсюду в Интернете, и у поколения Z нет препятствий на пути к обучению.<sup>1</sup>

Ланкастер Л.С. и Стилман Д. (2002) провели исследование различий между поколениями на рабочем месте. Они выявили различия между Поколением Z, выросшим в цифровую эпоху с использованием технологий с ранних лет, и всех предыдущих поколений. Они охарактеризовали поколение Z как реалистичное, уверенное в себе, прагматичное в решении проблем и, самое главное, открытое для разнообразия.<sup>2</sup> Хиса Б. (2016) отмечает, что они не заботятся о стабильности на работе; они легко меняют свое рабочее место, ищут универсальности и уходят от рутины. Они являются самым образованным и утонченным поколением из когда-либо существовавших.<sup>3</sup> Почтовски, А., Бухельт, Б., Паули, У. (2015) пишут, что представители данного поколения рассматривают самозанятость как способ профессиональной деятельности, особенно потому, что они считают: это лучше оплачивается и дает чувство независимости.<sup>4</sup>

Одной из наиболее значимых характеристик этого поколения, по мнению Гринфилд С. (2009), является тот факт, что они родились «аборигенами» в современном цифровом мире.<sup>5</sup> Они были окружены

---

<sup>1</sup> Sparks & Honey (2015). Generation Z 2025: the final generation. WWW document. Available at: <https://reports.sparksandhoney.com/campaign/generation-z-2025-the-final-generation> (дата обращения: 11.08.2021)

<sup>2</sup> Lancaster, L.C. & Stillman, D. (2002) When generations collide. Who they are? Why they clash. How to solve the generational puzzle at work. Collins Business

<sup>3</sup> Hysa, B. (2016). Zarządzanie różnorodnością pokoleniową. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, seria Organizacja i Zarządzanie, 97(1964), 385–398. p.390

<sup>4</sup> Poczowski, A., Buchelt, B., Pauli, U. (2015). Business Start-Ups and Youth Self-Employment in Poland: A Policy Literature Review (working papers). Brighton: University of Brighton. p.19

<sup>5</sup> Greenfield, S. (2009). ID: the quest for meaning in the 21st century. Hachette UK.

миром технологий с первых дней своего существования, и поэтому они живут, общаются, воспринимают информацию и принимают решения, совершенно отличные от тех, что были у любого другого поколения до этого.

По мнению Хьюз К. (2017), «одной из фундаментальных ценностей поколения Z является свобода. Несмотря на то, что сегодняшнее поколение ценит политические, социальные и расовые свободы, за эти свободы уже боролись предыдущие поколения, и сегодняшняя молодежь выросла в мире, где вышеупомянутые проблемы являются нормами. Однако свободы, к которым они стремятся, заключаются в том, чтобы быть самим собой, обладать географической и финансовой гибкостью и, самое главное, свободой создавать мир, в котором они хотят жить».<sup>1</sup> Для них жизненно важно быть самими собой, так как, по их мнению, каждый имеет право быть настоящим и уникальным. Они понимают, что люди разные, и принимают всех такими, какие они есть. Географическая свобода ценна для них, так как сегодняшнее поколение больше не привязано к каким-либо физическим местам, когда их работу можно выполнять, имея только доступ в Интернет, а квартиру можно снять в любой точке мира всего за один клик. Они ищут новые возможности и готовы двигаться туда, где они их найдут. Наконец, быть самым предприимчивым представители поколения Z постоянно создают новые способы зарабатывания денег. Они ценят независимость, и единственный способ достичь этого - финансовая свобода. Поколение Z стремится к социальной свободе, негативно относится к нарушениям прав человека и борьба за свободу и права человека для того, чтобы сделать мир лучше, являются их основной ценностью.<sup>2</sup>

Глобализация играет критически важную роль для поколения Z. У современной молодежи нет границ в том, как они думают и действуют. Как было отмечено в отчете, опубликованном Sparks & Honey, «представители поколения Z являются наиболее глобальным и многокультурным поколением, которое родилось и выросло в эпоху интернационализма, гендерного равенства и осведомленности об изменении климата. Следовательно, социальная ответственность, социальная пропаганда и их забота о всеобщем благе играют очень важную роль в альтруистическом поведении представителей поколения Z, которые лучше осведомлены о глобальных проблемах,

---

<sup>1</sup> Hughes, K. (2017). Forget millennials, Gen Z is the future: 5 things to think about. WWW document. Available at: <http://www.kenhughes.info/generation-z/> (дата обращения: 12.09.2021)

<sup>2</sup> Там же

чем все предыдущие поколения, и более полны решимости изменить мир к лучшему».<sup>1</sup> Хорошим примером их заботы о современном мире и его будущем может служить тот факт, что количество алкоголя и наркотиков, потребляемых членами поколения Z, на сегодняшний день является самым низким, а уровень политической активности - самым высоким.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sparks & Honey (2015). Generation Z 2025: the final generation. WWW document. Available at: <https://reports.sparksandhoney.com/campaign/generation-z-2025-the-final-generation>

<sup>2</sup> Barr, C. (2016). Who are Generation Z? The latest data on today's teens. WWW document. Available at: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/dec/10/generation-z-latest-datateens> (дата обращения: 11.09.2021)



## ГЛАВА II

### УПРАВЛЕНИЕ ТРЕМЯ НЕИЗВЕСТНЫМИ X, Y, Z

*Бесчасная А.А.*

*профессор кафедры ГМУ Северо-Западного института управления  
Российской академии народного хозяйства и государственной  
службы, г.Санкт-Петербург*

**Аннотация.** Многие социальные процессы рассматриваются в настоящее время в контексте теории поколений. Согласно многим исследованиям, образ поколения детерминирован социокультурными факторами, которые воздействовали на формирующееся сознание в период социализации. Одним из ключевых вопросов является проблема управления представителями разных поколений. Эффективность управления нередко зависит от межличностных отношений, которые возникают между представителями разных поколений, образующих одну команду или трудовой коллектив во время выполнения общих задач в профессиональной сфере. В рукописи фокус внимания сосредоточен на представлении характеристики российских поколений X, Y и Z с точки зрения управления ими с учетом полученного этими поколениями опыта социализации.

**Ключевые слова:** поколение, X, Y, Z, управление, социализация.

Управление – это воздействие на людей с целью достижения определенных результатов. Процесс управления предполагает такое взаимодействие, в котором выделяются две стороны – управляющие и управляемые или субъект и объект управления. Следовательно, внутри него выкристаллизовывается иерархия участников, их полномочий, ответственности, набора трудовых функций и действий, профессиональных компетенций.

В 80-е гг. XX в. учёный Э.У. Деминг, один из основателей управления качеством, разработал правила, способствующие повышению качества труда. Согласно его положениям, преобразования в компаниях возможны, если в них вовлечен каждый её сотрудник. Залогом развития компании является не только выполнение трудовых функций сотрудниками, но их взаимоотношения, которые могут сопровождаться конфликтами или поиском компромиссов, возникновением моральной мотивации и других параметров отношений, не имеющих прямого отношения к экономическим

показателям, но не менее важных составляющие успешного руководства организаций.<sup>1</sup>

Другой исследователь в области психологии Б. Такман, формулируя стадии формирования команды, указывал, что эффективность совместной работы достигается на равнозначном фокусе внимания и усилий на задачах и на отношениях между сотрудниками. Характеризуется это тем, что члены команды стремятся к гармонии и единству, принимают личные особенности каждого и достаточно доверяют друг другу, устанавливают роли и нормы, стремятся избегать конфликты, имеют общую цель.<sup>2</sup>

Управление как процесс присутствует, практически, во всех сферах жизни и уровнях отношений. Если говорить об управлении на уровне участия человека в общественной жизни, то чаще всего оно возникает в процессе социально-экономических отношений, выполнения им профессиональной деятельности, участия в политической жизни. Участники социальных отношений различаются по многим характеристикам, одной из которых является принадлежность к возрастной когорте или поколению. Именно этот фактор нередко лежит в основе суждений «это другое поколение», «он принадлежит к другому поколению», «им нас не понять» и т. д., которыми люди пытаются объяснить чужое или оправдать собственное отношение или поведение. Апеллируя к поколенческой принадлежности люди полагают, что ценностные установки, нравственные принципы у разных поколений разные, поэтому отсутствие межпоколенческого взаимопонимания имеет обоснования и оно закономерно. Из этого следует, что в отношениях, в которых участвуют представители разных поколений, конфликт приобретает высоко вероятный характер, и наоборот, якобы внутри поколения взаимопонимание образует канву отношений. Но так ли это и как это происходит, если отношения возникают вследствие управления? Попробуем в этом разобраться с точки зрения представлений о поколении, их формирования и участия в управлении как субъектов и объектов.

Источником термина «поколение» является биолого-генетическое понимание. Оно обозначает звено или ступень в цепочке происхождения от общего предка. Как отмечает М.Б.Глотов, понятие

---

<sup>1</sup> Поколение Z: проблемы, возможности, перспективы на рынке труда / Е. В. Яшкова, Д.Ю.Вагин, Е.А.Анфимова, В.В.Маланова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №7 (33). – Т. 2. – С. 256–261. С.256.

<sup>2</sup>Тромпенаарс Ф. 100 ключевых моделей и концепций управления / Ф. Тромпенаарс, П.Х. Куберг. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 640 с. С.14

«поколение» имеет несколько значений – это потомки; ровесники; а также может быть когорта, либо современники и соратники.<sup>1</sup>

Основоположником поколенческого подхода в изучении общественных процессов является К.Мангейм. Он рассматривал проблему поколений в контексте их смены, обусловленной биологическим ритмом жизни, но с сохранением преемственности культуры и формированием нового специфичного «духа времени».<sup>2</sup> У поколения формируется единый социальный опыт, собственное временное измерение и историко-культурное пространство. Вместе с тем, ученый отмечал, что индивиды, по возрастным параметрам принадлежащие к одному поколению, обладают альтернативными ценностями и установками.<sup>3</sup>

На значение историко-культурного контекста социального времени указывала М. Мид. По ее мнению, социальное время может как объединить людей в поколения, так и сформировать между ними разрыв, акцентируя взгляд на возрастных характеристиках. Механизм преемственности культуры и ее новшеств формирует кофигуративный, потсфигуративный и префигуративный тип культуры, из которых лишь постфигуративный обладает наименьшим конфликтогенным потенциалом.

Современное социологическое понимание поколения отражает объединение людей, живущих в пределах одного исторического, сходных цивилизационных и общественных условиях формирования и развития, решают похожие задачи повседневности, близки друг другу по социально-психологическим характеристикам и духу.<sup>4</sup> По мнению В.В. Семеновой, точкой отсчета в определении поколенческих границ предлагается принимать крупное историческое событие или процесс, ставший центральным в формировании мировоззрения и опыта данного поколения. Его самосознание и общий опыт, идентичные интересы и взгляды является объединяющими характеристиками поколений.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>Глотов М.Б. Поколение как категория социологии / М.Б.Глотов // Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 42–48.

<sup>2</sup> Мангейм К. Проблема поколений / К. Мангейм // Новое литературное обозрение, – 1998. – № 2 (30). – С. 7–47.

<sup>3</sup> Мангейм К. Очерки социологии знания. Проблема поколений. Состязательность. Экономические амбиции. / К. Мангейм. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – 162 с. С.27

<sup>4</sup> Социология молодежи / Под ред. Р.В.Ленькова. – М.: Издательство Брайт, 2015. – 416 с. С.164

<sup>5</sup>Семенова В. В. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии / В.В.Семенова // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. – М.: НЛО, 2005. – 328 с. С. 88–89. С.81, 83

Очевидно, что значимые характеристики формирования образа поколений совпадают с возрастом юности и молодости его представителей – с возрастом поиска самоидентификации, личностных кризисов, становления профессионализма, гражданской позиции личности. Поэтому обращение исследователей к проблематике поколений нередко совпадает с интересом к теме молодежи. В свою очередь, молодежная проблематика в научных социальных исследованиях – это отражение перманентно сопровождающего развитие общества конфликта поколений «отцов и детей». Как подметил Л. Фойер, история складывается из конфликта поколений, который выражается в противодействиях старых и молодых, детей и отцов, взрослых высоко- и юных низкостатусных индивидов и т. д.<sup>1</sup> Особое обострение конфликта между поколениями можно встретить в ситуации выполнения совместной работы и необходимости управления и подчинения – старшие младшими, младшие старшими и ровесниками между собой.

В настоящее время активное участие в политике, экономике, в производственной жизни принимают представители трех поколений – X, Y, Z. Данные наименования были предложены американскими авторами Н. Хоувом и У. Штраусом. Их теория строится на выявлении единых поколенческих ценностей и моделей поведения, которые вырабатываются в процессе социализации и под воздействием внешней среды – политических, экономических и культурных факторов.

По мнению американских исследователей, поколение X родилось между 1965 г. и 1981 г. Яркими событиями для поколения X были война во Вьетнаме и энергетический кризис. Поколение Y (миллениалы) родились между 1980 г. и 2000 г., когда наблюдались глобализм, теракты 11 сентября 2001 года и эпоха интернета.<sup>2</sup> Поколение Z, по американским представлениям, начало рождаться с 1995 г. Согласно же мнению российских исследователей, поколение X родилось в 1968-1981 гг., поколение Y (миллениалы) – в 1982-2000 гг., поколение Z – позднее 2001 г.<sup>3</sup>

Формирование представлений о российском поколении X, или как его еще называют «неизвестном поколении», связано с фоновыми событиями 80-х гг. XX в. Холодная война и война в Афганистане,

---

<sup>1</sup> Готов М.Б. Поколение как категория социологии/М.Б.Готов// Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 42–48. С.45

<sup>2</sup> Sharon A. DeVaney. Understanding the Millennial Generation / Sharon A. DeVaney // Journal of financial service professionals. – 2015. – Vol. 69. – No. 6. – Pp. 11-14.

<sup>3</sup> Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2018. № 3. – С. 15-33. С.18

сменившиеся перестройкой, приватизация, телемосты, крушение Берлинской стены и снятие «железного занавеса» – все это, по мнению специалистов, сформировало готовность этих людей к изменениям. Представителей поколения X характеризуют открытость к информации, неформальность взглядов, интерес к техническим новинкам, надежда на себя, а также индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, прагматизм, надежда только на себя. Специалисты по HR их называют «поколением одиночек», нацеленных на упорную работу и индивидуальный успех.<sup>1</sup>

Поколение Y (миллениалы, поколение трофеев) формировалось в условиях распада СССР, смены идеологических рамок, перехода от плановой к рыночной экономике, приватизации и снятия железного занавеса, открывающих возможности приложения собственных талантов и предприимчивости. Это активно работающие и сфокусированные на постоянном повышении образовательного уровня люди, поэтому они имеют несколько документов об образовании и квалификации. Они стремятся уехать в крупные мегаполисы и другие страны, имеют четкие требования к работодателям, сформированное мировоззрение. Представители этого поколения рано начали предпринимательскую деятельность, а бизнес зачастую построен на интернет-технологиях.<sup>2</sup>

Поколение Z, как отмечает Лисаускене М. В., получило несколько наименований: «поколением Z», «цифровым или виртуальным поколением», «домоседами», или «homelanders», а также поколением неудачников и «центениалами». В переводе с английского «centennial» — столетний. Наименование «центениалы», с одной стороны, указывает на совпадение рождения поколения Z с началом нового столетия, а с другой – на то, что поколение людей, которые по причине активного развития биотехнологий будут жить сто и более лет.<sup>3</sup> По

---

<sup>1</sup> Палагута В.И. Поколение Y и поколение X — кто они и в чем разница / В.И. Палагута, С.И. Сороковой // Научные исследования студентов в решении актуальных проблем АПК. Материалы региональной научно-практической конференции. – Иркутск, 2017. – С. 551–556.; Палагута В.И. Поколение Y и поколение X — кто они и в чем разница / В.И. Палагута, С.И. Сороковой // Научные исследования студентов в решении актуальных проблем АПК. Материалы региональной научно-практической конференции. – Иркутск, 2017. – С. 551–556.

<sup>2</sup> Палагута В.И. Поколение Y и поколение X — кто они и в чем разница / В.И. Палагута, С.И. Сороковой // Научные исследования студентов в решении актуальных проблем АПК. Материалы региональной научно-практической конференции. – Иркутск, 2017. – С. 551–556.

<sup>3</sup> Лисаускене М. В. Молодые сибиряки: жизненные ценности и модели поведения «поколения Z» (опыт исследований молодежи Иркутской области в 1991, 2013, 2018 гг.) / М. В. Лисаускене // Siberian Socium. – 2019. – Том 3. – № 1. – С. 46–60. С.48

мнению американских ученых, для представителей поколения Z характерны предприимчивость и экономическая заинтересованность, которые могут вполне ужиться с бескорыстием и волонтерством. Им интересны новые знания, которые можно использовать с практической пользой. Погружение в интернет-пространство делает доступной информацию о глобальных проблемах, что вызывает у Z-тов беспокойство, поэтому мыслят они в пространственных масштабах и отвлеченно от конкретной локации.<sup>1</sup> Д. Стиллман выделяет семь ключевых особенностей поколения Z: погруженность в цифровой мир, высокая степень персонализации, прагматичность и практичность, синдром упущенной выгоды (страх упустить что-то важное), участие в виртуальной экономике, уверенность в способности все сделать самостоятельно, мотивированность на успех.<sup>2</sup>

Представленные характеристики поколений являются довольно спорными, потому что практически все из них могут быть применены и к поколениям другим, а сами описания относятся, главным образом, к их молодым представителям. Противоречия очевидны, т.к. вряд ли кто-либо из представителей поколения X согласится с тем, что для них не характерно бескорыстие, а у поколения Z нет признаков индивидуализма, зафиксированного у X. Примером микса характеристик внутри поколения служат результаты исследования портала «Superjob», согласно которому HR-менеджеры констатируют у поколения Y такие качества, как безответственность и лень одновременно с целеустремленностью, инициативностью и стремлением к новым знаниям.<sup>3</sup> В совокупности это говорит о неверифицируемости сведений о специфике поколений как носители особых характеристик, важных для учета специфики построения социальных взаимодействий. Констатируемые черты – это внепоколенческие характеристики, которые обеспечивают устойчивость (относительную предсказуемость) социальным конструкциям «человек» и «общество». Следовательно, представителей разных поколений сближают проявления, характерные для определённых возрастов, а поколенческая специфичность

---

<sup>1</sup>Американские эксперты о поколении «Z» (сайт) – URL: <https://drive.google.com/file/d/0B1h6vSzJqNgXaFY3eFI3QVptajA/edit?usp=sharing> (дата обращения 17.04.2021); Общественный форсайт-проект «Детство-2030» (сайт) – URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1478632> (дата обращения 17.04.2021)

<sup>2</sup> Стиллман Д. Поколение Z на работе. Как его понять и найти общий язык / Д.Стиллман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 272 с. С.21-23

<sup>3</sup>Амбициозные, энергичные и безответственные. Рекрутеры назвали главные качества поколения Y // Superjob (сайт) – URL: [https://www.superjob.ru/community/otdel\\_kadrov/71892/](https://www.superjob.ru/community/otdel_kadrov/71892/) (дата обращения 17.04.2021)

достигается благодаря историческим и социокультурным событиям, которые сопровождали процесс взросления и формирования личности.

Трансформации, происходящие в мире, накладывают свой отпечаток на каждое новое поколение. В настоящее время мы стали более уверенными в себе, свободными, изменился объем и содержание актуальной информации, предметы обихода, которые были прежде в приоритете у наших предков и т. д. Безусловно, что управление сотрудниками старшего поколения абсолютно не сочетается с методами, которые нужно применять в управлении молодыми работниками. Изменения в мире меняют мотивы и потребности сотрудников. Попробуем найти различия в управлении представителями разных поколений в рекомендациях специалистов в области HR в различное историческое время.

*Поколение X: управление стабильностью.* X – это поколение, воспитанное в условиях ценности труда, наказания тунеядства, поэтому среди них много трудолюбивых и трудоголиков. В активном трудоспособном возрасте они застали перестройку в 80-90 гг. XX в., массовую безработицу, падение уровня жизни, смену государственного устройства. Представители этого поколения были первыми, кто испытал смену профессии и были в числе первых предпринимателей-«челноков», продемонстрировавших готовность к изменениям. Поэтому это поколение сотрудников имеют высокий потенциал для упорной работы, обучения новым трудовым обязанностям, лояльности к тяжелым периодам жизни компании. Их привлекает стабильность, но при этом ориентация на собственный ресурс в случае кризисных ситуаций работодателя. Сотрудники этой возрастной категории знают, что такое трудности, и готовы преодолевать их вне зависимости от обстоятельств. Поэтому управление поколением X должно строиться на раскрытии стратегических целей компании без утаивания проблем, с привлечением работников к совместному принятию решений, предоставлении возможности для повышения профессионального уровня. И тогда взамен компания получит крепкое ядро своего персонала.

*Поколение Y: управление динамикой.* «Y-ки», в основном, начали свой трудовой путь в начале нового тысячелетия. Хотя среди них есть и те, кто в 90-е годы, еще будучи детьми, активно включились в «подработку» и, таким образом, вносили лепту в благосостояние семьи и себя. Формирование представителей поколения Y происходило в эпоху перемен, поэтому изменения, смена условий жизни и работы – это их нормальное и перманентное состояние. Их взросление происходило на фоне экономического подъёма, культа

предпринимательства, достижения материального благополучия, появления шоу-бизнеса и развлекательных мероприятий, массового распространения компьютерной техники и интернет-коммуникаций. Это способствовало укреплению ценности свободы выбора, утилитарного смысла. Именно в лице представителей поколения Y экономические отношения пополнились такими формами сотрудничества, как фриланс, аутсорсинг. Динамика изменений вокруг нормировала быстротечность отношений, скорость профессионального роста, рост материальной заинтересованности. Поэтому управление Y-ками должно строиться на четком формулировании условий сотрудничества, целей и отдачи от трудовых усилий. Цели Y-ков носят достижимый и прикладной характер, поэтому иллюзии будущего благополучия для них не привлекательны. Они готовы к переменам, поэтому позитивно воспринимают необходимость повышения образовательного уровня и переобучения не «ради корочки» и по собственной инициативе. Представители поколения Y – это фундамент корпоративной культуры и корпоративных мероприятий, динамично изменяемые под влиянием внешних и внутренних факторов, моды и настроений. Поэтому им важны самореализация, стремление к неформальному стилю взаимодействия, свободному графику, ясное описание своего функционала и др.

*Поколение Z: управление свободой.* Поколение Z называют цифровым поколением. Оно не знает мир без смартфонов, многофункциональных и компактных устройств, позволяющих решить многие вопросы одновременно и дистанционно. Для них виртуальный мир – мир без ограничений. Поэтому поколение Z стремятся к свободному общению, но в виртуале. Высокая информативность и доступность глобального взаимодействия формирует у Z-тов тягу к флипанованию и путешествиям, как в реальности, так и в интернет-пространстве, к мечтательности и стремление участвовать в проектах глобального масштаба. Становление их мировоззрения происходило в условиях детоцентризма и формирования практики защиты прав детей, их индивидуальных прав. Поэтому индивидуализм и личные желания Z-тов часто искажают восприятие своих возможностей. Эффективное управление возможно в случае предоставления им разнообразных и интересных перспектив для проявления «Я». Мотив самовыражения и предоставления для этого широких возможностей – важный в целеполагании представителей поколения Z. На фоне предыдущих сильных поколений, имеющих реальные победы и достижения, юное поколение особенно остро реагирует на признание себя личностями, способных стать достойной сменой старшим.



Таким образом, применение теории поколений помогает избежать многих «неизвестных» в управлении, а именно – правильно выстроить кадровую стратегию, мотивацию и карьерный путь для каждого сотрудника, корпоративную культуру компании. Последняя наиболее эффективна тогда, когда опирается на ценности работников того поколения, представителей которого в компании большинство. При этом, разумеется, не стоит игнорировать интересы остальных сотрудников. В совокупности это позволит оптимизировать управленческие решения, повысить их эффективность и добиться высоких результатов компании.

### ГЛАВА III

## ПОКОЛЕНИЕ Z: ЦЕННОСТИ, ДИСПОЗИЦИИ И СОЦИАЛИЗАЦИОННЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ<sup>1</sup>

*Шановалова И. С.,*

*заведующая кафедрой социологии и работы с молодежью  
Белгородского государственного национального исследовательского  
университета, г. Белгород*

*Заводян И. С.*

*старший преподаватель кафедры социологии и работы с молодежью  
Белгородского государственного национального исследовательского  
университета, г. Белгород*

**Аннотация.** Важнейший вопрос в изучении аспектов жизни и деятельности нового поколения молодежи – насколько успешно идет ее социализация, каких социализационных результатов смогли добиться социальные институты на данный момент. Определение таких результатов в системе позволяет увидеть проблемного поле и зону необходимого реагирования со стороны государственного регулирования молодежной политики. В статье представлены результаты массового опроса молодежи поколения Z по 11 ключевым жизненным стратегиям: экономическим, образовательным, миграционным, трудовым, общественным, духовно-нравственным, досуговым, политическим, самосохранительным, семейным, коммуникативным. Полученные данные позволяют построить поле результатов социализации, в соединении с ключевыми, характерологическими диспозициями миллениумов. К числу наиболее ярких результатов можно отнести: экономическую самостоятельность и стремление к ней на фоне экономической инфантильности и низкой экономической грамотности; политическую индифферентность молодежи на фоне осознанной электоральной активности; ценность свободы и демократии; принятие экономической ответственности за родителей на фоне превалирования дистанционной установки молодежи от родителей; большой потенциал в области спорта и творчества; свобода ролевого выбора в семейных отношениях; высокая

---

<sup>1</sup>Глава подготовлена в рамках реализации проекта № 18-411-310009 «Оценка социальных стратегий молодежи региона России в рискологической парадигме» Российского фонда фундаментальных исследований.

The research was carried out with the support of the RFBR grant, project № 18-411-310009 “Evaluation of socializing trajectories of youth in the Russian region in the risky paradigm”.

готовность к внутренней и внешней мобильности; высокая значимость карьеры и завышенные карьерные амбиции; вера без воцерковленности; повышенная ценность полноценной жизни, самореализации и рождения здоровых детей на фоне невысокого запроса к продолжительности жизни; высокая коммуникабельность на фоне склонности к поверхностным коммуникациям.

**Ключевые слова:** молодежь; поколение Z, социальные стратегии, диспозиции, ценности, социализация, социализационный результат

Поколение Z – генерационная вершина, с которой связаны большие общественные надежды и к которой проявляют интерес многие ученые, представляющие общественные и гуманитарные научные отрасли. Такой интерес связан, прежде всего, с переходом к новому типу мышления, оснащенности деятельности, обуславливающей иные поведенческие модели и реакции. Так, стоит упомянуть в этом ряду интересные и нетривиальные научные работы, связанные генерационными линиями и их сравнением (анализом конфликта, в том числе), которые представили Шурбе В.З., Д. Даффлон, Т. В. Дробышева (с коллективом), А. М. Абзаева, М. Н. Швецова и М.Р. Собченко, М. Атаджанов.<sup>1</sup>

Со стороны общественных наук, предлагающих в том числе и формы регулирования социализации молодежи, заинтересованность выражается в том числе и в связи с определением ключевых установок, мотивов, ценностей и диспозиций нового поколения – так, выход на обеспечение реализации жизненных стратегий со стороны социальных институтов (анализ результатов их деятельности) мы находим в

---

<sup>1</sup> Шурбе, В.З. Поколение хай-тек и «новый конфликт» поколений / В.З. Шурбе // Социологические исследования. – 2013. – № 4 (348). – С. 100–106.; Даффлон, Д. Молодежь России. Портрет поколения на переломе. / Д. Даффлон // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. –2008. – № 5 (97). – С. 19–35.; Дробышева, Т.В. Образ своего поколения в представлениях разных групп россиян (на примере поколений «Беби-бумеров», «Х» и «Миллениум»). // Т. В. Дробышева, М. Ю. Войтенко, М. М. Дробышева // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2019. – № 3 (51). – С. 220–230.; Абзаева, А.М. Сравнительный анализ жизненного пути поколения миллениалов с поколением хоумлендеров в современном российском обществе. / А. М. Абзаева // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2019. – № 1 (3). – С. 369–375.; Швецова, М.Н. Образ семьи в представлениях поколения детей и родителей (поколения Y и Z). / М. Н. Швецова, М.Р. Собченко // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. – 2018. – № 2. – С. 36–41.; Атаджанов, М. Переходное поколение в современном социуме: от поколения икс к интернет-поколению. / М. Атаджанов // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2015. – № 4 (8). – С. 69–73.

работах А.В. Сапа, Л.В. Лапидут с коллективом, Н.С. Бейлиной и Е.Ю. Двойниковой, С.И. Богданова с коллективом, Р.Б. Шайхисламова, И.Б. Выпряхкиной с коллективом авторов, Н.В. Дмитриевой, и др.<sup>1</sup>

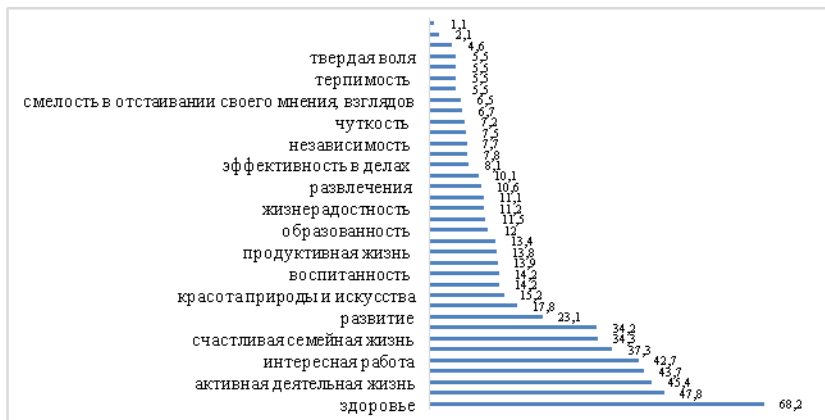
Международным центром социологических исследований Белгородского государственного национального исследовательского университета в 2018–2020 годах были проведены исследования социальных стратегий молодежи в рамках гранта Российского фонда фундаментальных исследований методом опроса региональной молодежи (Белгородский регион). Были произведены замеры в области 11 стратегий: экономические, образовательные, миграционные, трудовые, общественные, духовно-нравственные, досуговые, политические, самосохранительные, семейные, коммуникативные. Объектом исследования выступила молодежь российской провинции (N=2500), выборка квотная, распределенная по полу, возрасту и трем основным статусам: учащаяся, студенческая и работающая молодежь (возрастные границы выборки от 16 до 30 лет (исследование проводилось с ориентацией на ранние установки границы молодежного возраста)). Ошибка выборки 1,94%, при доверительной вероятности 95%. В разрезе выборки были также изучены генерационные особенности разных поколений, которые подробно

---

<sup>1</sup> Сапа, А.В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС. / А.В. Сапа // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2014. – № 2. – С. 24–30.; Лапидус, Л.В. Особенности проникновения цифровых технологий в жизнь поколения Z: ценности, поведенческие паттерны и потребительские привычки интернет-поколения. / Л.В. Лапидус, А.О. Гостилович, Ш. А. Омарова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 83. – С. 271–293.; Бейлина, Н.С. Особенности социально-психологической адаптации поколения девятых годов («Z-поколение»). / Н. С. Бейлина, Е.Ю. Двойникова // Мир науки. Педагогика и психология. – 2019. – Т. – 7. – № 3. – С. 28.; Богданов, С.И. Постматериальные ценности и жизненные ориентации поколения Z: цифровая молодежь в образовательной системе современной России. / С. И. Богданов, К.В. Султанов, А. А. Воскресенский // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2018. – № 187. – С. 24–30.; Шайхисламов, Р. Б. Родина в «Мы-концепции» молодого поколения. / Р.Б. Шайхисламов // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2021. – № 2. – С. 116–130.; Шайхисламов, Р.Б. Социальный характер подростков как ключевой аспект изучения «поколения Z». / Р.Б. Шайхисламов // В сборнике: Поколение Z: социальный характер, идентичность и ориентации современных подростков, сборник статей Всероссийской научной конференции с международным участием. – Уфа, 2019. – С. 228–232.; Выпряхкина, И.Б. Применение теории поколений для повышения эффективности коммуникаций между преподавателем поколения X и обучающимися-миллениалами. / И.Б. Выпряхкина, Н.Я. Головецкий, Д. Е. Немков // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – № 2. – С. 13; Дмитриева, Н.В. Поколение Z как новое поколение работников. / Н. В. Дмитриева // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 1–1 (66). – С. 760–763.

изложены в монографии научного коллектива.<sup>1</sup> На основе выделенных диспозиций и установок поколения Z, коллектив пришел к выводу об успешности социализации нового поколения и основных социализационных результатах, обусловленных действием институтов социализации до 2018 года (ниже излагаются данные по результатам этого замера), которые предложены в данной главе коллективной монографии.

Ключевыми диспозициями молодежи региона стали 8 ценностных выборов (все они получили более 30% голосов респондентов). По мере убывания это: здоровье (68,2%), любовь (47,8%), активная деятельная жизнь (45,4%), материальная обеспеченность (43,7%), интересная работа (42,7%), хорошие и верные друзья (37,3%), счастливая семейная жизнь (34,3%), жизненная мудрость (34,2%) (рис. 1). Так, исходя из выборов молодых людей, мы можем говорить о значимости для них таких социальных стратегий как самосохранительные, семейные, досуговые, общественные, экономические, коммуникативные. Мудрость мы не можем отнести ни к одной из выделенных нами траекторий, поэтому относим ее к социальному капиталу – коммулятивному эффекту успешной социализации.



**Рис. 1. Ведущие диспозиции молодежи Белгородской области**

<sup>1</sup>Шаповалова, И. С. Общие тренды и уникальные социализационные траектории региональной молодежи (монография). / И. С. Шаповалова, А. В. Кисиленко, И. С. Заводян. – Белгород: ООО «ЭПИЦЕНТР», 2020. – 254 с.; Шаповалова, И. С. Социальный портрет молодежи в общероссийском и региональном контексте. / И. С. Шаповалова, А.В. Кисиленко // В сборнике: Социология государственного и муниципального управления. Социологический альманах: Материалы X Орловских социологических чтений. – Орел, 2019. – С. 235–240.

Рассмотрим ключевые и наиболее интересные ценности и диспозиции поколения Z по каждой из выделенных нами стратегий.

*Экономические социальные стратегии.* Интересны диспозиции молодежи, интересующей нас генерации, относительно экономических социальных стратегий. Так, фаворит выбора относительно целесообразности финансовых трат распределился в зоне развития (образования, личностного роста) (49,5%), путешествий (46,3%), накопительства (29,8%), отдыха и развлечений (28,8%). Практически четверть предполагают заниматься предпринимательством, и столько же повышать свой культурный уровень. Потребительская стратегия присуща лишь 1/10 части региональной молодежи, в то время как экономический альтруизм выказали 14,2% (таблица 1).<sup>1</sup>

Таблица 1

**Ответы на вопрос «Как имеет смысл тратить лишние деньги?»**

Варианты ответов	%
Вкладывать в образование, развитие, личностный рост (свой, своих детей, близких)	49,5
Покупать статусные, модные вещи (красивая одежда, комфортабельное жилье, машина, гаджеты, аксессуары)	10,7
Отдавать на благотворительность	14,2
Тратить на отдых, развлечение (своей, своей семьи)	28,8
Путешествовать	46,3
Повышать свой культурный уровень (посещение театров, музеев, концертов, выставок)	24,9
Деньги следует копить (счета в банке)	29,8
Вкладывать в бизнес	25,6
Затрудняюсь ответить	4,6
Другое	1,1

*Политические социальные стратегии.* Институты социализации на определенном этапе начинают формировать политические взгляды и модели поведения молодого человека. Так, на данный момент политическая типология разделяет молодежь в зависимости от активности погружения в политические вопросы. Наиболее представлена группа молодых людей, немного интересующихся

<sup>1</sup> Shapovalova, I.S. Economic strategies of Russian youth. / I.S. Shapovalova, A.V. Kisilenko, S.D. Lebedev, S.V. Hashaeva, I.S. Zavodyan // Humanities and Social Sciences Reviews. – 2019. – Т. 7. – № 5. – С. 797-801.

политической ситуацией и новостями (66,3%), хотя каждый десятый достаточно глубоко погружен в политические вопросы, способен выступить в политической дискуссии. 1,5% региональной молодежи включены в деятельность политических партий (таблица 2) – конечно, это немного, на фоне существующих установок органов управления государственной молодежной политики на политическую культуру и вовлеченность в партийную деятельность. Распределение групп показывает нам в качестве социализационного результата преимущественно политическую индифферентность молодежи нового поколения.

*Таблица 2*

**Ответы на вопрос «К какой из групп Вы себя относите?»**

Варианты ответов	%
Ничего не знаю и не интересуюсь политикой	22,7
Интересуюсь политикой немного, просматриваю политические новости	66,3
Всерьез интересуюсь политикой, могу поучаствовать в политической дискуссии, дать оценку политическим событиям	9,5
Являюсь активным членом политической партии	1,5

Несмотря на это, институты социализации «вырастили» весомый электоральный потенциал в молодежной среде. В качестве эмпирического индикатора электоральной активности и участие в политическом выборе страны была определена модель электорального поведения. Осознанный выбор постоянно совершают порядка половины региональной молодежи (48,7%), а с учетом того, что 17,6% еще не голосуют, мы говорим о более 60% активных избирателей. Каждый десятый ходит на выборы без активной позиции, также каждый десятый принципиально не ходит на выборы, изъявляя таким образом свое отношение к ситуации. 12,5% редко посещают выборы мероприятия. Таким образом, можно говорить о том, что миллениумы отличаются осознанной электоральной активностью – конечно, можно было бы озаботиться, к чему приведет такая активность на фоне политической индифферентности, не связано ли это с некой модой, формой имитации гражданского участия.

Таблица 3

**Ответы на вопрос «Ходите ли Вы голосовать?»**

Варианты ответов	%
Мне еще рано голосовать	17,6
Да, хожу всегда, и делаю осознанный обоснованный выбор	48,7
Хожу по возможности, мой выбор часто случаен	10,5
Редко хожу на выборы	12,5
Принципиально не хожу на выборы	10,8

Операционализация политического выбора позволила уточнить политическую позицию молодежи региона (таблица 4). Выбор возможного политического ориентира показал преимущество для молодых людей либеральной позиции, ориентированной на свободу во всех ее проявлениях (36,4%). Второй по популярности стала социал-демократическая позиция (19,5%), ориентированная на демократические принципы, на свободу и справедливость. Менее привлекательна, но все же выбираема, коммунистическая позиция (6,2%) – привлекает социальное равенство и единство собственности. Чуть менее 5% не придерживаются никаких взглядов и убеждений (или не сформировали их, что наряду с затруднившимися с этим ответом составляет порядка 30%). Ни одного выбора не получила фашистская партия несмотря на то, что в опросе приняло участие более 2000 молодых людей. Таким образом, мы можем говорить о двух важных результатах социализации на данный момент – неизбежность исторической памяти молодежи и ценность свободы и демократии.

Таблица 4

**Ответы на вопрос «Какой Вы придерживаетесь политической позиции?»**

Варианты ответов	%
Либеральная позиция – основными ценностями является человек, его права и свободы, а также наибольшая свобода людей от государства и полная свобода предпринимательской деятельности	36,4
Коммунистическая позиция – бесклассовый общественный строй с единой общенародной собственностью на средства производства, полным социальным равенством всех членов общества	6,2
Националистическая позиция – ценность нации как высшей формы общественного единства и её первичность в государстве	1,7
Консервативная позиция – приверженность традиционным ценностям и порядкам, социальным или религиозным убеждениям	3,5
Монархическая позиция – общественно-политическое движение, целью которого является установление, сохранение или реставрация монархии	1,9



Социал-демократическая позиция – демократические принципы должны распространяться на все сферы, необходимо стремиться к свободе, справедливости, солидарности	19,5
Анархическая позиция – уничтожение государства как органа управления обществом	0,8
Фашистская позиция – идея расового превосходства и интеграции населения вокруг целей национального возрождения	0
Индифферентен ко всем политическим взглядам и убеждениям	4,8
Затрудняюсь ответить	24,3

*Общественные социальные стратегии.* Для формирования солидарного общества очень важны общественные социальные стратегии и жизненные выборы молодежи, прирастающие социальный капитал региона.

Из числа опрошенных большинство готовы к участию в общественных мероприятиях (47,5%), но более 1/3 предпочитают концентрироваться на личной ситуации (35,3%). На данный момент 10,8% являются участниками общественных движений, 4,2% официально состоят в общественных организациях и 2,2% являются их лидерами (таблица 5). Таким образом, совокупно мы имеем 64,7% общественно активных молодых людей, более четверти которых демонстрирует активную общественную позицию. Социализационный результат в общественных траекториях — это общественная активность региональной молодежи.

*Таблица 5*

**Ответы на вопрос «К какой из групп Вы себя относите?»**

Варианты ответов	%
Я стараюсь концентрироваться на себе и своих проблемах	35,3
Я иногда не против поучаствовать в общественных мероприятиях	47,5
Я достаточно активный участник общественных движений	10,8
Я состою в общественном молодежном объединении	4,2
Я один из лидеров общественного молодежного объединения	2,2

Из почти 40% молодых людей, входящих в молодежные объединения, больше других относятся к творческой (14,9%), спортивной (13,7%) и волонтерской (11,7%) направленности (таблица 6). Примерно по 2% входя в экологические, религиозные, военно-патриотические и политические молодежные организации.

Таблица 6

**Ответы на вопрос «Состоите ли Вы в каком-либо молодежном объединении, если да, то какова направленность его деятельности?»**

Варианты ответов	%
Не состою ни в каком объединении	61,7
Спортивное	13,7
Творческое	14,9
Экологическое	2,4
Общественное, не политическое	8,2
Военно-патриотическое	2,1
Политическое	2
Волонтерское	11,7
Религиозное	1,7
Националистическое	0,6
Другое	1,0

*Досуговые социальные стратегии.* В общем спектре социализационных направлений немаловажную роль играет и досуговый выбор молодежи. Так, на данный момент, в силу занятости, практически не имеют времени на досуг более 25% молодежи. Еще 10,7% не имеют постоянного досуга и 14,9% проводят досуг в одиночестве. Остальные в основном предпочитают активные формы досуга или досуг, связанный с коммуникацией в ближнем круге – семья, друзья.

Таблица 7

**Ответы на вопрос «К какой из групп Вы себя относите?»**

Варианты ответов	%
Имею очень мало времени на досуг	26,5
Нет постоянного досуга	10,7
Предпочитаю активный досуг	38,6
Предпочитаю пассивный досуг	11,6
Предпочитаю развивающий досуг	28,6
Предпочитаю проводить досуг с семьей	37,2
Предпочитаю проводить досуг с друзьями	43,5
Предпочитаю проводить досуг в одиночестве	14,9

Уточняющий конкретизирующий вопрос определил спектр вариантов досуговых мероприятий региональной молодежи. Так, большинство занимаются домашним хозяйством (38,6%), 37,2% общаются в интернете или ищут там информацию, 35,3% слушают музыку, 33,0% гуляют, 31,9% занимаются самообразованием. Это форматы, которые выбирает каждый третий молодой человек. Более

четверти опрошенных занимаются спортом (26,4%), практически каждый 5 навещает родственников, читает художественную литературу, 18,8% посвящают время своему хобби, 14,4% посещают кинотеатры (таблица 8).

Таблица 8

**Ответы на вопрос «Если взять обычную неделю Вашей жизни то, как Вы чаще всего проводите свое свободное время?»**

Варианты ответов	%
Занимаюсь домашним хозяйством	38,6
Навещаю родственников	21,1
Смотрю телевизор	10,2
Занимаюсь спортом	26,4
Занимаюсь самообразованием	31,9
Гуляю по улицам, в парке	33
Общаюсь в Интернете, ищу там информацию	37,2
Читаю художественную литературу	21,3
Слушаю музыку	35,3
Посвящаю время своему хобби	18,8
Играю в компьютерные игры	7,5
У меня нет свободного времени	6,4
Езжу на автомобиле	5,3
Посещаю кинотеатры	14,4
Застолье с друзьями	9,4
Читаю специальную литературу, периодику	4,9
Посещаю кафе, бары	10,9
Посещаю дискотеки, клубы	3,1
Хожу в церковь	4
Посещаю театры, концерты	7,8
Ничего не делаю	2,3
Затрудняюсь ответить	2,4
Другое	1,0

*Семейные социальные стратегии.* Демографические показатели, моральные устои общества напрямую зависят от социализационных результатов в области семейных традиций и ориентиров молодежи. Так, 18,3% опрошенных уже выросли в неполных семьях, имея в арсенале социальные конструкты семьи с одним родителем. Большинство, чуть менее 70% росли в малодетной семье и только 13,3% росли в многодетной семье.

В плане семейных стратегий молодежи мы видим интересную картину (таблица 9). Поллюсной выбор семейных диспозиций демонстрирует амбивалентность отношений молодежи к раннему (в международном понимании) браку – так 46% отдают предпочтению

узакониванию отношений до 25 лет, соответственно 54% предпочитают отложить этот момент на более поздний срок. Появившейся перевес в этом вопросе подчеркивает развитие западных тенденций в семейных традициях российской молодежи.

Только 24,6% отмечают необходимость мононациональной семьи. Большинство молодежи показывает нам своим выбором еще один результат социализации – национальную толерантность молодых людей. Несколько смещенный результат мы получили относительно религиозного баланса в семье – однако, также большинство (62,2%) отмечают не принципиальность монорелигиозности супругов, тем самым добавляя религиозную толерантность молодежи в общую картину ее социализации.

Демографический выбор молодых людей с одной стороны показывает превалирование перспектив малодетных семей большинства (63,5%), но с другой стороны – 36,5% показывают готовность свою к многодетной траектории. Перспективный расчет демографической картины может показать – стоит ли подключать дополнительные механизмы социализации для укрепления диспозиций молодежи относительно многодетной перспективы, или имеющихся воздействий может быть достаточно.

*Таблица 9*

**Ответы на вопрос «Обозначьте свои убеждения по поводу семейной жизни, выбрав одну из двух позиций?»**

46%	Стоит обзаводиться семьей до 25 лет	54%	Не стоит обзаводиться семьей до 25 лет
24,6%	Необходимо чтобы супруги были одной национальности	75,4%	Супруги не обязательно должны быть одной национальности
37,8%	Необходимо чтобы супруги были одной религии	62,2%	Супруги не обязательно должны быть одной религии
63,5%	Детей в семье должно быть максимум двое	36,5%	Детей в семье должно быть больше двух
18,6%	Желательно жить вместе с пожилыми родителями	81,4%	Желательно, чтобы родители в любом возрасте жили отдельно
40,8%	Оба супруга обязательно должны работать	59,2%	Если доходы позволяют, один из супругов может заниматься хозяйством
16,2%	Функции жены – готовить, убирать, воспитывать детей, мужа – тяжелая работа по хозяйству, обеспечение семьи	83,8%	Не нужно придерживаться консервативных взглядов на функции супругов

19%	Семью надо сохранять в любом случае, особенно ради детей	81%	Семью надо сохранять только в том случае, если в ней есть мир, согласие и любовь
-----	--	-----	--

Менее 20% молодежи выбирают совместное проживание с пожилыми родителями, 81,4% не планируют жить с родителями ни в каком возрасте. Здесь мы говорим о социализационном результате дистанционной ответственности молодежи перед родителями. Существующие социализационные механизмы приводят не просто к ее ранней самостоятельности, но и к нежеланию идти на риск утраты такой самостоятельности.

Экономическая модель семьи в глазах молодежи несколько перевешивает в сторону классического распределения ролей – один человек работает и обеспечивает, другой следит за хозяйством (59,2%). Чуть более 40% настаивают на необходимости внешнего труда для обоих супругов. А вот ролевая структура претерпела значительные изменения от классического (архитипического) образца – так 83,8% отказываются придерживаться консервативных взглядов на распределение ролей в семье. Таким образом можем зафиксировать еще один результат социализация – свобода ролевого выбора в семейных отношениях.

Примерно такая же ситуация с выбором условий сохранения семьи – 81,0% считают, что должна быть сохранена только «успешная» семья, нет смысла сохранять семью ради детей. Результат социализации – ценность семьи в супружеских отношениях.

*Миграционные социальные стратегии.* На данный момент социализационные механизмы и институты способствовали формированию спектра побудительных причин для миграции региональной молодежи. На первом месте стоит низкий заработок в месте проживания (49,5%), на втором – отсутствие работы (48,9%), на третьем – отсутствие карьерного роста и вступление в брак (34%). Далее немаловажными причинами стали отсутствие возможностей (28,2%), небезопасная обстановка на территории (25,2%), поиск личного счастья (24,6%) (таблица 10).

Менее других для молодежи значимы в качестве причин миграции конфликтная ситуация (6,0%), провинциальность (8,5%) и разлука с родственниками (воссоединение с ними) (10,9%).

Таблица 10

**Ответы на вопрос «Что могло бы Вас заставить сменить место жительства?»**

Варианты ответов	%
Отсутствие работы (предложение работы)	48,9
Отсутствие карьерного роста (предложение более высокой должности)	34,7
Низкий заработок (предложение о более высокой оплате)	49,5
Отсутствие личного счастья (поиск личного счастья)	24,6
Отсутствие жилья (возможность получить жилплощадь)	18,4
Женитьба/замужество	34,3
Разлука с родственниками (воссоединение с родственниками)	10,9
Проблемы (болезнь) родственников	15,8
Личные конфликтные ситуации	6,0
Экологическая обстановка	15,0
Климат	17,5
Небезопасная обстановка на территории проживания	25,2
Провинциальность	8,5
Отсутствие возможностей	28,2
Бедная инфраструктура (магазины, различные учреждения, места отдыха и развлечений)	15,9
Другое	0,9
Ничто не заставит меня сменить место жительства	1,8
Затрудняюсь ответить	7,9

Таким образом, мы еще можем еще раз продиагностировать ценностное распределение – материальный достаток, работа, семья, реализация потенциала, безопасность, личное счастье. Указанные нами ранее связи социальных стратегий с миграционным выбором подтверждаются в полной мере.

*Карьерные социальные стратегии.* Анализируя диспозиции молодежи в области карьерных устремлений, можно сказать, что для большинства карьера имеет большое значение (51,8%) – это является на данный момент социализационным результатом. Из работающей молодежи (напомним, что это 34,5% опрошенных) делают или сделали успешную карьеру 9,9% (то есть каждый десятый из опрошенных, или каждый третий из работающих), 14,0% нравится их работа, но 5,3% планируют ее сменить. ¼ молодых людей, работающих в данный момент, имеет низкую заработную плату, каждый восьмой доволен своим доходом и 3,5% работающей молодежи имеют высокую заработную плату (этот показатель коррелирует с экономически благополучной группой опрошенных).

Таблица 11

**Ответы на вопрос «Какие из утверждений, по-Вашему, верны для описания вашей ситуации?»**

Варианты ответов	%
Я считаю, что карьера не главное и не стремлюсь к карьерному росту	16,6
Я не против карьеры, но не вижу возможности для своего роста (сейчас или в будущем)	23,2
Я много делаю (много готов делать) для своего карьерного роста	51,8
Я делаю успешную карьеру	8,6
Я уже сделал успешную карьеру	1,3
Я люблю свою работу, она мне интересна	14
Я не люблю свою работу, она мне не интересна	1,3
Я планирую сменить место работы	5,3
У меня низкая заработная плата	8,0
У меня достаточная заработная плата	4,1
У меня высокая заработная плата	1,2

*Духовно-нравственные социальные стратегии.* Духовно-нравственные траектории являются основой для многих жизненных выборов и во многом зависят от религиозных диспозиций молодежи. Так, определяя преимущественный тип регионального молодого сообщества, было выявлено, что третья позиция в рейтинге, почти 1/5 от числа опрошенных молодых людей обозначили свою атеистическую платформу, позиционируя себя как человека, осознанно противопоставленного религии. Количество значительно превышает средние показатели по России (5-7% max). 13,2% говорят о вере в высшие силы, с религией не определились – мы имеем дело с внеконфессиональной религиозностью, т.н. «духовность». 37,3%, первая позиция в рейтинге, более 1/3 опрошенных, выбирают ответ «Я верю в Бога, но не соблюдаю церковные ритуалы», «вера без принадлежности» (believe without belonge). 24,6%, вторая позиция в рейтинге, 1/4 от числа опрошенных, говорят о том, что чтут религиозные традиции, стараются их соблюдать – традиционалистская принадлежность к определённой конфессии (религиозному вероисповеданию). 3,2% говорят о глубокой вере, посещении церкви – здесь мы видим традиционную религиозность. 1,5% считают себя активным членом религиозного общества, но здесь может быть, как традиционная, так и нетрадиционная религиозность, с акцентом на социальную активность в общине/приходе и за её пределами (таблица 3.19). Таким образом, если не брать воцерковленность как показатель веры, мы получаем 66,7% молодых людей, расположенных к вере, в

той или иной степени. Более подробно стратегия описана в работах коллектива.<sup>1</sup>

Таблица 12

**Ответы на вопрос «К какой из групп Вы себя относите?»**

Варианты ответов	%
Я атеист	20,1
Я верю в высшие силы, с религией не определился	13,2
Я верю в Бога, но не соблюдаю церковные ритуалы	37,3
Я чту религиозные традиции, стараюсь их соблюдать	24,6
Я глубоко верующий человек, активно посещаю церковь	3,2
Я активный член религиозного общества	1,5

*Образовательные социальные стратегии.* С позиции развития, повышения собственных возможностей, а также использования возможностей сильнейшего института социализации, нас интересуют образовательные траектории молодых людей. Оценка диспозиций, полученных региональной молодежью в итоге ее социализации показала, что большинство (63,2%) считают, что человек должен учиться на протяжении всей жизни (таблица 13). Периодическое повышение квалификации предполагают 39,9%. На данный момент мы можем говорить о двух социализационных результатах – интерес к образованию и потенциал самообразования молодежи, который отмечают для себя 57,3%. Ограниченность в отношении образовательных траекторий демонстрируют 8,4% опрошенных. Интересные данные, в том числе и по онлайн-образованию в диспозициях современной молодежи можно найти в работах коллектива.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Шаповалова, И. С. Духовно-нравственные выборы в жизненных стратегиях молодежи: опыт социологического исследования. / И.С. Шаповалова, А.В. Кисленко // Среднерусский вестник общественных наук. – 2018. – Т. 13. – № 6. – С. 14-28.

<sup>2</sup> Shapovalova, I.S. online education participants: standing together or falling apart? / I.S. Shapovalova // В сборнике: Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research. XXIII International Conference named after professor L.N. Kogan. – Yekaterinburg, 2020. – С. 407-415.; Шаповалова, И. С. Онлайн перспектива в образовательных траекториях молодежи. / И.С. Шаповалова, Ю.Ю. Генкин (Филонова) // Научный результат. Социология и управление. – 2019. – Т. 5. – № 4. – С. 91-102.



Таблица 13

**Ответы на вопрос «С чем из предложенных позиций Вы согласны?»**

Варианты ответов	%
Человек может и должен учиться всю жизнь, постоянно повышая свой уровень	63,2
Человек должен периодически проходить повышение квалификации по своей профессии	39,9
Человек должен заниматься самообразованием	57,3
Для жизни и работы достаточно школьного уровня знаний	2,1
Для жизни и работы достаточно знаний, полученных в училище или университете	6,3

*Самосохранительные социальные стратегии.* Важнейшим аспектом общественного здоровья является самосохранительное поведение и образ жизни молодежи. Именно поэтому актуальным становится определение самосохранительного типа молодых людей, который дает характеристику отношения к своему физическому состоянию. Так, только 34,8% опрошенных следят за своим здоровьем и регулярно проходят диспансеризацию, подавляющее же большинство (65,2%) посещают поликлинику только в период болезни – такое отношение к своему здоровью может быть оправдано молодым возрастом и отсутствием проблем на данный момент.

Рассматривая полюсные диспозиции, мы определили мотивацию молодежи в области сохранения здоровья и причины, которые мешают вести молодым людям здоровый образ жизни. Так, основным мотивом сохранить и повысить уровень своего здоровья становится полноценная жизнь человека (63,9%), возможность самореализации (38,3%), продолжение собственного рода (33,0%) и желание быть включенным в жизнь собственных детей (31,9%) (таблица 14). Таким образом, в рамках данной траектории на сегодняшний день есть два важных социализационных результат – полноценная жизни и самореализация в ней и рождение здоровых детей. Менее всего мотивирует молодежь мода и пропаганда СМИ, не для многих важно здоровье для работы и боязнь стать никому не нужным.

Таблица 14

**Ответы на вопрос «Что заставляет Вас заниматься своим здоровьем?»**

Значения	%
хочу хорошо себя чувствовать, чтобы полнее наслаждаться жизнью	63,9
хочу долго жить, чтобы вырастить всех своих детей	31,9
хорошее здоровье позволяет человеку полнее реализовать себя	38,3
хочу быть здоровой (ым), чтобы родить здоровых детей	33,0
хочу как можно дольше сохранить красоту и привлекательность	27,3
хочу долго жить, помочь воспитать внуков	13,3
больной человек никому не нужен	8,8
не хочу стать обузой для других из-за плохого здоровья	12,8
забота о здоровье вошла в моду, пропагандируется СМИ	2,2
не могу позволить себе болеть, так как лечение обходится очень дорого	12,5
хорошее здоровье позволяет как можно дольше работать	8,8
затрудняюсь ответить	7
другое	0,3

Причины, препятствующие ведению здорового образа жизни, распределились следующим образом: в тройку ведущих причин определен дефицит временного ресурса (34,3%), связанный с ним фактор загруженности учебой (38,6%); собственную лень определили также 34,3% молодых людей. Немаловажным фактором стала и материальная несостоятельность молодежи (20,7%) и нежелание менять свой образ жизни (10,0%).

В качестве установочных диспозиций немаловажное значение имеет установка на продолжительность жизни молодых россиян. Так, пессимистичную траекторию «дотянуть» до 50 лет в качестве наилучшего вариант выбрали 6,1%, до 60 лет – 3,9%, до 70 лет – 7,3%. Таким образом, небольшую продолжительность жизни, как лучший формат для себя определяют 17,3% молодых людей. Наибольшее количество хотели бы пожить в периоде 80-89 лет, и чуть более 30% выходят за эту черту, при этом 17,0% даже перешагивают столетний рубеж. Оценивая реальные возможности и перспективы, молодежь делает некоторой отток в сторону меньше продолжительности жизни – так в реальности отметить свое столетие собираются уже 11,8%, справлять восьмидесятилетний юбилей – 20,5%, а вот количество тех, кто не рассчитывает дожить до 70 лет увеличивается на более чем на десять пунктов – 29,1%. Таким образом, практически треть молодых

людей не настроены на долголетие, в целом, здесь может быть скрыт социализационный результат – невысокий запрос к продолжительности жизни молодых людей<sup>1</sup> (более подробно о самосохранительных стратегиях и установках молодежи в работах научного коллектива).

*Коммуникативные социальные стратегии.* Коммуникативные социальные стратегии молодежи приобретают повышенную актуальность, в связи с трансформацией современной реальности и нелинейностью развития научно-технического прогресса. Так, делая полюсной диспозиционный выбор, мы получаем коммуникативный портрет современного молодого человека: очень много общается (70,5%), много времени проводит в социальных сетях (63,7%), много времени общается с членами своей семьи (67,6%), легко устанавливает контакт с людьми (76%), но при этом, скорее имеет не много настоящих друзей. Таким образом, можно говорить о двух социализационных результатах – молодежь региона высоко коммуникабельна, имеет склонность к поверхностным коммуникациям.

Таблица 15

**Ответы на вопрос «К какой из групп Вы себя относите?»**

70,5%	Я очень много общаюсь с людьми	29,5%	Я мало общаюсь с людьми
63,8%	Я много времени провожу, общаясь в социальных сетях	36,2%	Я не трачу много времени на посещение социальных сетей
67,6%	Я много времени провожу в общении со своей семьей	32,4%	Я мало времени провожу в общении со своей семьей
40,7%	У меня очень много друзей	59,3%	У меня скорее мало друзей
76%	Я легко устанавливаю контакт с людьми	24%	Мне не легко установить контакт с людьми

Информатизация общения также накладывает свой отпечаток на коммуникативные траектории молодежи, так более 3 часов проводят в

<sup>1</sup> Шаповалова, И. С. Самосохранительное поведение молодежи: и жили они долго и счастливо? / И.С. Шаповалова // В сборнике: XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Под общей редакцией Ю.Р. Вишневого, М.В. Певной. – Екатеринбург, 2020. – С. 181-188.; Shapovalova, I.S. Self-Preserving Dispositions and Strategies of modern Russian youth. / I.S. Shapovalova, O.N. Polukhin, A.V. Kisilenko, A.P. Peresypkin, L.V. Verzunova // Opcion. – 2019. – Т. 35. – № Special Issue 22. – С. 132-147.

интернете 61,4%, не менее часа 29,5%. Минимум тратят на интернет только 9,1%. Объединяя данные двух вопросов, мы говорим о превалировании виртуального общения над реальным у более чем половины молодых людей.

При этом, 21% демонстрируют «интернет-зависимость», что можно назвать новой болезнью XXI века. При этом масштаб возможного «бедствия» несколько шире – на данный момент контролируемый дискомфорт испытывают

Несмотря на повышенную коммуникативную активность большинство молодых людей используют интернет для учебы (84,5%), но второе место устойчиво занимает общение (80,0%). Развлекательную функцию интернета отмечают 90,7%, используя интернет-пространство для игр и просмотров кинофильмов. Интернет как ресурс собственного продвижения востребован только у 12,3% молодежи региона.

Какие же коммуникативные стратегии предпочитает молодежь? В большей части – это ведущая роль в коммуникации, ораторский монолог (54,4%), это говорит о том, что социализационный механизмы в рамках коммуникации в качестве результата сформировали потребность самопрезентации. Хорошими слушателями стали 38,7%, а активными потребителями живой информации 34,7%. Стратегию противоборства в споре обозначили 19,7%, чуть более количество респондентов готовы к конструктивному диалогу (24,5%), компромисс выбирают 16,6%. Наибольшие выборы получила стратегия коммуникативного сотрудничества (29,5%), что также можно отнести к социализационным результатам, наименьший выбор – уход от спора и конфликта (7,7%) – что также говорит об активной коммуникационной установке.

*Таблица 16*

**Ответы на вопрос «Когда вы с кем-то общаетесь для вас более характерно следующее?»**

Варианты	%
Я люблю рассказывать и владеть вниманием собеседников	54,4
Я люблю молча слушать, что мне говорят собеседники	38,7
Я люблю задавать много вопросов и получить как можно больше информации от собеседника	34,7
Если возникает спор или конфликт, я буду отстаивать свою точку зрения, настаивать на своем	19,7
Если возникает спор или конфликт, я пытаюсь доказать правоту, приводя веские аргументы	24,5
Если возникает спор или конфликт, я стараюсь, чтобы каждый был доволен его решением	16,6

Если возникает спор или конфликт, я лучше уступлю, не люблю конфликтов	7,7
Если возникает спор или конфликт, я внимательно слушаю другую сторону и пытаюсь разобраться в ситуации, могу признать свою неправоту	29,5

Более подробно с аспектами реализации данной стратегии у региональной молодежи можно ознакомиться в работах научного коллектива.<sup>1</sup>

Подводя итог нашего исследования и делая срез социальных стратегий, мы можем сделать портрет региональной молодежи поколения Z. «Новая» молодежь Белгородской области отличаются следующие черты, которые можно обозначить, как результат социализации:

- экономическая самостоятельность и стремление к ней;
- экономическая инфантильность и низкая экономическая грамотность;
- принятие экономической ответственности за родителей;
- политическая индифферентность молодежи;
- осознанная электоральная активность;
- незыблемость исторической памяти молодежи;
- ценность свободы и демократии;
- общественная активность региональной молодежи;
- значимость и перспективность общественной деятельности для региональной молодежи;
- склонность молодежи к санкционированным протестным акциям;
- молодежь ощущает большой потенциал в области спорта и творчества, испытывает потребность в развитии;
- дистанционная ответственность молодежи перед родителями;
- свобода ролевого выбора в семейных отношениях;
- определение ценности семьи в супружеских отношениях;
- высокая готовность к внутренней и внешней мобильности;
- высокая значимость карьеры;
- завышенные карьерные амбиции;
- осознание управленческого потенциала;
- вера без воцерковленности;
- активное обучение и включение в образовательные программы до 30 лет;

<sup>1</sup> Shapovalova, I.S. Youth Communication Strategies: Communication without borders and site traps. / I.S. Shapovalova // В сборнике: Culture and Education: Social Transformations and Multicultural Communication. Proceedings of the Middle-Term Conference RC04 Sociology of Education International Sociological Association (ISA). – Moscow, 2019. – С. 110-117.

- повышенная ценность полноценной жизни, самореализации и рождения здоровых детей;
- невысокий запрос к продолжительности жизни;
- высокая коммуникабельность;
- склонность к поверхностным коммуникациям;
- превалировании виртуального общения над реальным;
- потребность самопрезентации;
- ориентации на стратегии коммуникативного сотрудничества.

## ГЛАВА IV

### ПОКОЛЕНИЕ Z В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ: НЕКОТОРЫЕ ПРОГНОЗЫ ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

**Майорова-Щеглова С. Н.**

*профессор факультета социальной коммуникации Московского  
государственного психолого-педагогического университета,  
г. Москва*

**Колосова Е.А.**

*доцент социологического факультета Российского государственного  
гуманитарного университета, г. Москва*

**Аннотация.** Основываясь на предположении, что временной период пандемии в 2020 году можно рассматривать как вариант естественного эксперимента, в работе приводятся данные, анализ и выводы из экспертного опроса методом Дельфи относительно возможных изменений цифрового пространства поколения Z. Выделены восемь основных векторов трансформации и описывается их состояние на момент начала пандемии и аргументы экспертного сообщества специалистов по работе с детьми по вероятности/невероятности их осуществления в среднесрочной перспективе, в течение двух лет. Наиболее вероятными после трех этапов «взвешивания» экспертных оценок признаны развитие детского сегмента видеоблогинга и развитие виртуальных проектов детских объединений. Нет оснований утверждать, что в ближайшие 2 года будет наблюдаться взрывной, бурный рост цифровых практик, скорее наоборот, именно ситуация с эпидемией затормозила в определенной степени некоторые из преобразований, вынуждено смикшировала цифровой разрыв поколений.

**Ключевые слова:** прогноз, метод Дельфи, цифровое пространство, префигуративная культура, эксперт, поколение Z

Мы предлагаем рассмотреть период пандемии 2020–2021 гг. в качестве естественного эксперимента, который предусматривает, что исследователь пользуется объективно создавшейся новой ситуацией, связанной с изменениями социально-экономической, социально-управленческой жизни общества, для выявления устойчивости/неустойчивости, долговременности/скоротечности проявляющихся социальных новаций.

Такие естественные социальные эксперименты неоднократно проводились в отношении детства, и, кстати, связаны они были с

внедрением новых на тот период медиа.<sup>1</sup> Так, например, в 1984–1986 гг. канадские ученые избрали тему влияния ТВ на распространение насилия в детской среде, воспользовавшись ситуацией подключения далекого сельского поселения к телевидению. До момента распространения массового ТВ и в течение последующих двух лет социологи наблюдали и тайно фиксировали все акты агрессивного поведения на детских площадках в тех местах, где телевидение уже давно вошло в каждую семью. Английские исследователи организовали аналогичный проект на острове Святой Елены также в 80-е годы прошлого века. И хотя маленькие жители острова получали аналогичный с населением столицы (по количеству и содержанию) поток непозитивной информации, у менее чем 4% из обследованных произошли некоторые поведенческие реакции в сторону девиации. Так, кстати, был опровергнут миф об одномерном, лишь негативном влиянии экранной продукции на детей.

Анализ перспектив влияния пандемии COVID-19 на различные тенденции развития детства был проведен в апреле-июне 2020 года методом Дельфи. Нам было крайне важно выяснить: возможно ли, что пандемический период (его первые шоковые месяцы) станут триггером для появления или стимуляции *уже нарождающихся социальных практик в отношении детей и поведения самих юных граждан* на среднесрочный период, 2 года.

Основной базой форсайт-исследования служит методология футурологии – теоретизирования о будущем и методических разработок прогностики. Для построения прогнозов используют методы формализованные (математические, кибернетические) и неформализованные (интуитивные, экспертные). Среди неформализованных методов наибольшее распространение получили метод Дельфи и сценарный метод. Под сценарием понимается подробная описанная экспертами гипотетическая картина последовательного развития событий во времени и пространстве, составляющих в совокупности трансформацию исследуемой системы. Метод Дельфи совмещает смешанные методы: количественные и выборочно, по особому принципу, развернутые аргументы экспертов. Итогом исследования становится взвешенная экспертная бальная оценка и моделирование наиболее вероятных явлений и ситуаций на выделенный период. Метод уже доказал свою валидность, пригодность для изучения различных проблем, именно его мы и выбрали для нашего нового проекта.

---

<sup>1</sup> Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / пер. с англ. М.: Издат. дом «Вильямс», 2004. 432 с.



Дизайн нашего исследования включал следующие этапы:

1. Контент-анализ актуальных публикаций в медиа (включая печатные, интернет-источники) в марте-апреле 2020 года, в первые месяцы коронавирусной эпидемии в России и выделение перечня предположений, догадок, версий развития будущего события именно в отношении детства. Всего на этом этапе было запротоколировано 64 страницы рассуждений различных авторов, где упоминались дети, подростки, детско-родительские практики.

2. Систематизация представлений о возможных изменениях будущего – отобраны 32 предположения и сформулировано 1 обобщающее мнение: итогов в бланк вошли 33 прогнозные ситуации, из них 5 касались демографических изменений, 6 - разных аспектов образования детей, 7 были связаны с информационным пространством, именно они и будут проанализированы нацелено в данной работе.

3. Отбор 25 экспертов. Среди экспертов: педагоги, психологи, социологи, философы, представители общественных структур, ученые (среди них 5 членов различных Академий) и практики работы с детьми. Представительство регионов: г. Владивосток, г. Кострома, г. Москва, г. Нижний Новгород, г. Омск, г. Пермь, г. Самара, г. Санкт-Петербург, Ульяновск, Уфа, Московская область и Саратовская область. Приглашение к участию в опросе получили специалисты, профессионалы, знатоки с наличием не менее трех критериев: стаж работы в области детства не менее 3 лет; изданные за последние 5 лет научные работы по тематике; признание в среде коллег. Отметим, что письма-обращения были разсланы 35 экспертам, но не все откликнулись на приглашение, что отчасти объясняется нами как шокое состояние при начале пандемии.

4. Первый тур количественной оценки возможности осуществления всех предположений через 2 года предполагал обращение ко всем экспертам. Оценка каждого производилась по шкале в 10 баллов. Обработка результатов представляла собой составление взвешенного среднего результата, а также составление вариационной шкалы от самого меньшего до самого большего варианта. На этом этапе были также выделены персоны, давшие полярные оценки и для них были составлены индивидуальные обращения-бланки.

5. Во втором туре участвовали только эксперты, выделенные по самым позитивным и негативным оценкам. Они высказали аргументы в защиту своих баллов: рассказали о факторах-стимуляторах и факторах риска тех или иных трансформаций общества, провоцирующих одни изменения другими, ослабление или

преувеличение от эффекта переживаемой эпидемии. Обработка результатов по данному туру привела к составлению нового бланка ко всем экспертам, содержащего все аргументы «за» и «против» осуществления этих предположений.

6. Ознакомление всех экспертов с количественными результатами первого тура с включением разнообразия ответов второго тура. Повторное выставление баллов каждому предположению с учетом проведенной заочной дискуссии. Также на этом этапе были выделены уже всем экспертным сообществом главные аргументы в защиту или в опровержение возможности изменений детства после пандемии.

7. Анализ полученных данных и выделение изменений детства, обладающих наибольшей/наименьшей вероятностью к осуществлению.

Перейдем к рассмотрению итогов экспертного опроса. Для анализа выделим 8 прогнозных суждений о развитии пространства жизнедеятельности нового поколения, связанного с цифровыми реалиями. Сразу отметим, что эти предположения составили четверть от всей совокупности возможностей изменений, собранных нами на 1 этапе.

- Ослабнет родительский контроль за использованием электронных гаджетов детей.

- Исчезнет родительская моральная паника по использованию детьми интернета, сетей.

- Трансформируется система общего школьного образования в сторону увеличения сегмента дистанционного образования.

- Система дополнительного образования детей полностью уйдет в «виртуальное пространство».

- После вынужденного погружения в цифровое пространство будет наблюдаться стремление детей к реальным группам, компаниям, сообществам.

- Будет развиваться префигуративная культура, при которой дети становятся учителями старших, проводниками по новой реальности.

- Начнут развиваться многие формы детской самореализации в сети (блоггинг и т. п.).

- Будут развиваться виртуальные формы социальной деятельности детских общественных объединений.

Охарактеризуем состояние выделенных линий трансформации на момент начала пандемии.

Согласно результатам исследований, «27% россиян 13–24 лет проводили в социальных сетях более 5 часов в день, а четверть из них проверяли обновления каждые 30 минут. Интересно, что пользователи

от 18 до 24 лет в среднем проводили в социальных сетях больше времени, но именно подростки (69%) чувствовали необходимость немедленно реагировать на все обновления и новые сообщения. Им важно было не упустить момент и находиться в постоянном социальном взаимодействии».<sup>1</sup>

К позитивному влиянию социальных сетей в допандемийный период относили возможности расширенного неформального образования за счет использования видеоуроков по школьным предметам или дообразования; поиск развернутой информации; непосредственно общение с друзьями в разных формах. Videоблогинг представляется современным детям и подросткам новым форматом социальной площадки для реализации собственного творческого потенциала и личностного самоопределения. Также, по данным исследователей, «videоблогосфера как часть интернет-пространства дает ребенку возможность почувствовать себя взрослым, самостоятельным и ответственным».<sup>2</sup>

До пандемии ответственность за образование детей оставалась за школой и учителями, долг родителей состоял в организации пространства обучения (записи в школу, доставки, оборудовании рабочего места, в последнее десятилетие в активной организации репетиторской поддержки для выпускных ступеней). Система общего школьного образования уже имела на 2020 год небольшой сегмент дистанционного образования и в целом в определенных кругах даже присутствовал оптимизм возможности расширения этого сегмента. Им пользовались в рамках семейной формы образования, обучения одаренных детей, системе экстерната в ситуациях особых жизненных и семейных обстоятельств и в инклюзивном образовании. По оценкам родителей, «около 20% подростков не могут или «не особенно могут» справиться с трудностями в интернете. Более половины родителей считают, что должны больше участвовать в деятельности детей в интернете, но не чувствуют себя достаточно компетентными, чтобы помочь».<sup>3</sup> Так возникает беспокойное тревожное состояние взрослых, часто преувеличенное, без реальных аргументов отрицательного

---

<sup>1</sup>Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн // Think with Google (Февраль 2017 г.). URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniiarossiiskoi-molodezhi-onlain/> (дата обращения 15.06.2021).

<sup>2</sup> Абросимова Е. Е., Филипова А. Г., Ардалянова А. Ю. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ. – СПб.: Астерион, 2019–230 с.

<sup>3</sup> Солдатова Г. У., Рассказова Е.И. Безопасность подростков и Интернет: риски, совладание и родительская медиация // Национальный психологический журнал № 3 (15). 2014. С.36-48. С.44

воздействия, которое получила обозначение «моральная паника». Но, как показывают реальные исследования, это состояние напрямую связано с цифровой компетентностью родителей: чем она выше цифровая компетентность, тем реже старшие относятся к технологиям нейтрально или отрицательно. Более высокий уровень цифровой компетентности открывает больше стратегий преодоления этих трудностей, но вместо помощи выбираются стратегии слежки и ограничений – повышенного контроля. «Стремление быть максимально информированным о ребенке приводит к тому, что практики применения носимых устройств и телефонов стремительно молодеют. Если раньше покупка устройств была приурочена к поступлению ребенка в школу, то сейчас родитель озабочен приобретением смарт-устройства для ребенка, посещающего детский сад. Позже это даст возможность быть информированным о том, что происходит в школьной жизни ребенка»,<sup>1</sup> но и внедряемая электронная школьная система вынуждает родителя без лишних временных и денежных затрат быть заинтересованным в повсеместном включении в любую деятельность.<sup>2</sup>

К началу пандемии в России действовало большое число детских общественных объединений самых разных видов и форм: общероссийские, межрегиональные, региональные и местные объединения на базе учебных заведений. Часть из них применяли онлайн-проекты в своей деятельности, например, Российское движение школьников принимает в члены не только очно (классом, группой), но и индивидуально через регистрацию на своем сайте. В последнее пятилетие стали распространяться и формы, полностью проводимые в цифре: например, конкурс «Интернет-СМИ своими руками» компании «Ростелеком», Российского движения школьников и «Классного журнала».<sup>3</sup>

Идеи префигуративной культуры, при которой дети становятся для взрослых проводниками по новой реальности, активизировались именно в связи с активным погружением младших в цифровое пространство. Но если долгое время ученые говорили о личностных

---

<sup>1</sup>Архипова В. Ю. Современное родительство: влияние технологических посредников // Молодежь XXI века: образ будущего. Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Ответственные редакторы Н. Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков. 2019. Издательство: ООО "Скифия-принт" (Санкт-Петербург). С. 507–508.

<sup>2</sup>Березецкая М.И. Особенности современного родительского поведения в условиях информационного общества. Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019; 4: 105–112.

<sup>3</sup> Детский конкурс «Интернет-СМИ своими руками». Официальный сайт Российского движения школьников [Электронный ресурс]. URL: <https://pdsh.pf/activity/events/113> (дата обращения 15.06.2021).

ситуациях в семьях, когда младшие давали советы в поле потребления, информатизации, межличностных гендерных отношений, новых культурных практиках, то в последнее десятилетие дало старт организованным проектам.<sup>1</sup> Таким, например, был федеральный образовательный проект МТС «Дети учат взрослых», направленный на обучение подростками своих родителей полезным функциям мобильного интернета через видео «Уроки наоборот», только в московском регионе он охватывал 6000 «юных учителей» и до 200 школ города. Московская программа «Активное долголетие» начала привлекать усиленно подростков-волонтеров.<sup>2</sup>

Перейдем к рассмотрению итогов проведенного экспертного опроса.

После проведения первого этапа общий балл и разброс оценок по выделенным нами 8 позициям выглядели следующим образом (Таблица 1.) Напомним, что при проведении оценок вероятности исполнения принимается за границу 5 баллов (50:50), т.е. все, что получило больший балл имеет большую вероятность.

*Таблица 1*

Предположение	1 этап	Разброс баллов
Начнут развиваться многие формы детской самореализации в сети (блоггинг и т. п.)	7	3/10
Будут развиваться виртуальные формы социальной деятельности детских общественных объединений	6,36	1/10
Будет развиваться префигуративная культура, при которой дети становятся учителями старших, проводниками по новой реальности	6,04	2/8
После вынужденного погружения в цифровое пространство будет наблюдаться стремление детей к реальным группам, компаниям, сообществам	5,92	1/10
Исчезнет родительская моральная паника по использованию детьми интернета, сетей	5,6	3/10
Трансформируется система общего школьного образования в сторону увеличения сегмента дистанционного образования	5,92	1/10
Ослабнет родительский контроль за использованием электронных гаджетов детей	4,96	1/9

<sup>1</sup> Щеглова С. Н. Права детей и дети о правах (социологический анализ). М. Социум. 1998. 87с.; Колосова Е. А. Потребительская социализация детей и подростков: возрастные особенности // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2017. № 2 (8). С. 74–79.

<sup>2</sup> Сообщество проекта "Дети учат взрослых" в социальной сети ВКонтакте. [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/detiuchatvzroslyh> (дата обращения 15.06.2021).

Система дополнительного образования детей полностью уйдет в «виртуальное пространство»	2,56	1/6
--	------	-----

Отметим, что первое предположение (о расширении практик видеоблогинга детей) занимало во всем спектре прогнозов условное третье место, уступив лишь двум суждениям, связанным непосредственно с медицинско-эпидемической ситуацией (Будут пересмотрены в сторону ужесточения санитарно-гигиенические правила работы детских учреждений; возрастёт ценность здорового ребенка). А версия о возможности перенесения дополнительного образования в онлайн вообще заняло последнюю строчку как наименее возможное в ряду всех 33 прогнозов.

Еще раз обратим внимание, что выставленные оценки серьезно расходились у различных экспертов. На втором этапе именно эти «лидеры полярных мнений» - эксперты обосновали свои позиции по этим оценкам. В Таблице 2 собраны основные содержательные, яркие, имевшие влияние на других аргументы «за и против» в отдельных столбцах. Авторская редакция высказываний была полностью сохранена.

Таблица 2

Предположение	Обоснование позиции низких баллов	Обоснование позиции высоких баллов
Будет развиваться префигуративная культура, при которой дети становятся учителями старших, проводниками по новой реальности	Новая реальность для детей тоже «новая»	<p>Хотим мы того или нет, но все больше сегодня ребенок рассматривается как участник и актор общественной жизни, все больше он отвечает автономное пространство для себя, все больше говорят о правах детей, о их ответственности, компетентности в вопросах, касающихся их жизни. Дети более мобильны, легче адаптируются ко всему новому, и меняющаяся жизнь сама делает их проводниками взрослых по этой реальности. Хотя на самую ближайшую перспективу может быть это и не будет так заметно, но в отдаленной, эта тенденция, наверное, будет выражена более явно.</p> <p>Практика «внезапного» повсеместного внедрения онлайн-образования показала, что школьники обучают своих педагогов интернет-сервисам и инструментам. Время такое наступило уже - учит не тот, кто просто старше или имеет «справку» об образовании», а тот, кто владеет данной технологией</p> <p>Это я в рекламе посмотрел – внуки бабушку обучают пользоваться планшетом. На карантине можно открыто с ума сойти и IT стало для бабушек повседневным средством коммуникации. Думаю, они с этого пути уже не сойдут, дальше – больше.</p>

Продолжение таблицы 2

Предположение	Обоснование позиции низких баллов	Обоснование позиции высоких баллов
<p>Трансформируется система общего школьного образования в сторону увеличения сегмента дистанционного образования</p>	<p>... не думаю, что произойдёт существенная трансформация. Причина – трудность аттестации учащихся при дистанционном образовании. Российская образовательная система «заточена» на строгий контроль, а дистанционное обучение не позволит аттестовать учащихся с желаемым уровнем контроля.</p>	<p>1. Получен опыт массового использования дистанционного обучения как способа организации обучения 2. Открываются перспективы для закупок оборудования и программного обеспечения. 3. Освобождаются школьные площади с вариативными перспективами их использования 4. Снижается ответственность школы за внеурочную деятельность.</p>



Продолжение таблицы 2

Предположение	Обоснование позиции низких баллов	Обоснование позиции высоких баллов
Ослабнет родительский контроль за использованием электронных гаджетов детей	<p><i>Родительский контроль и мониторинг возрастает вслед за ростом использования гаджетов детьми и родителями. Это тенденция последних лет (Исследования фонда развития интернета). Растет цифровая грамотность родителей и совместное использование интернета.</i></p> <p><i>Родительский контроль за использованием гаджетов вероятнее всего возрастет, поскольку вынужденная самоизоляция и отсутствие у детей возможности живого общения вскрыла новые проблемы, связанные с тем, что ребенок большое количество времени проводит в электронных устройствах (нередко под предлогом выполнения домашних заданий).</i></p>	<p><i>По моему опыту (...эксперта) родители уже использовали гаджеты для обеспечения занятости детей во времена самоизоляции. Это смикшировало негативное восприятие гаджета, следовательно, снизит контроль в дальнейшем.</i></p>

Продолжение таблицы 2

Предположение	Обоснование позиции низких баллов	Обоснование позиции высоких баллов
<p>Исчезнет родительская моральная паника по использованию детьми интернета, сетей</p>	<p>Паника не исчезнет, она примет другую форму. Я бы сказала форму соперничества за Интернет. Все большее отдаление близких людей, находящихся рядом. Поскольку родители все больше будут вовлекаться в систему Интернета через порталы услуг, удаленную работу, дистанционное обучение. Дети будут заниматься тем же в соседней комнате. Общение может сойти на нет. Моральная паника может принять форму ревности или невозможности влиять на воспитание и образование младшего поколения.</p> <p>Может возникнуть зависть к Интернету как большему авторитету для ребенка. Внутренний мир ребенка может стать закрытым совсем, даже через систему запароленной переписки, доступа к страницам Интернета. Родитель будет отстранен от ребенка, тем самым получит удар по статусу родительства. Мир детства будет существовать параллельно взрослому, что изменит моральные принципы и этические нормы семейного взаимодействия. Паника одиночества старших и паника одиночества младших, на мой взгляд, вполне реальна. Хотя ....</p> <p>Родительская паника вряд ли исчезнет, поскольку многие родители вынуждены были «по-настоящему включиться» в образовательный процесс и обнаружили насколько небезопасно интернет-пространство. Родительские обсуждения на форумах показывают, что часть родителей не осознавала эти угрозы и риски.</p>	<p>Должна исчезнуть, сейчас все переходит в онлайн</p>

Особенно отметим аргументацию от обратного, что именно пандемия покажет плюсы традиционного школьного и дополнительного образования, незаменимость межличностной коммуникации школьников друг с другом и с взрослыми, апробирование социального опыта.

Аккумулированные в таблицы аргументы были представлены снова всем респондентам, и они вновь вернулись к оценке возможности изменений к 2022 году. Этот этап показал, что экспертное мнение не является консервативным, аргументы, новые данные корректируют мнения, общая согласованность в группе повысилась после 3 этапа опроса. Эксперты доказали свою способность давать необходимую оценку в условиях неопределенности; они не теряют внимание к своему исследовательскому полю, анализируют и аккумулируют данные, проявляют и индивидуальное творчество, и научную интуицию при корректировке своих позиций. Согласованные средние баллы в основном стали немного ниже, но лишь по одной позиции (о возможной виртуальной активности детских общественных объединений) повысились. Также интересно, что неизменной осталась уверенность о развитии префигуративной культуры.

*Таблица 3*

Предположение	1 этап	3 этап
Начнут развиваться многие формы детской самореализации в сети (блогинг и т. п.)	7	6,88
Будут развиваться виртуальные формы социальной деятельности детских общественных объединений	6,36	<b>6,52</b>
Будет развиваться префигуративная культура, при которой дети становятся учителями старших, проводниками по новой реальности	6,04	<b>6,04</b>
После вынужденного погружения в цифровое пространство будет наблюдаться стремление детей к реальным группам, компаниям, сообществам	5,92	5,76
Исчезнет родительская моральная паника по использованию детьми интернета, сетей	5,6	5,56
Трансформируется система общего школьного образования в сторону увеличения сегмента дистанционного образования	5,92	5,52
Ослабнет родительский контроль за использованием электронных гаджетов детей	4,96	4,84
Система дополнительного образования детей полностью уйдет в «виртуальное пространство»	2,56	2,44

Можно сказать, что эксперты прогнозируют стабильное развитие Интернет-социализации – нового формата социализации современного детства, однако скорее не признают роль внешних ситуационных триггеров. Там, где приводились описания причин трансформаций, наблюдался сдвиг в сторону объяснения изменений под влиянием двух процессов: 1) глобальная информатизация общества, влекущая за собой появление новых каналов и институтов социализации; 2) изменение взглядов на роль и позицию ребенка в информационном обществе – восприятие детей как активных участников и оказывающих на него влияние.<sup>1</sup>

Подведем основные итоги проведенного исследования

- Онлайн-пространство стало одной из сфер, по которой активно высказывались прогнозы трансформации в отношении детства после пандемии, она превалировала и над проблемами демографии, и над тематикой образования, и над взаимодействиями в семье (8 из 32 предположений).

- По мнению экспертов, через 2 года после начала пандемии и жизни в условиях распространения нового опасного для здоровья фактора с большой степенью вероятности будут наблюдаться следующие изменения:

- Начнут развиваться многие формы детской самореализации в сети (блогинг и т.п.)
- Будут развиваться виртуальные формы социальной деятельности детских общественных объединений

- Эксперты обозначают как наименее вероятностный вариант:

- Система дополнительного образования детей полностью уйдет в «виртуальное пространство»

- Метод Дельфи еще раз доказал свою состоятельность для оперативного анализа государственной политики в различных сферах (и не только в отношении экономического развития, а для решения социальных проблем в воспитании, здравоохранении, образовании и пр.). Также апробировано смешивание различных методов для исследования новых феноменов поведения и мнения поколения Z в онлайн-пространстве, где важно оценивать взаимосвязи и взаимное влияние основных тенденций технологического и других сторон общественного развития.

Разнообразна аргументация по исполнению прогнозов, но превалирует мнение о влиянии уже отмеченных важных тенденций в развитии поколения Z как цифрового поколения. Одним из

---

<sup>1</sup> Абросимова Е.Е., Филипова А.Г., Ардалянова А.Ю. Видеоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ. – СПб.: Астерион, 2019 – 230 с.

отмеченных экспертами важных направлений было изменения семейных укладов семьи: возвратившиеся традиции и инновации общества в состоянии «травмы» ужились в российском повседневном пространстве.

В ответах экспертов прослеживается зафиксированное именно в период пандемии социальное противоречие: стабильная установка доцифрового поколения об опасном влиянии онлайн-практик на детей и одновременно об императивах использования навыков ИКТ.

Хотя большинство детей продолжили заниматься в кружках и студиях после перехода в онлайн, «потери в дополнительном образовании» все-таки велики - 27% отказались от занятий по разным причинам, в том по причине отсутствия интересных предложений (23%) и технических ресурсов (18%).<sup>1</sup> Нет данных о замене личного общения детей на цифровое, непосредственные контакты с друзьями, а в старшем подростковом возрасте еще и с любимыми остаются одним из важнейших ориентиров для подростков. Дети заводят дружбу в первую очередь в школе и в кружках, секциях, но затем развивают их как онлайн, так и офлайн. Как следует из оперативных исследований детской повседневности последнего года, для большинства детей топ-3 проблем обучения на дистанте – отсутствие живого контакта с наставником (81%), нехватка общения с ребятами (80%).<sup>2</sup> По мнению 64% родителей, детям больше нравится ходить в школу, чем учиться дома.<sup>3</sup> Аналоговый и цифровой миры не противопоставляются у поколения Z друг другу, а дополняют и соединяются.<sup>4</sup> По итогам прогнозного исследования, изменения в поведении, сознании, ценностях поколения Z в ближайшие два года будут носить скорее эволюционный характер и этому способствовало время карантина.

---

<sup>1</sup> Кружки в онлайн выжили, но ... Центр общего и дополнительного образования имени А.А. Пинского Инобра ВШЭ (опрос в интернете 18 270 родителей и 15 520 детей). Режим доступа: <https://ioc.hse.ru/data/2020/05/30/1550693216/Как%20дополнительное%20образование%20справляется%20с%20онлайн.pdf> (дата обращения 25.06.2021)

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Дистанционное обучение школьников. ФОМ. 06.05.2020. URL: <https://fom.ru/Naukai-obrazovanie/14385> (дата обращения: 15.06.2021).

<sup>4</sup> Ядова М. А. Молодежь в условиях пандемии COVID-19: возрастные преимущества и ограничения / М. А. Ядова // *Siberian Socium*. 2021. Том 5. № 2 (16). С. 20-28.

## ГЛАВА V

### МОЛОДЕЖЬ СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ: СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ И ЦЕННОСТНЫЙ ПОВОРОТ

*Данилов А. Н.*

*профессор, заведующий кафедрой социологии  
факультета философии и социальных наук  
Белорусского государственного университета  
г. Минск, Республика Беларусь*

**Аннотация.** Целью данной главы является рассмотрение проблем социокультурной трансформации, эволюции базовых ценностей и поведенческих стратегий молодежи современной Беларуси. Отмечается изменение содержания базовых ценностей, которое связано с процессом адаптации современной молодежи к жизни в условиях глобальной нестабильности. Поколение молодежи, выросшее в условиях суверенной Беларуси, остро воспринимает проявления социальной несправедливости, нарушение своих прав и свобод, нежелание считаться с их мнением в решении актуальных проблем развития общества, в выборе своего будущего. Стабилизирующим фактором выступает возможность реализации базовых ценностей в существующих социально-экономических условиях. Современное образование, наряду с семьей, новые информационные технологии существенно влияют на формирование ценностных предпочтений молодежи. Отмечается рост уровня индивидуализма, значения личностной самореализации в семье и на работе, ориентации на собственные силы. С развитием современных СМИ наблюдается рост политической радикализации, критического восприятия важнейших событий, что оказывает влияние на формирование поведенческих установок различных социально-демографических групп населения Беларуси. Ощущается внутрипоколенческий раскол, отчуждение от социума, усиливающееся влияние информатизации. В качестве методологической базы в статье используются результаты социологических исследований, которые получены в рамках проекта «Европейские ценности (EVS)».

**Ключевые слова:** молодежь Беларуси, социокультурная трансформация, ценностный поворот, идеалы, поведенческие стратегии, радикализация молодежи.

Нынешнее поколение молодежи Беларуси сформировалось и вступило во взрослую жизнь уже в условиях суверенной Беларуси. Период системной трансформации легким быть не мог: рушился привычный образ жизни, ценности, идеалы, менялись представления о будущем. Прошлое продолжает влиять, но этот процесс не бесконечен. Поэтому выбор идеала будущего чрезвычайно сложен, и сделать этот выбор предстоит именно этому поколению. Долгое время, вступающее сейчас во взрослую жизнь поколение, представлялось как потерянное, молчаливое, расколотое, инфантильное, аполитичное, вдруг начинает проявлять активность, радикализироваться. Основным источником этих перемен становятся неудовлетворенность своим положением в мире, глобальная нестабильность, социальная несправедливость, недостаточное внимание к их мнению. В условиях глобализации мир ценностей рождает новые содержательные конфигурации, время по-новому ранжирует базовые ценности. Происходит постепенная их трансформация, меняются жизненные планы и поведенческие стратегии современной молодежи.

**Методологическая база исследования.** В статье использованы материалы международного проекта «Исследование европейских ценностей» (EVS), в котором участвуют белорусские социологи с 1990 года. Полученные в ходе исследований результаты были проанализированы специалистами Центра социологический и политических исследований Белорусского государственного университета (руководитель – профессор Д.Г. Ротман) и кафедры социологии БГУ в научных публикациях, в том числе монографиях.<sup>1</sup> Участие белорусских социологов в мониторинге (1990–2018 гг.) позволил провести анализ аксиологической ситуации в стране в сравнении с другими государствами.

**Молодежь, выбирающая своё будущее.** К современному поколению молодежи принято относить молодых людей, родившихся на рубеже веков и вступающих во взрослую жизнь в конце 20-х годов XXI века. Формирование этого поколения проходило в условиях

---

<sup>1</sup> Ценностный мир современного человека: Беларусь в проекте «Исследование европейских ценностей» / Под ред. Д.М. Булышко, А. Н. Данилова, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2009; Ценностный мир современного человека: Беларусь и ее соседи в международных проектах по изучению ценностей / Под ред. Д.М. Булышко, А. Н. Данилова, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2013; Ценностный мир современного человека: страны Восточного партнерства, Европейский союз и Россия в международных проектах по изучению ценностей / Под ред. Д.М. Булышко, А. Н. Данилова, В.В. Правдивца, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2016; Ценностный мир современного человека: проект «Исследование европейских ценностей», волна-2018 / Под ред. Д.М. Булышко, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2019.

глобальной нестабильности, на фоне перемен в общественных настроениях, утверждения рыночных отношений, разочарования либерально-демократической моделью развития. «Возможно, вам приходилось слышать, – пишет Ю. Харари, – что мы живем в эпоху взлома компьютеров, но это лишь половина правды. На самом деле мы живем в эпоху взлома человека»,<sup>1</sup> отчуждения от взрослого мира, идеалы которого, с их точки зрения давно устарели. Умирает человек, которого создал труд. Зачастую наш молодой современник маскирует свою беззаботность одеждами беспамятства. Поэтому вполне закономерно, что ситуация среди молодежи в обществе имеет тенденцию к радикализации.

Новое поколение хочет жить в мире, построенном по их лекалам, со своими идеалами и своими кумирами. Образование, наряду с семьей, новые информационные технологии являют собой ту среду, в которой формируются новые ценностные начала, где происходит их трансформация. На второй план уходит негативный багаж, накопившийся предыдущими поколениями, проявляется стремление быть полезным обществу, защищать свои права и свободы, в их сознании все четче проступают такие качества как ответственность, сопереживание, доброта, отзывчивость. Нынешней молодежи уже есть что терять и при малейшем осложнении социально-политической ситуации или серьезной ошибке власти она способен на мощный выброс революционной энергии.

Мир ценностей переполняется новым содержанием и многие ранее устоявшиеся термины уже несут иное значение. Эти изменения напрямую связаны с процессом адаптации нового поколения к жизни в условиях глобальной нестабильности, серьезных претензий нового поколения к власти, все возрастающего запроса на перемены. «Подобная ситуация характеризуется уже не как классическая аномия по Э.Дюркгейму, связанная с отсутствием или размыванием норм (хотя наверняка это часть общей картины), и не как аномия по Р.Мертону, возникающая из неспособности достичь культурных целей. Это ситуация множества конкурирующих норм и дезориентации в отношении целей. Благодаря современным медиа (в первую очередь Интернету) у любой цели немедленно находится множество альтернатив».<sup>2</sup> В результате «в условиях нынешней растущей и давящей неопределенности многим молодым уже не хочется входить во взрослый мир, не хочется взрослеть, т. е. принимать стратегические,

---

<sup>1</sup> Харари Ю.Н. 21 урок для XXI века. М.: Синдбад, 2019. С.323

<sup>2</sup> Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Изд. дом Высшей школы, экономики. 2019. С.161.



обязывающие решения, брать на себя ответственность».<sup>1</sup> Ощущается внутрипоколенческий раскол, некое отчуждение от социума, усиливающееся влияние информатизации. Молодые взрослые не знают, что им делать.

Следует отметить, что новые вызовы существенно изменили новое поколение: 1) «...студенты-миллениалы почти не читают или читают слишком мало <...> у них отсутствует сам навык погружения в текст и работы со сложными текстовыми конструкциями».<sup>2</sup> «...они люди визуальной культуры – им легче смотреть, чем читать или слушать».<sup>3</sup> 2) «...сегодня получение знания все более рассматривается не как накопление и содержательное освоение материала, а как поиск готовой к использованию информации».<sup>4</sup> 3) студенты требуют прикладных знаний. 4) все труднее удерживать внимание студентов (студенты сидят в гаджетах). «Главная болезнь XXI века – это раздерганность сознания с постоянными отвлечениями и переключениями, с хронической неспособностью концентрироваться на чем-то одном и неспособностью погружаться во что бы то ни было на относительно продолжительное время... <...> Мы экономим время, но при этом теряем Смысл».<sup>5</sup> 5) студенты все активнее борются за свои права.

Новая система ценностей зарождается в культуре через систему образования и науку. «Образование – это не просто некоторая отрасль, а часть национальной культуры, причем ее системообразующая часть».<sup>6</sup> Мы сейчас поменяли стратегию образования в угоду обстоятельствам и видим, что многое потеряли из того, что было в прежней системе образования хорошее. «Унификация, навязываемая нам, неизбежно снижает качественный уровень образования, так как предлагает ориентироваться на усредненный уровень. Поэтому, когда мы говорим об интеграции образовательного процесса, идея обогащения качеством, преимуществами должна быть поставлена во главе угла».<sup>7</sup>

---

<sup>1</sup> Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Изд. дом Высшей школы, экономики. 2019. С.162.

<sup>2</sup> Там же. С.187

<sup>3</sup> Там же. С.188

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Там же. С.192

<sup>6</sup> Миронов В.В. Метафизика не умирает: избранные статьи, выступления и интервью. Москва: РГ-Пресс. 2020. С.142

<sup>7</sup> Миронов В.В. Метафизика не умирает: избранные статьи, выступления и интервью. Москва: РГ-Пресс. 2020. С.414

Время на раздумья уже заканчивается. «Решение, которое мы примем в следующие несколько десятилетий, определяют будущее самой жизни, а принять эти решения мы можем только на основе сложившегося мировоззрения. Если у нынешнего поколения отсутствует целостный взгляд на мир, выбор будущего будет осуществляться случайным образом».<sup>1</sup> «Однако в XXI веке стабильность, по всей видимости, станет непозволительной роскошью. Если вы попытаетесь сохранить неизменной свою идентичность, профессию или мировоззрение, то рискуете очень быстро отстать от мира. <...> Чтобы идти в ногу со временем – не только экономическом, но и в социальном плане, – вы должны быть способны постоянно учиться и перестраивать себя...». <...> Оригинальность будет постепенно превращаться в новую норму, и ваш прежний опыт, как и прежний опыт всего человечества, станет менее надежным помощником. <...> Вам придется постоянно отказываться от того, что вы лучше всего знаете, и осваивать неизведанное».<sup>2</sup>

**Смысл счастья.** Молодежь хочет быть счастливой. А, что, собственно, определяет счастье современного молодого человека... Зачем вообще обществу нужны герои, личности, чьи действия попадают в центр общественного внимания, определенным образом мифологизируются и становятся образцом для подражания? «Людям были необходимы алгоритмы поведения, которые повысят уровень коллективной выживаемости. Герои – своего рода «витамины», которые нужными, массово копируемыми затем образцами поведения повышают «иммунитет» общества, его эффективность, идет ли речь о военном героизме или же о достижениях мирного времени».<sup>3</sup> Разбежка в определении успешности большая. От «быть понятыми» в условиях глобальной нестабильности и нарастания турбулентности до «не мешайте мне жить, как я хочу».

Современная молодежь хочет быть услышанной, наперекор всему быть успешным, самостоятельно и по-своему решать жизненные проблемы, определять свое будущее. «Мы предложили включенным в традиции нормативно-ценностной модели респондентам завершить предложение «Я ощущаю себя вполне счастливым, когда...». Ответы оказались удивительно однородными (внутри группы) по своей смысловой определенности. Вот только некоторые из набора типичных: «Я ощущаю себя вполне счастливым, когда все хорошо

---

<sup>1</sup> Харари Ю.Н. 21 урок для XXI века. М.: Синдбад, 2019. С.316

<sup>2</sup> Там же. С.320

<sup>3</sup> Власов Петр. Культура с кулаками. Герои нашего времени. Культура № 3 (8187) от 25 марта 2021. С.32

складывается у меня и у моих близких», «...все мои близкие люди здоровы», «...чувствую взаимопонимание и любовь родных людей», «...нахожусь в кругу близких». Для сравнения тот же вопрос, но адресованный сегменту исключенных из отечественных традиций прочтения базовых ценностей, не удивляет своей принципиально иной типичностью: «Я ощущаю себя вполне счастливым, когда свободен от дел», «...занимаюсь тем, чем хочу», «...когда появляется возможность уехать за рубеж».<sup>1</sup>

Анализ базовых ценностей демонстрирует свою традиционность, где приоритет отдается семье. И это понятно: семья – основа любого общества, гарант его единения, постоянного сохранения и развития. Именно институт семьи как базовая ценность главенствует по своей значимости во всех аксиологических исследованиях. Второе место по степени значимости занимает работа. Это тоже не удивительно. Работа как ценность является гарантом нормальной жизни человека и, главное, способом успешного существования ведущей базовой ценности – семьи. Уровень значимости таких базовых ценностей, как друзья и знакомые и досуг сохраняет свое постоянство. Среди молодежи в последнее время растет интерес к политике. Остается высоко позитивным отношение молодежи к религии.

В целом, несмотря на инертность базовых ценностей, значительно меняются формы и способы их реализации. Это как раз сильно зависит от социально-экономического и культурно-исторического контекста. Интересно отметить, что переоценка роли работы в жизни человека в Беларуси происходит одновременно с уменьшением доли государственной собственности в экономике. Постепенно увеличивается доля тех людей, работа которых не связана с государственным сектором. В этих условиях меняется и восприятие государства, с точки зрения, обеспечения уровня благополучия граждан. В условиях глобальной нестабильности стал проявляться в странах постсоветского мира и такой феномен как NEET-молодежь.

Как показывает проведенный анализ, среди молодежи наблюдается рост уровня индивидуализма, значения личностной самореализации в семье и на работе, ориентации на собственные силы, а не только на государство в целом. Постепенно происходит изменение потребностей и ожиданий людей в публичном пространстве. Трудовая деятельность становится не просто источником средств для существования, но и важным пространством для самовыражения. Увеличивается интерес к политическим процессам, а с развитием

---

<sup>1</sup> Данилов А. Н., Грищенко Ж. М., Щелкова Т.В. Поколение Z: раскол традиций или перекодировка культуры // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. 2017. № 1. С.117

современных средств массовой информации, наблюдается рост политической радикализации, критического восприятия важнейших событий, что оказывает влияние на формирование поведенческих установок различных социально-демографических групп населения Беларуси.

Нынешнее молодое поколение не потерянное, не инфантильное, не расколотое. Оно ценит индивидуализм, но откликается на чужую беду и готово жертвовать многим ради общего. У него есть свои идеи и идеалы, за которые жертвенно идет на лишения. Это поколение ориентировано на перемены и хочет жить в мире, где считаются с их мнением, приоритетна социальная справедливость. Это поколение хочет участвовать в научно-техническом прорыве, по-инновационному подходить к решению экономических проблем, рачительно использовать природные ресурсы, создавать экологически чистые производства, идентифицировать себя со своей родиной и быть своими в глобальной мировой деревне.

**Зарождение будущего.** Любые крупные перемены в человеческой жизнедеятельности предполагают изменение культуры, которые, как правило, являются результатом переосмысливания глубинных жизненных смыслов человеческого бытия и его ценностей. Идеи, рожденные в ходе этого процесса «задают особый ракурс обсуждаемой проблемы, акцентируя внимание на роли ценностей и архетипов сознания, трансформацию которых во многом определяет тот или иной тип цивилизационного развития человечества».<sup>1</sup>

Чаше всего на этом пути конкурируют стратегии, сохраняющие базовые ценности прежнего типа развития, с инновационными устремлениями, ориентированными на поиск новых жизненных смыслов и обновление содержания ценностей, отвечающих современным реалиям. В культуре кодируется исторический опыт развития человечества. Глобализация, информатизация, цифровизация современного общества актуализирует проблему наличия культурного кода и необходимости его расшифровки, изучения механизма работы, особенностей функционирования. Культура стала все больше ассоциироваться со средой сохранения и возможной передачи культурного наследия.

В.С. Стёпин рассматривал культуру как совокупность надбиологических программ человеческой жизнедеятельности, выполняющих в обществе роль, аналогичную той, какую в жизни биологических организмов играют генетические коды. Такого рода

---

<sup>1</sup> Стёпин В.С. Эпоха перемен и сценарии будущего. Избранная социально-философская публицистика. М., Институт философии РАН, 1996. С.8

культурными кодами являются мировоззренческие универсалии (категории культуры), которые задают системную и историческую целостность определенным (охватываемым ими) аспектам деятельности, поведения и общения. В качестве содержания культурного кода предстают идеи, понятия, смыслы, модели, ценности, фреймы, паттерны, психологические реакции и др. Культурные коды, как знаково-символическая форма обработки информации, выполняют функции сжатия и рубрикации сведений, их трансляции, раскрытия содержания сигналов, транскрибирования и интерпретации.<sup>1</sup>

Почему именно в культуре кодируется исторический опыт развития человечества... Здесь следует уточнить наши представления о культуре. До периода научно-технической революции культура была второстепенным малодинамичной сферой человеческой деятельности, олицетворяя собой стабильность уклада и образа жизни, как отдельного человека, так и целых поколений. В таких условиях включение в культуру новых ценностей было процессом продолжительным и не случайным. Только после длительного историко-социального отбора новые ценности становились внутрикультурными. Это, собственно, и определяло изначальный консерватизм культуры и ее носителей.

Носителями культуры считались, прежде всего, представители гуманитарной интеллигенции, что было связано как раз, с одной стороны, с «длительным характером отбора культурных ценностей, а с другой – с тем, что наука всегда носила более прагматический характер, изменения в ней происходили быстрее и большая часть ее ценностей не успевали закрепляться как общекультурные. <...> В культурном смысле этот консерватизм оправдан, так как позволяет сохранить общезначимый фундамент культуры, не позволяя изменить систему ценностей под влиянием возникновения новых представлений, не успевших пройти «культурную обработку». Ценности культуры имеют свойство приращения, тогда как новые научные открытия часто базируются на отрицании предшествующих».<sup>2</sup> Культура в свою очередь – динамичная система. <...> «... сам принцип динамичности как характеристика резкого убыстрения процессов изменения внутри культуры обнаруживается лишь в наше время».<sup>3</sup> «В рамках глобальной культуры существует опасность внешнего расширения диалога, но не

---

<sup>1</sup> Стёпин В.С. Человек. Деятельность. Культура. СПб.: СПбГУП, 2019. С.725-726

<sup>2</sup> Миронов В. В. Современные трансформации в культуре. СПб.: СПбГУП, 2011. С.89-90

<sup>3</sup> Там же. С.90

на основе обогащения культур. ... Это будет общение ради общения – без насыщения смыслами».<sup>1</sup>

Культура все же не застывшая система, хотя и достаточно консервативная. Если общество входит в стадию динамического хаоса, изменения традиционных ценностей просто неизбежны.... Наступает очень ответственный момент «критики и отбрасывание некоторых «старых» ценностей». Здесь есть большая опасность – уйти от традиции и возвести в новый культурный статус ценности «псевдокультурные» или «внекультурные», тем самым открыть путь для разрушения основ культуры. И если учесть, что процесс замены зачастую происходит без должной адаптации к традиционной знаковой системе ценностей, то кризис неизбежен. Итак, разрушаются старые ценности, сжимаются временные рамки. «Сжатие временных рамок изменений не позволяет новым символам и знакам адаптироваться к традиционным ценностям. В результате нарушается синхронизация культуры, новообразования в ней появляются очень быстро, люди не успевают адаптироваться, им некогда впитывать новые ценности, соотнося их с предшествующими».<sup>2</sup> Но с другой стороны «из-за постоянно растущих темпов перемен вы не сможете с уверенностью определить, что передают вам взрослые: мудрость, неподвластную времени, или устаревшие предрассудки».<sup>3</sup>

Выход из этой ситуации В.А. Лекторский видит в сохранении национальных культур. В частности, он пишет, что «противостоять расчеловечиванию человека и культуры можно только в том случае, если мы сумеем сохранить традиционные человеческие ценности и вместе тем адаптировать их к современным реалиям, в том числе к вызовам, которые созданы развитием науки и технологий. А традиционные ценности существуют и транслируются от поколения к поколению в рамках существующих национальных культур».<sup>4</sup>

В условиях столь динамичных изменений, глобальных вызовов, найти возможность защитить традиционные культурные ценности, значит защитить национальные интересы своей страны. Национальная идентичность прививается и закрепляется в культурном коде гражданина страны, которой он хочет гордиться и принимает как свою единственную Родину. Постсоветский мир прошел этот сложный путь больших испытаний, связанный с укоренением новой государственности, осознанием населением собственного

---

<sup>1</sup> Там же. С.94

<sup>2</sup> Миронов В. В. Современные трансформации в культуре. СПб.: СПбГУП, 2011. С.97-98

<sup>3</sup> Харари Ю.Н. 21 урок для XXI века. М.: Синдбад, 2019. С.321

<sup>4</sup> Лекторский В.А. Человек и культура. СПб.: СПбГУП, 2018. С.619-621

суверенитета, выстраиванием национальной идентичности. Помнится, что процесс распада Союза ССР начался с актуализации языкового вопроса, когда во многих союзных и автономных образованиях активизировалось движение за расширение использования малых языков. В социокультурном пространстве Беларуси конца 1980-х – начала 1990-х годов языковая проблема обрела осязательно политизированный характер. То же самое происходило с «белыми пятнами» истории, возвращением репрессированных писателей к широкому читателю, расширение преподавания по этим дисциплинам на белорусском языке и т.п.

Конечно, для подтверждения национальной идентичности своими гражданами, страна должна, прежде всего, успешно развиваться, быть привлекательной, адаптироваться к существующим мировым и политическим реалиям, стремиться видеть глобальные вызовы и давать на них свой ответ. Сегодня культурные основы людей укрепляет надежда на то, какой бы в будущем они хотели видеть свою страну. Людей ведут в будущее «идеалы, связанные с мечтой о справедливом обществе, с обеспечением стабильности, с надеждой на возвращение... к национальным традициям».<sup>1</sup>

**Уроки трансформации.** Тридцать лет оказалось недостаточным, чтобы усвоить уроки феномена системной трансформации. Много раз при строительстве суверенных государств на обломках бывшего Союза получалась конструкция очень похожая на недавно разрушенную. Хотя недавние образцы для подражания буквально на глазах теряют былую привлекательность. В каждой стране накапливаются новые проблемы, и уже «сам идеал прогресса как ускоряющихся инновационных перемен в наше время модифицирован в идеал устойчивого развития, когда приоритет получают такие инновационные сценарии, которые не просто взламывают и уничтожают традиции, а, адаптируясь к некоторым ее аспектам, избирательно и постепенно ее трансформируют».<sup>2</sup>

Выстраивание нового идеала развития напрямую связано с процессом адаптации к условиям глобальной нестабильности. Однако трансформация политических и экономических систем может осуществляться в относительно короткие сроки, в то время как сознание и социализация, которые были приобретены в течение долгой

---

<sup>1</sup> Тощенко Ж.Т. Социология жизни. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. С.179

<sup>2</sup> Стёпин В.С. XXI век – радикальная трансформация типа цивилизационного развития. Доклад на XVII Лихачёвских чтениях. – СПбГУП, Санкт-Петербург, май 2017 [Электронный ресурс]– Режим доступа:[http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2017/dokladi/StepinVS\\_plen\\_rus\\_izd.pdf](http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2017/dokladi/StepinVS_plen_rus_izd.pdf). – Дата доступа: 19.08.2021.

жизни, не могут подвергнуться быстрым переменам. Они продолжают влиять друг на друга и могут в процессе приспособления к новым требованиям вызывать кризис человека и системы.

Новым суверенным странам пришлось каждой в отдельности пройти свой путь осознания случившегося, испытать на собственном опыте все трудности системных перемен. Как правило, процесс трансформации продолжается до утверждения неких новых основ, которые закрепляются конституционным актом суверенной страны, а далее уже начинается – формирование, становление и укоренение новой государственности. Этот процесс может протекать молниеносно, быть быстрым, а может быть и достаточно продолжительным. Он может носить мирный характер, а может сопровождаться вооруженными стычками, протестами, вплоть до гражданского неповиновения, войн и непримиримого сопротивления. Сам процесс трансформации не может быть бесконечным. Момент завершения очередного этапа системной трансформации остается до сих пор не проясненной «из-за ее многокритериальности».<sup>1</sup> Представляется оправданным считать трансформационный этап развития завершенным, когда достигнута основная цель и решены задачи, которые выдвигались инициаторами перемен и нашли своё закрепление в конституционном акте страны, стали основой внутренней и внешней политики суверенного государства.

За прошедшее тридцатилетие государственного строительства было допущено немало ошибок. Остановимся на основных. *Во-первых*, надо понимать, что новые государства рождаются не на пустом месте, и совместная недавняя судьба – это большое преимущество. И не надо так легко от него отказываться... Укоренение государственности, осознание собственного суверенитета населением, выстраивание национальной идентичности – время больших испытаний, связанных с предвкушением новой ответственности, стремлением утвердить своё национальное родство, пройти тест на идентичность, ощутить отличие от недавнего общего. И соблазнов здесь очень много, чтобы не впасть в крайность национализма, фальсификации истории, в предъявление взаимных претензий к некогда единой исторической судьбе, соседям, переоценку недавних общих достижений, побед и поражений, дележку мудрецов, гениев и народных героев.

У новых государств должна быть объединяющая большинство населения консолидирующая цель в виде идеи, теории, смысла, нравственного примера. И обязательно – практика целеустремленной

---

<sup>1</sup> Ядов В.А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. – СПб. 2006. С.76



группы людей, их заразительный пример, подвижнический, в чем-то счастливый своей жертвенностью образ жизни, традиции, которые передаются из поколения в поколение, и счастье в повседневном бытии... Распад же начинается с сомнения, неверия, переходящего в нигилизм, к борьбе за национальную исключительность... Революции чаще начинаются с внутренних противоречий.

**Во-вторых**, страшен народ, потерявший память. Порождение нигилизма, отрицание исторического опыта, искажение или фальсификация прошлого обрекает новые поколения на бессмысленные трагедии и никому не нужные жертвы. Сегодня – это действия по десоветизации, сносу памятников советским воинам – победителям Второй мировой войны, фальсификация совместной истории. На их фоне в начале XXI в. существенно изменились формы и методы внешнего влияния на государства, не принимающие современного варварства.

**В-третьих**, с распадом Союза ССР оказалось разрушено послевоенное равновесие сил, уничтожена сложившаяся система сдержек и противовесов в мировой политике, какую представляла собой биполярная модель мира. Мир постепенно стал скатываться в хаос, а основным регулятором, мировым судьей в глобальном масштабе вновь становится военная сила.

**В-четвертых**, духовное состояние общества после распада чаще всего находится на грани полного морального оскудения. Как точен великий русский писатель Леонид Леонов, записав в своих дневниках «Падение Рима. Пришлось срыть храмы, убить мудрых, осквернить память святых, растлить молодых – ради какой там крупички впереди? Трудно было лишь сперва, пока не надломили хребет личного достоинства, – дальше все пошло гораздо легче».<sup>1</sup> «Крупичка впереди» оказалась очередным блефом... скачком в пропасть. Страна, где преобладают люди, ничего не знающие о своей истории и литературе, не увлеченные величием собственной культуры, не в состоянии что-то отстаивать или защищать... такая страна обречена прозябать на обочине цивилизации.

В нынешнее, переломное для всей цивилизации время особенно важно взглянуть в глубинную суть процессов трансформации – от них зависит будущее мирового общества.

### **Заключение**

Анализ результатов социологических исследований в рамках международного проекта «Исследование европейских ценностей» (EVS) позволили говорить о ценностном повороте в сознании

---

<sup>1</sup> Леонов Л. М. Из дневников. Собр. соч.: в 6т. – Т.4. – М., 2013. С.643-644

современной молодежи Беларуси. Изменения касаются прежде всего форм и способов их реализации. Это проявляется по отношению к семье, работе, политике, религии. Наблюдается рост уровня индивидуализма, значения личностной самореализации в семье и на работе, ориентации на собственные силы, а не только на государство в целом. Постепенно происходит изменение потребностей и ожиданий людей в публичном пространстве. Трудовая деятельность становится не просто источником средств для существования, но и важным пространством для самовыражения. Увеличивается интерес к политическим процессам, а с развитием современных средств массовой информации, наблюдается рост политической радикализации, критического восприятия важнейших событий, что оказывает влияние на формирование поведенческих установок различных социально-демографических групп населения Беларуси.

Отражая мировую тенденцию общего подъёма протестных настроений, современная молодежь радикализируется. Это поколение не потерянное, не инфантильное, не расколотое. Оно ценит индивидуализм, но откликается на чужую беду и готово жертвовать многим ради общего. У него есть свои идеи и идеалы, за которые жертвенно идет на лишения. Это поколение ориентировано на перемены и хочет жить в мире, где считаются с их мнением, приоритетна социальная справедливость. Это поколение хочет участвовать в научно-техническом прорыве, по-инновационному подходить к решению экономических проблем, рачительно использовать природные ресурсы, создавать экологически чистые производства, идентифицировать себя со своей родиной и быть своими в глобальной мировой деревне. Все более очевидным становится поворот нового поколения на Запад, принятие их потребительского образа жизни... И аргументы, которые еще вчера воспринимались молодыми людьми позитивно, сегодня уже не дают ожидаемого эффекта. Время раздумий заканчивается. Будущее определит сама жизнь и не исключено, что этот выбор будет осуществлен современной молодежью.

## ГЛАВА VI

### ВИРТУАЛЬНАЯ И ЛОКАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ РОССИЙСКОГО ЦИФРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

**Козлова Ю. В.**

*доцент, старший научный сотрудник лаборатории «Социально-гуманитарные исследования» Нижегородского государственного лингвистического университета, г. Нижний Новгород*

**Аннотация.** Дается характеристика ключевых подходов к периодизации поколений в российской и зарубежной социально-психологической науке. Приводится анализ условий межпоколенной социально-культурной преемственности. Рассматриваются особенности социальной идентичности цифрового поколения. Приводятся данные актуальных исследований, посвященных социальной идентичности современной молодежи, двойной идентичности, социального значения локальной городской и региональной идентичности.

**Ключевые слова:** Теория поколений. Цифровое поколение. Клиповое мышление. Цифровая идентичность. Гибридная идентичность молодежи.

Проблема определения критериев принадлежности к поколению является междисциплинарной, подходы к ее решению развиваются на стыке возрастной и социальной психологии и социологии.

Традиционными являются следующие подходы:

- рассмотрение поколения как возрастной общности, объединяющей сверстников.<sup>1</sup>

- определение поколения как временной общности, взросление и вступление в жизнь совпадает со значительными социально-экономическими и историческими событиями;<sup>2</sup>

- изучение поколения как особой группы в системе общества.<sup>3</sup>

При этом масштаб общественных изменений, их скорость, глубина последствий определяют то, насколько поколение будет пассионарным, то есть целостным, узнаваемым, какие знаковые персоны станут его представителями

---

<sup>1</sup> Власова, О. И. Социологический анализ поколений: научное наследие и современное состояние / О. И. Власова // Вопросы управления. – 2013. – № 3(24). – С. 82–89.

<sup>2</sup> Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: пер. с исп. / Сост., предисл. и общ. ред. А. М. Руткевича. – М.: Весь Мир, 1997. – 704 с.

<sup>3</sup> Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состязательность – экономические амбиции. М.: ИНИОН, 2000. 164 с. С.37-40

На основании «общей памяти» поколения, в которой проживания возраста слиты с социально-политическими событиями как «внутреннее с внешним» формируется представление о том, что в жизни является наиболее важным. По данным исследований Г. Шумана и Ж. Скотта, это особенно ярко проявляется в возрасте 17–25 лет, при этом именно научные достижения и новые технологии влияют на все поколения.<sup>1</sup>

Идентичность в структуре личности обеспечивает устойчивость представлений о себе и быстро меняющейся, «текучей» социальной реальности,<sup>2</sup> в которой формируются множественные ролевые, игровые, виртуальные идентичности. Это происходит вследствие ускорения социального времени, изменения его свойств, благодаря развитию виртуальности и цифровых технологий.

Еще Х. Ортега-и-Гассет подчеркивал, что от даты рождения зависит «единство жизненного пространства» поколения, которое и определяет общность его судьбы.<sup>3</sup>

П. Г. Дейниченко<sup>4</sup> дает классификацию поколений в нашей стране, близкую к получившей большой резонанс концепции Хоува-Штрауса:

- 1) «ровесники века» (1900-е);
- 2) «ровесники революции» (после 1917 г.);
- 3) «дети войны»;
- 4) поколение «оттепели» (1955–1965 гг.);
- 5) поколение «застоя» (после 1967 г.);
- 6) поколение 1990-х.

Классификация Ю.А. Левады<sup>5</sup> в еще большей степени ориентирована на знаковые события, чем на конкретные временные отрезки, в которые произошло рождение и/или взросление. В ней выделяются:

- 1) поколение революционного перелома (1905–1930 г.р.);
- 2) поколение «сталинской мобилизационной системы» (1910 и близкие г.р.);
- 3) военное и послевоенное поколение (1920–1928 г.р.);

---

<sup>1</sup> Шуман Г., Скотт Ж. Коллективная память поколений // Социологические исследования. 1992. № 2. С. 47–60

<sup>2</sup> Бауман З. Текучая современность / Пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.

<sup>3</sup> Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: пер. с исп. / Сост., предисл. и общ. ред. А.М. Руткевича. – М.: Весь Мир, 1997. – 704 с.

<sup>4</sup> Дейниченко П. XXI век. История не кончается. – М.: ОЛМА Пресс, 2000. – 350 с.

<sup>5</sup> Левада Ю.А. Поколение XX века: возможности исследования//Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2001. № 5(55). С.41-44

- 4) поколение оттепели (1929–1943 г. р);
- 5) поколение застоя (1964–1985 г.р.);
- 6) поколение перестройки (1985–1999 г.р.).

Таким образом, социологическое понятие «поколения» и его научная институализация находятся в стадии формирования, смещаются понятия «поколение», «когорта», «социальная группа», «возрастная группа», существуют теоретико-методологические трудности в описании поколенческой динамики. Так, например, дифференциации по критериям возраст/историческая эпоха/социальная роль в семье позволяет говорить о 5 поколениях современного российского общества, которые объединены адаптивной активностью. При этом близкие возрастные когорты могут в силу разных причин стать одним поколением (как например, в период Великой отечественной войны) или приобрести индивидуальные черты.<sup>1</sup>

Открытым также остается вопрос о том, можно ли считать что такие факторы как: а) всеобщая и непрерывная доступность скоростного интернета (2005-2010 гг.); б) распространение смартфонов, гаджетов и обеспечивающих приложений (2005-2015 гг.); в) формирование гибридной идентичности (в физической и цифровой реальности) привели к формированию уникального поколения с особой идентичностью и способами ее реализации, не ориентированного на поддержание преемственности с предыдущими поколениями.

Алармистское восприятие дезадаптации «зумеров» сводится к двум характеристикам:

1) они аутизированы (имеют сложности с поддержанием коммуникаций), зависимы от усвоенных моделей поведения, тревожны;

2) вследствие «двойной идентичности» они имеют возможность придерживаться самых экстравагантных взглядов и норм, не опосредуя их в реальной жизни.<sup>2</sup>

Вместе с тем, по данным исследований проекта «Поколение Z»,<sup>3</sup> в настоящий момент не наблюдается конфликта поколений, подобно

---

<sup>1</sup> Парахонская, Г. А. Поколенное исследование в социологии и социальной психологии / Г. А. Парахонская // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Педагогика и психология. – 2014. – № 2. – С. 7–15.

<sup>2</sup> Захарова, В. А. Студенты поколения Z: реальность и будущее / В. А. Захарова // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2019. – № 4. – С. 52–53.

<sup>3</sup> Гудков Л., Зоркая Н., Кочергина Е., Пипия К., Рысева А. «Поколение Z»: Молодежь времени путинского правления // Вестник общественного мнения. 2020. № 1–2 (130). С. 21-122.

тому, как это было в эпоху шестидесятников и во времена перестройки, скорее присутствуют сложности интеграции старшего поколения, вызванные социальной незащищенностью и ригидностью убеждений. Множественная идентичность помимо конфликтного потенциала содержит в себе и потенциал развития поколенческих связей.<sup>1</sup>

По данным исследования конфликтного потенциала социальной идентичности<sup>2</sup> иерархия идентичностей у представителей 4-х российских поколений (ВВ, Х, Y, Z) сходная. На первом месте (90% и более) осознание себя как гражданина России, на втором (около 80%) национальная самоидентификация, на третьем (80–90%) – поколенческая идентичность, на четвертом (около 90%) – принадлежность к общности места проживания.

При этом содержательная сторона идентичностей, их выражение в жизненных ценностях у поколений различны и содержат конфликтный потенциал и все поколения в равной степени (около половины опрошенных) осознают это.

Среди таких ценностей как дети, семья, душевный покой и комфорт, здоровый образ жизни, у всех российских поколений доминируют семья и дети, а также самореализация, что свидетельствует о том, что поколенческий разрыв вызван не различием идентификационных ориентиров, а конъюнктурой социальных практик. К ним наименее адаптировано консервативное старшее поколение.<sup>3</sup>

Исследовательский проект «Дети России Онлайн» при поддержке Высшей школы экономики с 2010 года проводит мониторинг цифровой компетентности и поведения в интернет родителей, педагогов и подростков 40 российских регионов. Обобщение данных позволяет сделать выводы о том, что когнитивные особенности (сниженная познавательная произвольность, критичность и т.д), «транзактивная память» и «клиповое мышление» – свойственны не только «цифровому поколению» и являются общецивилизационным последствием дигитализации.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Муха, В. Н. Идентичность поколений: конфликтный потенциал / В. Н. Муха, К. А. Чернявская // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – № 1. – С. 46-47.

<sup>2</sup> Там же. С.45-48

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Мифы о «поколении Z». Н. В. Богачева, Е. В. Сивак. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. М.: НИУ ВШЭ, 2019. С.64

Личностные и эмоциональные особенности, такие как инфантильность, гипотимические акцентуации личности, утрата альтруистических ценностных ориентаций – сопоставимы с возрастной нормой и напрямую связаны с экономической и социальной нестабильностью, неопределенностью критериев жизненного успеха и личных достижений. Особенно ярко это проявляется как перенос снижения заинтересованности в межличностном общении с высокой вовлеченностью из реального взаимодействия в виртуальный план. То же касается агрессивного, противозаконного поведения, так называемых «контентных угрозах». При этом педагоги и родители нередко проявляют большую пользовательскую компетентность, чем подростки,<sup>1</sup> что вполне соответствует идее «множественной идентичности» в цифровой среде Дж. Пэлфри и К. Гассер.<sup>2</sup>

Дж. Тапскотт рассматривал «сетевое поколение» (1977–1996 годы рождения), вступавшее в жизнь в период активной компьютеризации как силу, способную к массовому сотрудничеству.<sup>3</sup> С нашей точки зрения, эта способность еще более выражена у родившихся после 2000 в эпоху безлимитного интернета, смартфонов, гаджетов и приложений. Причем, нижнюю возрастную границу «российского цифрового поколения» имеет смысл отнести к концу 80-х годов XX века из-за небольшого технологического отставания, а верхние границы определяются распространением татчапов, примерно к 2010 году.<sup>4</sup>

Цифровая идентификация предполагает конструирование образов «Я», «Мы» в инфокоммуникационном пространстве с его высокими скоростями и потоковостью.<sup>5</sup> При этом именно социальная идентичность в новом мире приобретает фундаментальное значение, она становится причиной формирования жизненных смыслов, проявления свободы и плюрализма, последствия которого в цифровой среде еще только начинают проявляться.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup>Солдатова Г. У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017. С.91-92

<sup>2</sup>Пэлфри, Дж. Дети цифровой эры /Дж. Пэлфри, У. Гассер. М., 2011. 368 с. С.11

<sup>3</sup>Тапскотт, Дж. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / Дж. Тапскотт, Э. Уильямс. М., 2009. 392 с. С.72

<sup>4</sup>Максимова, О. А. "Цифровое" поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О. А. Максимова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22(313). – С. 6–10.

<sup>5</sup>Соловьева, Л. Н. Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи / Л. Н. Соловьева // Общество: философия, история, культура. – 2018. – № 12(56). – С. 40–43.

<sup>6</sup>Сологубова, Г. С. Составляющие цифровой трансформации: монография / Г. С. Сологубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 147 с. С.13-14

Таким образом, вне концепта Хоува-Штрауса об «особенном поколении Z», интерпретации психологических данных не свидетельствуют о том, что цифровые технологии и виртуальная социальная практика сказываются на молодежи в большей степени, чем на взрослых. Возможно, взрослые являются более умелыми пользователями, а подростки и молодежь – более умелыми создателями медийного контента.<sup>1</sup>

Вместе с тем каждое предыдущее поколение выступает для последующего посредником, обучая его своим смыслам и способам действиям, создавая основу для выработки собственных жизненных моделей. Этим и создается запас прочности, «диапазон изменчивости», фактор неопределенности социальной системы, который и обеспечивает возникновение новых, более совершенных социальных практик.

По данным социально-психологических исследований, цифровизация наряду со знаково-предметной и социальной средой стала значимой сферой социализации детей и подростков и ее значение продолжает усиливаться. Цифровизация включается в структуру ведущего вида деятельности уже в раннем детстве, проходя этапы: манипулирования гаджетами; использования интернет-контента в сюжетных играх; обучения с применением интерактивных и онлайн-технологий; общения со сверстниками в контексте соцсетей и мессенджеров; профессиональное самоопределение, опосредованное в интернет-среде.<sup>2</sup> В то же время, старшим представителям российских «цифровых аборигенов» нет еще и 40, поэтому дать характеристику гибридной цифровой идентичности на протяжении всех возрастных этапов можно будет лишь через 30-40 лет.

Видимо, концепция «аутизированного поколения Z» в контексте «теории поколений» не учитывает внутреннюю динамику деятельности и общения в процессе формирования социальной идентичности, ограничиваясь лишь внешним признаком, возрастом.<sup>3</sup> Молодежь (зуммеры) как возрастной диапазон характеризуется и общевозрастными особенностями социального освоения мира, миропониманием и мироотношением, и поколенческими признаками, которые возникли в ответ на экономические, политические и

---

<sup>1</sup> Максимова, О. А. "Цифровое" поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О. А. Максимова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22(313). – С. 6-10.

<sup>2</sup> Плешаков В. А. Теория киберсоциализации человека: Монография / Под ред. А.В. Мудрика. М.: "HomoCiberus", 2011

<sup>3</sup> Нечаев, В. Д. "Цифровое поколение": психолого-педагогическое исследование проблемы / В. Д. Нечаев, Е. Е. Дурнева // Педагогика. – 2016. – № 1. – С. 42–44.



социально-культурные макроусловия. Система идентичностей современной молодежи, таким образом, формируется между полюсами конструктивной, действенной вовлеченности и социальной практикой, опосредованной виртуально.

Именно локальная идентичность, особенно в условиях крупного города, может стать тем связующим звеном, которое раскроет уникальный ресурс «цифрового поколения» и обеспечит преемственность поколений, предотвратит рост социальной атомизации в молодежной среде.

Локальная идентичность представляет собой начальный уровень территориальной идентичности, проживание принадлежности к определенному месту. Именно на ней основаны социально-культурные, политические идентичности молодого человека и его социальные практики.<sup>1</sup> Пространственная отнесенность себя, своего «жизненного мира» неизбежно определяется культурным ландшафтом населенного пункта, его знаково-символической системой, необходимостью наполнять его жизненными смыслами и способностью адаптироваться в городском пространстве. То есть молодой человек цифрового поколения априори формируется как носитель гибридной идентичности, в формирующемся самосознании которого события репрезентованы под влиянием виртуального и территориального пространства. Взаимообусловленность двух этих факторов представляется актуальной научно-исследовательской задачей.

При этом наряду с термином «локальная идентичность» применяются понятия «идентичность места» (система смыслов в сознании жителей), «городской идентичности» (связанной с местом проживания), также связанные с психофизическим и социально-историческим опытом, при этом глобализация и социальная мобильность затрудняют идентификацию.<sup>2</sup>

Для выявления специфики локальной городской идентичности молодежи в мае-июне 2021 года нами был проведен опрос студентов

---

<sup>1</sup> Самаркина, И. В. Локальная идентичность городской молодежи: основные компоненты и место в системе социальных идентичностей (на материалах эмпирического исследования городской молодежи Краснодарского края) / И. В. Самаркина, И. С. Башмаков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2021. – Т. 23. – № 1. – С. 161–162.

<sup>2</sup> Самаркина, И. В. Локальная идентичность городской молодежи: основные компоненты и место в системе социальных идентичностей (на материалах эмпирического исследования городской молодежи Краснодарского края) / И. В. Самаркина, И. С. Башмаков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2021. – Т. 23. – № 1. – С. 162–163.

социально-гуманитарных специальностей по модифицированной методике П. Л. Крупкина.<sup>1</sup>

Локальная идентичность измерялась следующим параметрам:

- локальная география города;
- значимые места;
- символические ценности и герои города;
- готовность к солидаризации

Молодым людям 1983–1997 (далее F2000) и 1998–2003 (далее A2000) годов рождения в числе прочего предлагалось:

1) назвать значимые места и символические пространства Нижнего Новгорода;

2) определить преобладающую идентичность (городская; региональная; общероссийская; евразийская (СНГ); европейская; глобальная).

3) охарактеризовать социальную интеграции и безопасности («Если говорить о людях, которые окружают лично Вас, среди них больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности?»)

4) выразить свою готовность к солидаризации («Причисляете ли себя к людям, готовым объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий, если совпадают идеи и интересы? Или к тем, кто не готов объединяться?»)

Символическим центром города для 75% F2000 и для 100% A100% является площадь Минина, с которой открывается вид на слияние Оки и Волги, еще для 60% F2000 и 75% A2000 это древний кремль, в котором находится Вечный огонь и здание городской администрации. При этом «не ощущают центра» лишь 1,5% F2000, и никто из A2000. Зато в категории A2000 25% ощущают символическим центром район своего проживания.

F2000 в равной степени ощущают себя россиянами, жителями Поволжья, нижегородцами и гражданами мира (по 25%). А вот у 40% A2000 преобладает ощущение себя как жителя региона, еще 25% прежде всего ощущают себя россиянами и по 15% жителями города и гражданами мира.

По показателю социальной интеграции и безопасности 75% F2000 выбрали вариант «скорее согласия, сплоченности» и 25% - «безусловно согласия, сплоченности». У A2000 сумма этих показателей даже чуть больше – 85%, но 10% выбрали «скорее несогласия, разобщенности».

---

<sup>1</sup>Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ. Случай Владимира, Смоленска и Ярославля / Д. Мальцева, Л. Жвирблис, Р. Евстифеев] // Векторы развития современной России. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Нестор-История", 2016. – С. 264–280.

Кроме того, 100% F2000 готовы солидаризироваться, а среди A2000 таких 75% и еще 25% затрудняются ответить.

Таким образом, у обеих возрастных категории, которые относятся к «цифровому поколению», а вторая в большей степени представляет российское «поколение Z», присутствуют общие составляющие локальной идентичности. Это как внешние, пространственные элементы городского ландшафта, исторической символики, так и готовность к интеграции на основе общих идей. Значима также региональная, которая является как бы формой проявления общероссийской. При этом глобальную идентичность ощущают лишь 20% «зумеров», соответственно, не более 10% представителей «цифрового поколения».

Идентичность молодых людей, как психосоциальный комплекс, задающий эмоционально заряженное причисление группе, определяющий правила группы, базируется на солидаризации и проявляется в поведении.<sup>1</sup> Следовательно «гибридная идентичность» рассматриваемых нами когорт «цифрового поколения», не утратила потребности в идентификации в локальных ландшафтах городского пространствами, также для них актуально объединение с единомышленниками и чувство причастности региональным процессам. То есть можно говорить о том, что «двойная идентичность» не содержит в себе противоречия, а «виртуализация» является средством, инструментом, дополнительным пространством, где действуют все те же идентификационные критерии.

Исходя из вышеприведенного, социальная адаптация и идентификация молодого поколения в условиях «двойной реальности» не является препятствием поколенной преемственности и не создает основы для возникновения личности особого типа с фрагментированным мышлением и клиповым сознанием. Цифровое поколение как в той части, которая выросла с активным применением компьютерных технологий для получения информации, общения и игр, так и та, становление которой происходит с применением цифровых технологий и гаджетов, сохраняют ориентированность на реальные отношения реальные ландшафтные и символические жизненные пространства.

Стоит также отметить, что существует проблема интеграции молодежи в профессиональную деятельность, поскольку в соответствии с глобальными трендами сфера труда потребует выработки множественной идентичности нового типа, подобно тому,

---

<sup>1</sup> Россия и Современность: Проблемы совмещения: Опыт рационального осмысления / П.Л. Крупкин. М.: Флинта: Наука, 2010. с.568. С.122

как это произошло с деловыми и межличностными коммуникациями в эпоху взрывного развития социальных сетей.<sup>1</sup>

Таким образом, цифровизация создала предпосылки для формирования гибридной идентичности нового типа, «цифровая идентичность» стала своеобразной надстройкой по отношению к этнической, государственной, групповой. При этом роль локальной идентичности, в том числе городской и региональной усиливается, так как именно на этом уровне возможна интеграция молодого поколения в общественные процессы, построение карьеры, семьи, успешное согласование виртуальных и реальных социальных практик.

---

<sup>1</sup> Козлова Ю.В. Городская идентичность в эпоху цифровизации и посттруда // Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. - №5. – с. 41-44.

## **ГЛАВА VII**

### **ЯЗЫКОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ПОКОЛЕНИЯ Z В ПОЛИЭТНИЧНОМ РЕГИОНЕ<sup>1</sup>**

**Шайхисламов Р.Б.**

*профессор кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
главный научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Асадуллина Г.Р.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Садретдинова Э. В.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Садыкова Р. Р.**

*аспирант Башкирского государственного  
университета, научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Аннотация.** В данной главе на основе анализа некоторых результатов авторских исследований 2019–2020 гг. рассматриваются особенности формирования языковой идентичности поколения Z в полиэтничном регионе. Описаны функции языка, а также факторы, определяющие языковой профиль и языковое поведение человека. Обоснована значимость языка и языковых практик в представлениях молодежи.

**Ключевые слова:** поколение Z, родной язык, язык межнационального общения, международный язык, языковая идентичность

В рамках реализации проекта «Конструирование «родной язык» и «проблема сохранения родного языка» в молодежной среде Республики Башкортостан» при финансовой поддержке РФФИ и Правительства РБ нами был в мае 2020 года проведен анкетный опрос учеников 9–11 классов общеобразовательных учебных заведений РБ.

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проектов № 19-411-020007\19"Социальное конструирование родного языка и проблем его сохранения в молодежной среде Башкортостана", поддержанного Российским фондом фундаментальных исследований и Правительством Республики Башкортостан; «Интолерантность, толерантность, диалог в межэтнической коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности».

Выборка – квотированная по муниципальным образованиям с дальнейшим случайным отбором. Всего респондентов – 560 человек, среди которых ученики 9 класса составили 35%, 10 класса – 32%, 11 класса – 33%; учащиеся городских школ – 63,4%, учащиеся сельских школ 36,6%. Респондентам было предложено определить свою одну или несколько (если считают это важным) этническую принадлежность («национальность»). По этнической идентичности респонденты распределились следующим образом: русские – 36,3%; башкиры – 23,1%; татары – 21,4%; других идентичностей (мари, мордва, чуваш, удмурты, украинцы) – 4,7%; с двойной или тройной идентичностью 14,5%. Среди последних есть такие этнические самоопределения: «русский и башкир»; «русский и татарин», «башкир и татарин», чуваш и татарин», «русский и украинец» и т. п.).

Выделение респондентов, указавших двойную или тройную этническую идентичность, в отдельную группу дает возможность исследовать особенности как этнических процессов в регионе, так и этнической идентификации личности в период ее юности.

По нашим другим исследованиям, среди молодежи ведущим фактором этнической идентичности является национальность родителей. Хотя в опросе, данные которого анализируются в настоящей работе, мы не выявляли вес факторов этнической идентичности школьников, другие данные показывают, что этническая идентичность детей и их родителей чрезвычайно тесно связаны.

*Таблица 1*

**«Ваши родители – люди одной или разных национальностей?»**

	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Одной и той же национальности	80,7	96,0	92,1	92,4	95,5	0
Разных национальностей	19,3	4,0	7,9	7,6	4,5	100

Как видим, полностью совпадает идентичность респондентов с этничностью родителей среди русских – на 96%, среди татар – на 92,1%, среди башкир – на 92,4%, среди мари, чувашей, мордвы, украинцев, удмуртов обобщенно – на 95,5%. В то же время другая строка в таблице показывает, что одинарная этническая идентичность формируется и в этнически смешанных семьях (4% из таких семей идентифицируют себя как русские, 7,9% - как татары, 7,6% - как башкиры, 4,5% - обобщенно как мари, мордва, удмурты, чуваш,

украинцы. Масштаб ассимиляции, судя по этим данным, в настоящее время остается небольшим.

В нашей выборке 19,3% респондентов – из этнически смешанных семей; из них, как отмечали выше, 14,5% респондентов указали не одинарную, а двойную, а некоторые – и тройную этническую идентичность; соответственно, 4,8% - одинарную идентичность. Это довольно значительный факт, который требует особого анализа.

Насколько можно говорить о двойной и множественной этнической идентификации как о значимой тенденции?

Прежде всего, относительно объекта нашего исследования – юношей и девушек 15 –17-летнего возраста, судить об их этнической идентичности довольно сложно. Мы в таком возрасте имеем дело не со сложившейся в основных чертах этнической идентичностью, а с процессом этнической идентификации, с поиском себя в этнической картине общества. Поскольку, как уже говорилось, национальность родителей является основным фактором этнической идентичности, то значительная часть детей из этнически смешанных семей определяют себя по национальности и отца, и матери. Тройная идентичность обычно связана с национальностью бабушки и/или дедушки, которые активно участвуют в формировании своих внуков и внучек. В наше время «третье поколение», в силу занятости своих детей на работе более активно участвующие в воспитательном процессе, также становится важным агентом этнической социализации детей. Но не факт, что в более зрелом возрасте все эти юноши и девушки продолжают считать себя человеком двойной или тройной идентичности. С изменениями места жительства, учебы и работы человека меняется и его социокультурная среда – язык общения, традиции, обычаи, общественное мнение. В какой степени различные факторы этнической идентификации смогут в молодежной среде конкурировать с фактором «национальность родителей» — это предмет особого исследования.

Двойная этническая идентичность человека связана в немалой степени с тем, что в подростковый период завершается первая стадия социализации и инкультурации (в т. ч. этнической), связанная преимущественно с адаптационными процессами. В юности наступает (но еще не завершается) вторая стадия – интериоризация, для которой характерно формирование ценностных ориентаций – системы внутренних факторов «Я-концепции» - (идеалов, принципов, убеждений). Двойственная этническая идентичность, в определенной мере являющаяся проявлением незавершенности этнической социализации, может быть в последующем процессе индивидуализации личности, формировании Я – и Мы концепции

трансформирована в одинарную этническую идентичность. Двойная или тройная этническая идентичность может и сохраниться в более зрелом возрасте человека, если разные языковые и иные компоненты этнической культуры будут в самосознании или сосуществовать, или синтезироваться при сохранении их автономности.

По нашим исследованиям, языковая идентичность (язык, на котором думают, говорят, общаются), наряду с этнокультурной идентичностью, является вторым после национальности родителей основанием этнического самоопределения человека. В дальнейшем мы и будем рассматривать взаимосвязь языковой и этнической идентичности старшеклассников.

В условиях полиэтничных регионов, к каковым относится Республика Башкортостан, актуальной проблемой является многоязычие, под которым мы понимаем не количественную, а качественную характеристику языковой среды. Многоязычие – это не сосуществование в отдельном социальном пространстве ряда языков, а их взаимосвязь и взаимодействие, создающие единую социокультурную основу регионального социума. Многоязычие, прежде всего, связано с билингвизмом, знанием, умением и навыками коммуникации на разных вербальных системах. В российских регионах русский язык является не только этническим («русским»), но и межэтническим (языком межэтнического общения). В этом плане владение русским языком является нормой для всех молодых людей, независимо от их этнической идентичности. Но насколько является нормой владение «нерусскими» (мы берем это слово в кавычки, понимая многозначность этого слова) языками в полиэтничных регионах? И насколько остается нормой владение языком своей этничности для «нерусских»?

Рассмотрим ответы старшеклассников об уровнях знания ими языков народов РБ (кроме русского языка, которым владеют все старшеклассники) – башкирским, татарским, чувашским, удмуртским, марийским, удмуртским, мордовским, украинским, которые в наибольшей степени представлены в языковом ареале региона. Эти данные проанализированы по группам этнических идентичностей респондентов – русских, башкир, татар, а также обобщенно – двойной и тройной идентичности. По другим этническим группам анализ не проводился из-за отсутствия репрезентативности выборки.



Таблица 2

**Владение старшекласниками русской идентичности  
языками народов Башкортостана (кроме русского), в %\***

<i>Могут свободно говорить, писать и читать на другом языке РБ</i>		12,4
<i>Могут свободно говорить и читать, но не умеют писать</i>	на башкирском языке	12,4
	на татарском языке	1,2
<i>Могут свободно говорить, но не умеют читать и писать на языках РБ</i>		0,8
<i>Могут разговаривать отдельными словами, фразами на языках РБ</i>		28,4
<i>Кроме русского, вообще не владею другими языками РБ</i>		44,8

Среди учащихся русской идентичности более половины (55,2%) на том или ином уровне владеют навыками общения на языке других народов региона, правда, большая часть их может разговаривать, используя отдельные слова и фразы. Примерно одинаковая доля русских респондентов или полностью владеют, или свободно говорят и читают, но не умеют писать на другом языке региона. Менее половины учеников русской идентичности не могут общаться на другом языке и на уровне отдельных слов и фраз. Учитывая лидирующую роль русского языка в общении в молодежной среде, мы бы отметили достаточно высокий уровень двуязычия среди русских учеников. Двуязычие русских учеников чаще всего встречается в многонациональных селах, поселках и малых городах.

Таблица 3

**Владение старшекласниками башкирской идентичности  
языками народов Башкортостана (кроме русского), в %**

<i>Могут свободно говорить, писать и читать</i>	на башкирском языке	63,0
	на татарском языке	0,8
<i>Могут свободно говорить и читать, но не умеют писать</i>	на башкирском языке	25,2
	на татарском языке	14,2
<i>Могут свободно говорить, но читать и писать не умеют</i>	на башкирском языке	5,9
	на татарском языке	17,9
<i>Могут разговаривать отдельными словами, фразами</i>	на башкирском языке	5,9
	на татарском языке	20,1
	на другом языке	2,4

Среди учеников с башкирской идентичностью более половины могут свободно говорить, писать и читать на башкирском языке, четверть – могут свободно говорить и читать, но не обладают навыками письма на башкирском. В целом, на башкирском языке могут свободно говорить 94% учеников башкирской идентичности. Что касается многообразия языковых компетенций этих респондентов,

надо ответить, что 33% могут свободно говорить на татарском языке. В этом особо удивительного нет, если учитывать близость башкирского и татарского языков. Однако языковые компетенции учеников башкирской идентичности практически не выходят за пределы русского, башкирского и татарского языков.

Если исходить из того, что знание отдельных слов и фраз не является критерием владения языком, то 6% учеников башкирской идентичности можно считать обладающими навыками общения на языке этничности.

Таблица 4

**Владение старшеклассниками татарской идентичности  
языками народов Башкортостана (кроме русского), в %**

<i>Могут свободно говорить, писать и читать</i>	на татарском языке	24,7
	на татарском и башкирском языке	28,0
	на татарском и другом (марийском, чувашском, удмуртском) языке	3,6
<i>Могут свободно говорить и читать, но не умеют писать</i>	на татарском языке	23,6
	на башкирском языке	6,7
<i>Могут свободно говорить, но читать и писать не умеют</i>	на татарском языке	13,5
	на башкирском языке	11,2
<i>Могут разговаривать отдельными словами, фразами</i>	на татарском языке	6,6
	на башкирском языке	6,6
	на марийском языке	2,2

Всеми уровнями этноязыковой компетентности (говорить, читать, писать на татарском языке) обладает более половины (56,3%) учеников татарской идентичности. В целом, свободно говорят на татарском языке (часть из них только говорят, часть и читают и/или пишут) 93,4% учеников татарской идентичности. 6,6% учеников татарской идентичности, знающих лишь отдельные слов и фразы на татарском языке, присущее, по сути, не владеют языком своей этничности.

Наряду с тем, что у учащихся башкирской и татарской идентичностей много общего в уровне этноязыковой компетентности, обращает внимание и то, что значительная часть учащихся татарской идентичности могут свободно говорить на башкирском языке, в том числе 28% из них отмечают, что не только свободно говорят, но и читают и пишут по-башкирски. Среди возможных факторов многоязычия учащихся татарской идентичности можно указать не только близость татарского и башкирского языков, но изучение ими башкирского языка в школах в селах с преобладающим башкирским населением, трансляцию радио и телепередач на башкирском языке, общение со сверстниками в поселениях со значительной долей башкир.

Особый интерес представляет этноязыковые компетенции учащихся с двойной (некоторые – тройной) этнической идентичностью. Во-первых, все они из этнически смешанных семей, следовательно, можно предположить и о большем многообразии этноязыковой компетенции. Во-вторых, интерес представляет проблема передачи детям родных языков родителей.

Таблица 5

**Владение старшекласниками двойной и тройной идентичности языками народов Башкортостана (кроме русского), в %**

<i>Могут свободно говорить, писать и читать</i>	на башкирском языке	21,0
	на татарском языке	8,6
	на башкирском и татарском языках	10,5
	на башкирском или татарском, и на другом языке РБ	13,8
	только на русском языке	46,1
<i>Могут свободно говорить и читать, но не умеют писать на языках</i>	на башкирском языке	8,6
	на татарском языке	37,0
	на другом языке	6,2
<i>Могут свободно говорить, но читать и писать не умеют на языках</i>	на башкирском языке	9,9
	на татарском языке	16,1
	на марийском языке	3,7
	на чувашском языке	2,5
<i>Могут разговаривать отдельными словами, фразами на языках</i>	на башкирском языке	8,5
	на татарском языке	13,5
	на другом языке	6,2

Многообразие этих идентичностей респондентов было описано выше (в двойной и тройной идентичности как одну из составных указали русскую идентичность – 11,1%; башкирскую – 7,8%; татарскую – 6,9%; марийскую – 1,5%; украинскую – 1,1%; чувашскую – 0,4%, другие – по 0,2%). У основной части учеников с двойной идентичностью один из родителей является представителем русских, башкир или татар. Поэтому нас интересует знание учащимися двойной этнической идентичностью в первую очередь башкирского и татарского языков.

Почти половина из числа учеников с двойной или тройной этнической идентичностью в полной мере обладают башкирским, татарским или иным «нерусским» языком региона; 46,1% могут свободно говорить, читать и писать только на русском языке. По сравнению с моноэтническими семьями такой уровень этноязыковой компетентности представляется достаточно невысоким.

Если учитывать владение такими учениками и русского языка, то билингвы среди них составляют почти треть, полиглоты (три и более языка) – четверть.

Разговорный уровень владения языком достаточно высок относительно татарского языка: свободно говорят на этом языке (различия касаются лишь умения читать и писать) три четверти респондентов двойной идентичности. Разговорным башкирским языком владеют почти 60% респондентов двойной идентичности. Таким образом, можно предположить о наличии в этнически смешанных семьях русско-башкирско-татарского разговорного многообразия.

Особой проблемой, представляющей интерес для исследователей поколения Z, является конструирование языка как родного. Для представителей предыдущих поколений определение того, какой язык является родным, не был особо проблематичным, как сегодня. Доля межэтнических браков в Башкортостане росла в период молодости представителей поколений X и Y, и для большей части для супругов в таких семьях вопрос о том, какой язык у них родной, практически не возникал. А у детей из этнически смешанных семей подобный вопрос возникает неизбежно. Однако вопрос, какой же язык является родным, могут задавать себе и билингвы, полиглоты, даже при их одинарной этнической идентификации.

Таблица 6

**Какой язык старшеклассники считают родным? \***

Родной язык	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Русский	57,1	100,0	5,6	2,5	31,8	69,1
Башкирский	23,8	0,0	2,2	97,5	9,1	16,0
Татарский	17,1	0,0	95,5	0,8	0,0	12,3
Чувашский	0,9	0,0	0,0	0,0	13,6	2,5
Марийский	2,5	0,0	0,0	0,0	22,7	11,1
Удмуртский	1,6	0,0	0,0	0,0	22,7	3,7
Мордовский	0,4	0,0	0,0	0,0	4,5	1,2
Украинский	0,4	0,4	0,0	0,0	4,5	0,0
Другой	1,1	1,6	0,0	0,0	0,0	2,5
Два родных языка	4,9	2,0	3,4	0,8	9,1	18,5

\*Респонденты могли указать в качестве родного не один, а несколько языков (таковых – 4,9% респондентов), поэтому в сумме количество ответов превышает 100%.

Как видно из этих данных, абсолютное большинство (от 95 до 100%) учащихся русской, башкирской и татарской идентичностей родным считают язык этничности. Следовательно, в данном случае мы имеем дело с практически полным совпадением этнической и языковой идентичности, определяемой на основе родного языка.

Если же рассмотрим обобщенную группу «другие одинарные идентичности», то видим иную картину. Практически треть респондентов этой группы считает родным или одним из родных русский язык. 9,1% учащихся из этой группы указывают наличие у них двух родных языков, 80,9% - только одного языка как родного.

Намного сложнее ситуация с определением родного языка среди учащихся двойной и тройной этнической идентичности. С одной стороны, это и понятно, если учесть, что родной язык очень часто определяют по своим родителям. Сложность ситуации определяется тем, что дети из этнически смешанных семей поставлены перед выбором – признать язык одного из родителей, или обоих родителей родным, или признать родным язык ни одного из родителей, а другой язык, который лучше знают, больше общаются, думают на этом языке. Среди учащихся, идентифицирующих себя с двумя или тремя этносами, 76,5% указали как один из них русских. Считают же русский язык родным 69,1% учащихся двойной и тройной идентичности. Следовательно, во всех случаях в семьях, в которых один из родителей является русским, дети определяют русский язык как родной. Данный фактор может объясняться разными обстоятельствами – живут ли совместно родители или нет, кто из родителей больше занимается детьми и т. п. Как отмечалось выше, русский язык признают родным (или одним из родных) не только те, кто считает себя «наполовину русским».

Определение того или иного языка как родного представляет собой оценочное отношение. Можно на основе объективных данных судить об языковых компетенциях личности, но нет объективных критериев для установления ее родного языка. Родной язык – это результат социального и индивидуального конструирования. Общественное мнение определяет, какой язык следует считать родным. Каждый индивид – в консонанс или диссонанс общественному мнению – устанавливает, какой язык для него является родным. При этом понятие «родной» и многозначно, и расплывчато. Поэтому конструирование концепта «родной язык» для подрастающего поколения является процессом сложным и противоречивым.

Мы предложили респондентам определить свое отношение к указанным в таблице конструктам («почему мой родной язык для меня

родной?»). Мы предполагали наличие в общественном сознании следующих типов конструктов, определяющих суть родного языка: социальный тип (определение родного языка по языку семьи и этноса), коммуникативный тип (речь детства, мышления, общения, степень языковой компетенции); эмотивный тип (язык чувств, эмоций). Мы также предполагали, что у поколения Z ведущую роль играет коммуникативные конструкты, и, прежде всего, такие признаки, как «язык, на котором думаешь» и «язык, на котором легче общаться». Однако конструирование концепта родного языка, как мы видим из приведенной ниже таблицы, не претерпела каких-либо принципиальных изменений по сравнению со старшими поколениями.

Известно, что не всегда самоопределение этничности напрямую связано признанием языка этничности в качестве родного. Наши респонденты могли предлагать конструкцию родного языка, имея в виду не только язык этнической идентичности, но и другой язык, признаваемый как родной.

Больше всего свое согласие респонденты всех этнических идентичностей выразили с конструктом «родной язык – самый первый язык, на котором со мной разговаривали» (более 70%).

*Таблица 7*

**Принятие конструкта «родной язык – самый первый язык, на котором со мной разговаривали»**

Согласие с конструктами	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Полностью	71,3	77,1	70,8	74,8	54,5	53,1
Частично	22,7	19,3	22,5	19,3	22,7	38,3
Никак	6,1	3,6	6,7	5,9	22,7	8,6

Здесь будет уместно отметить, что в ряде европейских и азиатских языков родной язык обозначается как материнский язык. Язык, на котором мать разговаривает со своим ребенком в его младенческом возрасте, является особым. Он передает не столько смыслы и обозначения, сколько чувства (интонации, колыбельные песни). Этот язык сохраняется не только на рациональном, но и на подсознательном уровне. Материнский язык, даже забытый во взрослом периоде жизни человека, продолжает существовать в неявной форме. Он вызывает теплые воспоминания, является эмоционально притягательным. Однако совершенно не изученным, к сожалению, является вопрос общения матери с малолетним ребенком. С позиций социологической науки можно предположить, что общение матери и ребенка утрачивает своей особой роли «родной – материнский язык» в

силу трудовой занятости матери, огромного дефицита времени на семейное общение.

Более 70% учащихся русской, башкирской и татарской идентичности полностью разделяют такое определение родного языка, однако таковых значительно меньше среди респондентов с двойной идентичностью и обобщенно других одинарных идентичностей. То, что чуть более половины респондентов двойной идентичности полностью согласны с определением родного языка как самого первого языка, можно объяснить двуязычием в межнациональных семьях. Но открытым остается вопрос о том, почему пятая часть респондентов обобщенно других этнических идентичностей никак не согласна с этим концептом.

В определенной степени отношение к концепту «родной язык – первый язык» выступает консонансом отношения к другому концепту – «родной язык – язык души».

Таблица 8

**Принятие конструкта «родной язык – язык моей души, моих чувств»**

Согласие с конструктами	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Полностью	50,4	59,8	49,4	44,5	40,9	33,3
Частично	38,0	31,3	34,8	46,2	27,3	53,1
Никак	11,6	8,8	15,7	9,2	31,8	13,6

Полностью согласна с последним определением половина и более учащихся русской, татарской и башкирской идентичностей, тогда как среди учащихся с двойной идентичностью более половины согласны с таким суждением лишь частично. Почти треть учащихся обобщенно других одинарных этнических идентичностей никак не согласна с этим конструктом. Можно предположить, что факторы, влияющие на отношение к двум указанным выше конструктам у представителей различных этнических идентичностей, одни и те же.

Язык детства может оставаться родным в подростковый, и в юношеский период, но может и перестать полностью или частично таковым в зависимости от особенностей сфер общения. Условно эти сферы общения можно подразделять на приватную и публичную. Приватная сфера общения включает в себя семью, друзей. Публичная сфера общения – это учебная и массовая коммуникация. В разных сферах один и тот же человек может общаться на разных языках, или пользоваться в одной и той же сфере разными языками. В юношеском возрасте роль публичной сферы общения возрастает.

Функциональность того или иного языка в публичной сфере приобретает для процесса этнической идентификации в юности большее значение, чем в детстве. Если учесть, что ведущую роль в публичной сфере играет русский язык, то можно предположить, что функциональность русского языка может придать большее значение конструкту «родной язык – коммуникативно функциональный язык» (в формулировке для респондентов – «родной язык – язык, на котором мне легче и лучше общаться»).

Таблица 9

**Принятие конструкта «родной язык – это язык, на котором мне легче и лучше общаться»**

Согласие с конструктами	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Полностью	67,0	73,1	52,8	67,2	59,1	65,4
Частично	24,5	20,5	37,1	24,4	22,7	23,5
Никак	8,6	6,4	10,1	8,4	18,2	11,1

В «рейтинге» конструктов родного языка функциональный подход занимает второе место после конструкта «первый язык». Для учащихся русской идентичности функционализм языка как признака родного очевиден, поскольку в большинстве своем русский язык является средством общения и в приватной, и в публичной сферах. Однако для учащихся других этнических идентичностей – функционализм как признак родного языка не во всем является несомненным. Например, для башкир, татар или представителей других идентичностей общение на русском языке в публичной сфере может быть более функциональным, чем на языке этничности, но из этого для них не следует вывод, что неизбежно произойдет трансформация родного языка. Отсюда и более осторожное отношение к прагматическому подходу конструирования родного языка со стороны учащихся «нерусских» идентичностей.

С другой стороны, не везде в публичной сфере русский язык является доминирующим, например, в сельской местности, в поселках и малых городах. Отсюда и отношение к функциональному подходу может быть неоднозначным и противоречивым, особенно судя по приведенным данным, среди башкир.

Аскриптивный подход в конструировании родного языка сформулирован в виде суждений «язык моего рода (родителей, родственников)» и «язык моего народа»).



Таблица 10

**Принятие конструкторов «родной язык – язык моего рода, родителей, родственников» и «родной язык – язык моего народа»**

Согласие с конструктами	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
«Язык родной – язык моего рода, родителей, родственников»						
Полностью	64,1	67,5	67,4	82,4	72,7	21,0
Частично	29,3	28,1	27,0	17,6	18,2	55,6
Никак	6,6	4,4	5,6	0,0	9,1	23,5
«Родной язык – язык моего народа»						
Полностью	56,1	54,6	55,1	84,9	86,4	11,1
Частично	34,5	40,2	37,1	15,1	9,1	49,4
Никак	9,5	5,2	7,9	0,0	4,5	39,5

Вполне понятно, этот подход меньше, чем остальные, разделяют учащиеся двойной этнической идентичности: формулировки «один родной язык – два рода», «один родной язык – два народа» вызывают сомнения. Комфортнее признать свою принадлежность к двум или даже трем этносам, но дискомфорт может вызвать признание родным двух и более языков. По крайней мере, неизбежно встает неудобный и трудный вопрос – какой язык роднее?

Что касается учащихся одинарной этнической идентичности, то в целом превалирует согласие с конструктором «язык родственников» по сравнению с конструктором «язык народа». Следовательно, немногим больше значения для молодых людей имеет то, на каком языке говорят родители, ближайшие родственники, нежели этнический язык. Поэтому общение родителей на родном языке значительно для конструирования детьми родного языка, чем этническая идентичность. Особо отметим отношение к аскриптивным конструкторам учащихся башкирской и (обобщенно) других идентичностей. «Язык рода» и «язык народа» являются для них наиболее важными компонентами конструирования. Это объясняется, в первую очередь, тем, что эти респонденты представлены в большинстве своем сельскими жителями. Как известно, в сельской местности родственные связи являются более значимыми, чем в городе.

Одними из самых распространенных конструкторов в общественном сознании является «родной язык – язык, на котором думаю».

Таблица 11

**Принятие конструкта «родной язык – это язык, на котором я думаю»**

Согласие с конструктами	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Полностью	61,8	74,3	39,3	54,6	63,6	58,0
Частично	26,3	17,3	43,8	31,1	9,1	32,1
Никак	12,0	8,4	16,9	14,3	27,3	9,9

В традиционном обществе, а также в сферах общения полностью на одном языке, практически отсутствует дифференциация языка по признакам мышления («думаю»), речевой деятельности («говорю») и общения («разговариваю»). В условиях многоязычного общения, а также речевой деятельности на двух и более языках (в первую очередь, у детей и молодежи – в учебных заведениях) происходит дифференциация этих трех аспектов языка. Вначале формируются навыки речи на другом языке, в дальнейшем – навыки общения на другом языке, и на этой основе и формируются навыки мышления на другом языке. Таким образом, навыки билингвизма формируются поэтапно. Однако чрезвычайно важным является вопрос – насколько может быть устойчивым, неизменным может быть билингвизм на уровне мышления? Можно успешно сочетать два и более языка во внешней речевой деятельности, но насколько это возможно на уровне внутренней речи, мышления? Сохраняется ли единство внутренней и внешней речи в пределах одной и той же знаковой системы, если индивид использует две (или больше) знаковые системы? Мы полагаем, что такое возможно лишь у отдельных индивидов. Как правило, билингв в межкультурном общении осуществляет постоянный перевод внутренней речи на одном языке на внешнюю речь на другом языке, и, наоборот, что заметно по стилистике речи. Нам представляется, что большая часть молодых людей, владеющих двумя и более языками и имеющие постоянную практику общения на разных языках, во внутренней речи начинают использовать только одну знаковую систему («язык, на котором думаю»). Таковым становится язык, являющийся более функциональным, наиболее часто применяемым в речевой деятельности и общении.

Абсолютное большинство респондентов русской идентичности и думают, и говорят, и общаются на одном и том же – русском – языке, поэтому для них конструкт «родной язык – язык, на котором думаю» является аксиомой и не вызывает никаких вопросов. Другое дело –

респонденты «нерусских» идентичностей, у большинства которых внутренний и внешний аспекты речи базируются на двух и более языках. Поэтому с данным суждением полностью согласны 40% респондентов татарской идентичности и 55% - башкирской идентичности. Отношение к конструкту «родной язык – язык, на котором думаю» у представителей обобщенно других одинарных этнических идентичностей более дифференцировано. Если полностью согласны с ним 63,6% респондентов, то никак не согласны 27,3% респондентов.

Конструкт «родной язык – это язык, который я знаю лучше, чем другие», хотя вызывает полное согласие у половины респондентов, но является менее важным, чем другие.

*Таблица 12*

**Конструкты «родной язык – это язык, который я знаю лучше, чем другие»**

Согласие с конструктами	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Полностью	48,9	57,8	44,9	47,9	45,5	28,4
Частично	32,9	25,3	37,1	31,9	40,9	50,6
Никак	18,2	16,9	18,0	20,2	13,6	21,0

«Лучше знать», видимо, не всегда означает, что тот или иной язык является родным. Родной язык – это не только степень владения тем или иным языком, но и, прежде всего, душевное отношение человека к языку. При этом, как известно, любой язык включает в себя вербальные и невербальные знаки, которыми человек оперирует и в мышлении, и образном восприятии мира, отражает и конструирует внешний и внутренний мир и рационально, и эмоционально. Поэтому согласие с конструктами «родной язык – язык, который лучше знаю» и «родной язык – язык моей души» примерное одинаковое у респондентов всех этнических идентичностей.

Мы видим, что конструирование концепта «родной язык» старшекласниками является многогранным и неоднозначным процессом. Поскольку рассмотренные нами конструкты не являются дихотомическими, а, скорее, дополняют друг друга, обозначим общие контуры конструкции родного языка. Ядром, или основным каркасом этой конструкции является конструкт «первый язык - материнский язык, язык раннего детства», при помощи которого усваиваются архетипы, формируется образное восприятие внешнего мира и выражение чувств. Этот язык сохраняется в подсознании, хотя зачастую на уровне сознания вытесняется другим языком. Вокруг

этого ядра интегрируются аскриптивные конструкты («язык родителей», «язык народа»), рациональные и эмотивные аспекты («язык души», «язык мышления», коммуникативная функциональность языка).

Если судить по такому признаку, как владение старшекласниками языками народов Республики Башкортостан, можно говорить о многообразии языковой картины региона. Все старшекласники башкирской, татарской, чувашской, марийской и т.д. этничности являются, по крайней мере, билингвами. С учетом владения иностранными языками, а также владения башкир и татар языков друг друга, большая часть старшекласников представляют такой феномен, как мультилингвизм. Дает ли это полное представление об языковой идентичности поколения Z? Такие показатели, как «говорю», «читаю», «пишу» могут показать нам особенности речевой деятельности индивидов. Но если велел за де Соссюром различать язык как мышление (или, внутреннюю речь), язык как речь, говорение (внешнюю речь) и язык как общение (коммуникацию), то, как мы видим из приведенных выше таблиц, языковая идентичность, по крайней мере, теоретически, может существовать в этих трех аспектах. Однако базовым свойством, матрицей языковой деятельности следует считать мышление на основе определенной знаковой системы. На каком языке думает человек, от этого зависит и его речевая деятельность, и успешность коммуникации (говорить и слушать).

Индивид может считать тот или иной язык (языки) своим родным (родными), однако это само по себе не может быть критерием языковой идентичности. Прежде всего, потому что, как показывают различные исследования, существует в ряде случаев (особенно в среде малочисленных народов) несходство между декларируемым респондентом языка этничности в качестве родного и фактическим владением этим языком. Если человек не владеет родным языком, последний не может быть основанием для определения его языковой идентичности. Правильно, на наш взгляд, утверждать, что язык, на котором думает человек, определяет его языковую идентичность.

Определить языковую идентичность людей, которые думают, говорят и общаются на одном и том же языке (монолингвов), не представляет трудности. Но такая трудность проявляется в отношении определения языковой идентичности билингва, мультилингва, полиглота. Одни из них могут думать на одном языке, и при общении на другом языке осуществлять внутренние переводческие операции, зачастую используя как кальку стилистические, синтаксические,

фонетические и семантические особенности языка мышления. Другие могут думать на двух и более языках в зависимости от коммуникативной ситуации.

Язык мышления, в отличие от языка речи, – это всегда латентное явление для исследователя. Можем фиксировать, на каком языке (языках) думает респондент, с его слов. Не всегда самооценки респондентов могут быть адекватными. Но социолог, в отличие от психолога и лингвиста, могут располагать только данными самооценок респондентов – на каком языке они думают.

Язык, на котором человек думает, устанавливает устойчивый способ познания и конструирования мира, мировосприятия и миропонимания. Именно при помощи языка, на котором человек думает, он формирует, закрепляет и сохраняет глубинные смыслы и значения бытия. Язык мышления более устойчив, стабилен по сравнению с более лабильной речью. Но если у человека не один язык мышления, а несколько, образующие при этом грани различных смыслов и значений, то мировосприятие и миропонимание становятся также многогранными. Языковая идентичность как определение человеком своего языка мышления («дум») образует часть его образа «Я» (самовосприятия), «Я-концепции» (самопонимания), образа «Мы» (социального восприятия) и «Мы-концепции» (понимания социальности).

Как известно, раннее изучение языков не приводит к вытеснению одного языка другим. У детей на нейрофизиологическом уровне разные языки как бы накладываются друг на друга, образуя не разные, а общее пространство (локацию). У взрослых людей изучение других языков не приводит к образованию такого интегративного поля, языки сосуществуют как бы параллельно. У детей, изучающих разные языки, формируется внутреннее языковое многообразие. Это многообразие есть не просто знание многих языков, это множество языков, имеющих общее основание. У взрослых, как правило, формируется внутреннее языковое разнообразие – малосвязанные между собой языки мышления, речи и общения.

В плане определения потенциала формирования многоязычия (в отмеченном нами смысле) нас интересовало отношение старшеклассников к изучению в рамках школьной программы, кроме обязательных русского и иностранного языков, языков других народов региона. В общественном мнении встречаются разные, иногда противоположные точки зрения относительно изучения в школе языков дополнительно русскому и иностранному языкам. Родители часто приводят такие аргументы, как плотность школьной программы

(не хватает времени на глубокое изучение основных предметов), бесполезность знаний таких языков в будущей профессиональной деятельности, потребность в более полном и глубоком изучении русского и иностранного языков и т.п. В анкете было предложено выбрать одно из трех суждений: а) изучение дополнительного языка отнимает время на более глубокое изучение других предметов, что негативно отражается на развитии человека; б) чем больше языков изучит человек, тем выше уровень его интеллекта, тем интереснее сам человек; 3) изучение дополнительных языков положительно отражаются на развитии человека, если это помогает в работе, карьере, а если они не нужны в профессии, то мешают развитию человека.

*Таблица 13*

**Как влияет изучение дополнительных языков в школе на развитие человека? (в%)**

	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Башкиры	Татары	Другие	Двойная идентичность
Негативно, отнимает время на более важные знания	8,4	6,0	10,1	10,1	18,2	8,6
Позитивно, чем больше языков знает, тем выше интеллект	48,4	55,0	41,2	46,1	40,9	43,2
Зависит от того, нужны или не нужны в профессии и карьере	22,5	25,3	24,4	13,5	18,2	22,2
Затрудняюсь ответить	20,7	13,7	24,4	30,3	22,7	25,9

Как видно из этой таблицы, половина респондентов демонстрирует позитивное отношение к изучению дополнительных языков; среди респондентов русской идентичности, несколько больше придерживающихся такой точки зрения, чем среди учащихся других идентичностей. Каждый пятый респондент подходит к этому вопросу прагматично, определяя не терминальную, а инструментальную ценность владения дополнительным языком. Негативные оценки к изучению дополнительных языков дает наименьшая часть респондентов. Эти данные вроде бы позволяют говорить о достаточно

большом потенциале формирования языкового многообразия региона. Однако, как указывалось выше, лишь половина учащихся именно русской этничности знакома с языками других на уровне отдельных слов и фраз. Было бы ошибочно полагать, что такой диссонанс между декларируемыми ценностями многоязычия и реальными языковыми компетенциями характерен для части учеников и родителей русской идентичности. Известно, что некоторые родители из числа башкир, татар и других народов, или из этнически смешанных семей, настаивают на том, чтобы их дети изучали русский язык как родной, что дает, по их мнению, больше возможностей для успешной учебы и получения более высоких баллов ЕГЭ по русскому языку.

Школьные знания имеют и терминальную, и инструментальную ценность. Поскольку с введением обязательного ЕГЭ система школьного образования стала приобретать ярко выраженный целерациональный (по терминологии Ю.Хабермаса, стратегический) характер, то проявилась в полной мере инструментальная ориентация на получение знаний (наиболее высокие баллы ЕГЭ по определенному набору предметов, необходимых для поступления в престижные вузы и/или на бюджетные места).

Знания, получаемые при изучении школьных предметов, потенциально представляют собой человеческий и социокультурный капитал учащихся. Как оценивают старшеклассники инструментальную ценность знаний по разным предметам? Рейтинги школьных предметов с точки зрения их важности в будущей профессии в оценках старшеклассников (в баллах от 1 до 10) выглядят таким образом:

• Русский язык	8,0
• Иностранный язык	7,2
• Обществознание	6,7
• Родной язык	6,6
• Математика	6,5
• Информатика и ИКТ	6,4
• География	5,7
• История	5,4
• Биология	5,2
• Физика	5,0
• Литература	4,9
• Химия	4,4

Оценки профессионально-функциональной полезности школьных предметов в глазах старшеклассников обусловлены рядом факторов. Прежде всего, мы видим тесную связь этих оценок с набором

результатов ЕГЭ, являющихся конкурсными при поступлении на престижные направления подготовки и в престижные вузы. В условиях глобализации увеличивается значение иностранных языков. В условиях цифровизации востребованы знания по информатике.

В числе лидеров оказался и родной язык. Средние баллы оценок инструментальной ценности родного языка учащимися разной этнической идентичности выглядят так:

• <b>В целом</b>	<b>6,6</b>
• Русские	5,6
• Татары	6,7
• Башкиры	6,9
• Другие	1,9
• Двойная идентичность	8,1

Достаточно высокий рейтинг предмета «родной язык» может быть объясняться разными соображениями. Для одних предмет «Родной язык» - тот же «Русский язык», только дополнительный. Для других, возможно, родной (не обязательно русский) язык – это условие карьеры в системе государственного и муниципального управления. Для третьих (как мы полагаем, они составляют меньшинство) изучение родного языка связано с представлениями успешности в творческой, педагогической или иной деятельности. Как бы ни было, но рейтинг «полезности» родного языка является достаточно высоким. Однако нельзя не отметить очень низкую оценку профессионально-функциональных возможностей знаний родного языка среди учащихся других этнических идентичностей (мари, чуваш, мордва, удмурты, украинцы и другие). Языковая политика в республике должны быть направлена на расширение возможностей языков этнических меньшинств в различных сферах общественной жизни.

Школа должна формировать не только первоначальные профессиональные компетенции и ориентации, и, соответственно, передавать учащимся базовые знания для их будущей профессии. Главной задачей школы является совместно с семьей, другими социальными институтами формирование личности (другое дело, признается ли это на деле современной школой). Реализация этой задачи предполагает формирование и человеческого, и социокультурного капитала подрастающего поколения. Социокультурный капитал является основой плодотворного общения, признания личных качеств, в том числе коммуникативных.

Исходя из этого, мы предложили нашим респондентам выбрать шесть из числа школьных предметов с точки зрения их возможностей



быть взрослому человеку интересным, привлекательным в общении, знакомствах.

Таблица 14

**Значимость школьных предметов для общения и знакомств  
во взрослой жизни**

Выбор из шести дисциплин	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Башкиры	Татары	Другие	Двойная идентичность
<b>Русский язык</b>	<b>94,1</b>	<b>98,8</b>	<b>86,6</b>	<b>91,0</b>	<b>86,4</b>	<b>96,3</b>
Обществознание	73,0	75,9	65,5	75,3	59,1	76,5
<b>Иностранный язык</b>	<b>71,3</b>	<b>77,1</b>	<b>59,7</b>	<b>61,8</b>	<b>45,5</b>	<b>87,7</b>
<b>Родной язык</b>	<b>66,6</b>	<b>64,7</b>	<b>63,9</b>	<b>57,3</b>	<b>77,3</b>	<b>84,0</b>
История	55,0	53,8	58,0	50,6	77,3	53,1
Литература	51,6	54,2	47,9	50,6	59,1	48,1
Информатика и ИКТ	44,3	36,1	47,1	55,1	50,0	51,9
Математика	36,3	41,0	36,1	43,8	18,2	18,5
Биология	32,5	28,5	40,3	36,0	27,3	30,9
География	31,8	23,3	50,4	36,0	63,6	17,3
Физика	23,6	25,3	22,7	21,3	22,7	22,2
Химия	20,0	21,3	21,8	21,3	13,6	13,6

То, что естественнонаучные предметы мало «котируются» с точки зрения их значимости при знакомствах, общении, не требует комментариев. Первая четверка предметов в обоих рейтингах одинакова (русский, иностранный, родной языки и обществознание). Если сравнивать оценки языковых предметов, то безусловным лидером в ответах респондентов всех этнических идентичностей является русский язык. Как язык межэтнического общения русский язык играет ведущую роль не только в деловой, но и в неформальной коммуникации. В условиях глобализации возрастает и роль иностранных (прежде всего, английского) языков, что находит отражение в рейтингах школьных предметов. Что касается предмета «родной язык», то его значение (кроме русского как родного языка) сохраняется в условиях регионального и локального неформального общения. Неформальное межэтническое общение на региональном и локальном уровнях осуществляется преимущественно посредством русского языка. Что касается общения в рамках одной языковой идентичности, то ведущую роль играет язык этничности. Чем больше локализуется функционирование родных языков, тем большее значение придается знанию языка этничности. Этим обусловлена более высокая оценка значения изучения в школе родных языков представителями малочисленных этносов региона. Особое внимание

обращает на себя оценки значения предмета «родной язык» учащимися двойной идентичности, заметно превышающие оценки учащихся башкирской и татарской идентичностей. Чем это объясняется? Посмотрим, какие языки в качестве родного изучают учащиеся разных этнических идентичностей.

Таблица 15

**Изучение языка как родного в школе**

Изучают язык как родной	Всего	Этническая идентичность				
		Русские	Башкиры	Татары	Другие	Двойная идентичность
Русский язык	49,1	92,8	5,9	21,3	4,5	21,0
Башкирский язык	36,8	6,8	94,1	34,8	50,0	43,2
Татарский язык	9,6	0,4	0,0	43,8	0,0	17,3
Чувашский язык	0,5	0,0	0,0	0,0	9,1	1,2
Марийский язык	0,4	0,0	0,0	0,0	4,5	1,2
Удмуртский язык	0,5	0,0	0,0	0,0	4,5	2,5
Мордовский язык	0,2	0,0	0,0	0,0	4,5	0,0
Украинский язык	0,2	0,0	0,0	0,0	4,5	0,0
Другой язык	2,7	0,0	0,0	0,0	18,2	13,6

Язык этничности в качестве предмета «Родной язык» изучает подавляющее большинство учащихся русской и башкирской идентичности, менее половины – татарской идентичности. Русский язык как родной язык в школе изучают: каждый пятый учащийся татарской идентичности и двойной идентичности. Башкирский язык в качестве родного языка изучают более трети учащихся татарской идентичности, 43% учащихся двойной идентичности и половина обобщенно других одинарных идентичностей. Татарский язык как родной язык в школе изучают менее половины учащихся татарской идентичности, 17% двойной идентичности. Что касается других языков, указанные данные могут быть неточными или весьма приблизительными в силу незначительной представленности учащихся обобщенно другой идентичности в нашей выборке. Наши данные по изучению башкирского и татарского языков в качестве родных языков также могут отличаться от реальных показателей, так как существуют свои особенности изучения родных языков в каждой сельской и городской школе, в каждом муниципальном образовании. Нас же интересует такое явление, как изучение русского языка в качестве родного значительной частью учащихся татарской идентичностью, что не дает основания списывать все на «башкиризацию» татарского населения. Еще с советских времен сложилась традиция определения учащихся с низким уровнем успеваемости в так называемые

«национальные» классы. Многие родители из числа башкир, татар, других этнических групп предпочитали, чтобы их дети учились в так называемых «русских» классах, поскольку в них больше времени уделялось изучению русского языка и других предметов, да и изучение естественнонаучных и гуманитарных предметов на русском языке давало определенные преимущества в получении профессионального образования. Это особо было распространено в школах городов и крупных поселков. Эта традиция не ушла в прошлое. И сегодня не настроена часть родителей татарской и башкирской идентичности (особенно в городах) обучать своих детей этническому языку.

Старшие классы современной школы превратилась де-факто в подготовительные курсы для поступления в вуз. Это проявляется в так называемом углубленном изучении отдельных школьных предметов – математики, физики, обществознания и других предметов. В их перечне практически отсутствует такой предмет, как «родной язык». По ответам учащихся следует, что углубленно изучают родной язык 0,7% учащихся башкирской идентичности, 0,5% - татарской идентичности и 0,2% - обобщенно других идентичностей.

Отношение к формальному (школьному) и неформальному (семейному или в виде дополнительного образования) формированию многоязычия, в частности, знанию языков, на которых говорят сверстники другой этничности, обусловлено особенностями функционирования языков в неформальном общении. Какой язык надо знать для общения со сверстниками, если у них другой родной язык, на этот счет мнения наших респондентов распределились следующим образом:

*Таблица 16*

**Какие языки надо знать в межэтническом общении со сверстниками?**

Суждения	Всего	Этническая идентичность респондентов				
		Русские	Татары	Башкиры	Другие	Двойная идентичность
Достаточно знать русский язык	39,5	56,6	34,8	14,3	27,3	32,1
Надо знать и другой язык сверстников	46,0	18,9	56,2	80,7	63,6	63,0
Затрудняюсь ответить	14,5	24,5	9,0	5,0	9,1	4,9

Позиции достаточности знания русского языка для межэтнического общения придерживаются более половины учащихся

русской идентичности, треть учащихся татарской идентичности и обобщенно других идентичностей. Что касается позиции необходимости знаний языков друг друга в процессе общения, ее больше всего придерживаются учащиеся башкирской идентичности, более половины учащихся татарской идентичности, по 63% учащихся обобщенно других этнических идентичностей (мари, чуваша, удмурты и другие) и двойной этнической идентичности. Пятая часть учащихся русской идентичности также считают, что надо знать язык сверстников другой этнической идентичности при общении с ними; каждый пятый из них затруднился дать ответ. Мы видим асимметрию в позициях большинства учащихся русской идентичности и учащихся иных идентичностей. Если оставить за скобками иностранные языки, то наличие потенциала формирования языкового многообразия демонстрируют в большей степени учащиеся «нерусских» идентичностей. Если учесть, что абсолютное большинство этих учащихся являются, по крайней мере, билингвами, а каждый пятый учащийся русской идентичности также придерживаются позиции симметричного языкового взаимодействия, то существует в целом благоприятные возможности формирования в полиэтническом Башкортостане реального языкового многообразия. При этом речь идет не о сосуществовании разных языков в одном социальном пространстве, а о многообразной языковой компетенции молодых людей всех этнических идентичностей, что является условием многообразия языков общения. Распространенной практикой сегодня является межэтническое общение на русском языке, однако такое общение может быть дополнено двуязычием. Такой же распространённой практикой является двуязычное общение между башкирами и татарами (на башкирском и татарском языках), между молодыми людьми одной этнической идентичности (общение среди башкир на башкирском и русском языках, среди татар – на татарском и русском языках и т. д.).

На наш взгляд, подтверждаемый приведенными выше данными, основной причиной споров относительно изучения языков в школе и вне школы языков народов Башкортостана является не стремление большинства учащихся и их родителей к языковому однообразию, а другие обстоятельства. Среди них сами же родители отмечают несовершенство методики преподавания родных языков, ограниченную функциональность нерусских языков в деловом и неформальном общении, зачастую и навязывание школой изучения того или иного языка как родного. Необходимо вносить существенные коррективы в практику изучения родных языков в школе. Навязывание

изучения определенного языка как родного – это «медвежья услуга» для сохранения и развития самого языка. Вполне возможно вводить занятия по языковому многообразию – знакомству учеников всех этнических идентичностей с богатством языков народов республики, формированию элементарных навыков межкультурного общения. В условиях плотности времени школьных занятий в старших классах необходимо развитие неформального изучения языков. При этом неформальное языковое образование должно охватить, возможно, не столько учащихся, сколько их родителей. Как отмечалось выше, большинство учащихся свой родной язык определяют по языку родителей. Если сами родители не обладают достаточными навыками общения на этническом языке, то нельзя ожидать от школы выполнения миссии трансляции этнической культуры и языка.

## **ГЛАВА VIII**

### **ОСОБЕННОСТИ ИДЕНТИФИКАЦИИ С РОДИНОЙ У ПОКОЛЕНИЙ Y И Z<sup>1</sup>**

**Шайхисламов Р.Б.**

*профессор кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
главный научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Асадуллина Г.Р.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Садретдинова Э. В.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Коровкина Н.В.**

*старший преподаватель кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета, научный  
сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Аннотация.** В данной главе представлены некоторые результаты опросов молодежи. Анализируются представления респондентов о локусе Родины. Рассматриваются вопросы места образа Родины в «Я - концепции» и «Мы – концепции» молодежи.

**Ключевые слова:** Родина, установки, образ, молодежь, поколение Z, поколение Y, Я - концепция, Мы – концепция.

В рамках данной работы мы не ставим своей целью дать описание различных трактовок «Я» и «Мы» - концепции. Феномен «Я» - концепции, в отличие от феномена «Мы» концепции, относится к числу достаточно разработанных в социально-гуманитарных науках, особенно в социальной психологии, тем.<sup>2</sup> Как известно, термин «Я-концепция» предложил американский психолог У. Джеймсу (У.Джемс). Он выделял в Я-концепции две стороны – осознание Я как объекта самопознания и оценивание Я как субъекта самопознания. Если первую часть обычно определяют как образ Я, то вторую – как

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Интолерантность, толерантность, диалог в межкультурной коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности»

<sup>2</sup> Titov A.V., Titova Zh.G. Self-concept in Historical Prospect // Человек. Искусство. Вселенная. 2015. № 1. С. 13–26.

установки личности в отношении самой себя. Мы эти две стороны упоминаем в связи с тем, что зачастую в научных работах не проводится каких-либо различий между Я-концепцией и образом Я. Я-концепция включает в себя и образ Я, и самоотношение к этому образу (самооценку по формуле «успех/притязания»)<sup>1</sup>. Английский психолог и педагог Р.Бернс, следуя определению У.Джеймса, подчеркивал, что «Я-концепция – это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с их оценкой. Описательную составляющую Я-концепции часто называют *образом Я* или *картиной Я*. Составляющую, связанную с отношением к себе или к отдельным качествам, называют самооценкой или принятием себя. Я-концепция, в сущности, определяет не просто то, что собой представляет индивид, но и то, что он о себе думает, как смотрит на свое деятельное начало и возможности развития в будущем».<sup>2</sup>

В целом придерживаясь такого различия содержания Я-концепции, мы предлагаем одну существенную поправку в трактовку этого социально-психологического явления. Различие между Я-концепцией и образом Я мы видим не только в том, что первое понятие содержательно шире второго. Как известно, познание (в том числе самопознание) существует на уровне чувственного и рационального познания. На уровне чувственного познания мы имеем дело с различными представлениями человека о самом себе. Представления являются наглядным (визуальным) чувственным образом человека – как другого, так и самого себя. В данном случае мы имеем дело с образом Я – продуктом психического отражения (памяти) и конструирования (воображения) самости в виде невербальной структуры.

В мышлении (рациональном познании) наглядный образ Я существует уже не в виде некоей целостной картинки, он трансформируется в понятия, становясь предметом интерпретации, рефлексии. Тем самым образ Я на уровне рационального самопознания вербализируется и трансформируется в Я-концепцию. Последняя представляет собой внутреннюю коммуникацию, в которой происходит само-понимание и само-объяснение человека. Это обсуждение, интерпретация качеств, с помощью которых осуществляется самооценка человека. Я-концепция существует в виде мотивации (само-осмысление, само-объяснение, само-мобилизация, выбор вариантов поведения, самооправдание и т. д.), ценностных

---

<sup>1</sup> Джеймс У. Психология / Под ред. Л. А. Петровской. – М.: Педагогика, 1991. —368 с.

<sup>2</sup> Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание – М.: Прогресс, 1986. С.30-31.

ориентаций (идеалов, принципов) и установок (предрасположенностей к социальному поведению).

Таким образом, мы исходим из того, что образ Я и Я-концепция являются продуктами соответственно чувственного и рационального самопознания. Поэтому диагностика образа Я и Я-концепции не может быть одинаковой. Одним из самых широко известных инструментов диагностики образа Я является тест М.Куна и Т.Макпартленда «Кто Я». Этот тест позволяет фиксировать социальный, коммуникативный, материальный, физический, деятельный, перспективный и рефлексивный образы Я.<sup>1</sup> Данные образы Я являются продуктами впечатлений человека в процессе общения с другими людьми («зеркальным Я» по Ч. Кули<sup>2</sup>). Тест «Кто Я» диагностирует представления человека о самом себе, образ Я, но не Я-концепцию.

Исследование Я-концепции, с нашей точки зрения, должно строиться на анализе представлений, а суждений и умозаключений человека о самом себе. Такие суждения и умозаключения фиксируются в интервью, эссе, письмах, нарративах и т. п., в которых источники информации осмысливают, объясняют, оправдывают свое поведение.

Ч. Кули также ввел понятие «групповое Я или Мы».<sup>3</sup> Однако за более чем столетие после известной выхода работы Ч.Кули «Человеческая природа и социальный порядок» теория Мы-концепции не получила какого-либо заметного развития. Проблема «Мы» - концепции находится лишь в самом начале научного обсуждения. Анализ отечественной литературы показывает отсутствие, за редким исключением,<sup>4</sup> работ, посвященных анализу, Мы-концепции и образу - Мы. В тех работах, в которых содержится анализ рассматриваемого социально-психологического феномена, Мы-концепция также понимается как интеграция «образов и представлений группы о собой

---

<sup>1</sup> Румянцева Т. В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре – СПб.; Речь, 2006. – 176 с.

<sup>2</sup> Кули Ч. Человеческая природа и социальный порядок. Пер. с англ. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с.

<sup>3</sup> Там же С.185-190

<sup>4</sup> Шевченко Н. А. К вопросу о структуре Мы-концепции личности и группы // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием памяти М. Ю. Кондратьева – М., 2020. – С.553-556.; Багичева Н. В., Чикаева Т. А. «Свиток, на котором отмечены все тайны бытия»: Архетипы Родины-матери в русском менталитете // Филологический класс. – 2017. – №3 (49). – С.34-40.; Postnikova Y. (2018). The Archetype of the Motherland in Modern Political Discourse (Aleksandr Prokhanov vs Dmitry Bykov). Quaestio Rossica, Vol. 6. № 4, 1174–1187.



себе как едином субъекте. Обладателем Мы-концепции может быть не только группа, но и отдельная личность».<sup>1</sup>

В отмеченных работах Мы-концепция, так же, как и Я-концепция, определяется посредством таких категорий, как «образ», «установка», «самооценка». Не вступая в дискуссию, мы дадим собственное видение сущности этих социально-психологических феноменов.

Образы «Я» и «Мы» есть результат социальной перцепции, и закрепляются они на уровне чувственного познания в памяти и воображении, как представления личности о себе. Образы «Я» и «Мы» — это целостная картина, служащая средством самоидентификации, самооценки, аттитюда (готовности) личности воспринимать себя в определенном свете.

Я-концепция и Мы-концепция представляет собой не образы, картинки, а понятия – необразные, отраженные и конструированные в вербальной форме общие и существенные свойства различных референтных и нереперентных групп. Мы-концепция обретает вербальное бытие в суждениях человека о своей семье, друзьях, коллективе, поколении, стране. Иными словами, «Я» и «Мы» - концепции есть продукт уже не само- восприятия и само-представления, а само- понимания, и является результатом рационального познания, мышления. Поэтому и исследование «Я» и «Мы» - концепций строится на воспроизведении и реконструировании суждений респондентов.

«Я» и «Мы» - концепции как суждения личности о своих качествах, социальном статусе, не всегда образуют систему, но выступают как совокупность различных, зачастую амбивалентных, парадоксальных суждений. Эти суждения воспроизводят и конструируют качества и статусы личности в прошлом, настоящем и будущем, приобретают формы «Я» - реальное, идеальное, воображаемое, динамическое. Эти суждения носят как констатирующий («я – молодой человек»), так и оценочный («я – успешный человек») характер. Упомянутый выше тест М.Куна и Т.Макпартленда «Кто Я» в случае предложения испытуемым дать свои высказывания на этот вопрос, то он способен диагностировать не только образы, но и концепции «Я» и «Мы». Эти высказывания демонстрируют знания и мнения человека о себе и своих референтных и нереперентных группах.

---

<sup>1</sup> Шевченко Н. А. К вопросу о структуре Мы-концепции личности и группы // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием памяти М. Ю. Кондратьева – М., 2020. – С.553-554.

Мы-концепция представляет собой совокупность констатирующих и оценочных суждений о микро-, мезо- и макро-общностях, служащих для личности в качестве идентификаторов. При этом эти социальные общности-идентификаторы могут быть реальными (основанными на социальных взаимодействиях), и номинальными (выделяемыми на основе определенных общих социальных признаков). Реальными группами могут быть семья, друзья, организация и т. п. Номинальными могут быть общности людей по признакам гендера, возраста, этничности, профессии и т. п. Соответственно, «Мы» - концепции можно подразделять на два условных типа – реальные и номинальные. Условность такого подразделения заключается в том, что объективно границы между реальными и номинальными общностями подвижны. В условиях возникновения и развертывания социальных движений (женских, молодежных, национальных) часть номинальных общностей трансформируется в реальные группы. На субъективном уровне номинальные общности могут восприниматься как реально существующие (воображаемые общности), и, наоборот, реальные общности могут представляться как чисто условные, формальные.

Мы-концепция также представляет собой совокупность констатирующих и оценочных суждений о тех или иных референтных (эталонных) и нереферентных (группы членства) микро-, мезо- и макро-общностях – идентификаторах личности.

«Я» и «Мы» концепции включают в себя множество концептов, представляющих собой совокупность зафиксированных в вербальных и невербальных знаках знаний и мнений о собственной персоне, об общностях-идентификаторах.

Многие авторы отмечают, что Мы-концепция существует как на уровне личности, так и группы. На уровне личности эта концепция является неотъемлемой частью индивидуального мышления. В каком же виде бытует Мы-концепция на уровне группы? Упрощенным представлением будет сведение групповой Мы-концепции к совокупности индивидуальных Мы-концепций. Во-первых, суждения о своей группе у индивидов, представляющих эту группу, могут быть не только разными, а зачастую и несходными. Групповая Мы-концепция – это не просто совокупность или степень совпадения индивидуальных Мы-концепций. Субъектом групповой Мы-концепции наряду с индивидами являются и сами группы. Такое понимание предполагает ответ на вопрос – каким образом определенная группа может являться субъектом самоопределения? На наш взгляд, такая Мы-концепция является и результатом, и процессом определенных взаимосвязей в

группе. Поэтому, во-вторых, мы полагаем, что на уровне микро-, мезо- и макрогрупп Мы-концепция существует в коммуникативной форме. Условием формирования групповой Мы-концепции является обмен суждениями между членами группы, в том числе дискуссии, споры, прения, следовательно, и изучение групповой Мы-концепции предполагает использование таких методов, как анализ социальных сетей, публичных и кулуарных разговоров, дискуссий.

С точки зрения социологической науки интерес представляет изучение самых различных Мы-концепций, относящихся, прежде всего, к мезо- и макро- группам. Среди них – корпоративная, поколенческая, гендерная, этническая, региональная, профессиональная Мы-концепции. Из числа идентичностей с макро-группами особое место занимает общероссийская идентичность, связанная с различными концептами – «Россия», «Родина», «россияне», «российский народ». Наиболее эмоционально окрашенным является концепт «Родина». Он вызывает ассоциации «родной», «Родина-мать», «родная земля», «родной край». Это концепт связан с архетипами «мать», «земля», «родство», «любовь», «святость», закрепленными в общественном сознании.<sup>1</sup>

Поэтому, как мы считаем, особое значение в условиях глобализации, вытесняющей локальные ценности, приобретают исследования Мы-концепции, связанные с отношением к своей Родине. В условиях возрастания турбулентности, неопределенности социальных изменений изучение Мы-концепции в таких форматах, как «моя Родина в прошлом», «моя Родина в настоящем», «моя Родина в будущем», «моя Родина идеальное», необходимо в целях формирования и прогнозирования общероссийской идентичности, особенно – у молодежи.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Багичева Н. В., Чикаева Т. А. «Свиток, на котором отмечены все тайны бытия»: Архетипы Родины-матери в русском менталитете // Филологический класс. – 2017. – №3 (49). – С.34-40.; Postnikova Y. (2018). The Archetype of the Motherland in Modern Political Discourse (Aleksandr Prokhanov vs Dmitry Bykov). Quaestio Rossica, Vol. 6. № 4, 1174–1187.

<sup>2</sup> Титов В. В. Национально-государственная идентичность как пространство политических смыслов и образов // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – №1. – С.42-54.; Галушина Н.С. Механизмы формирования идентичности в социальных движениях: на материале русскоязычного Интернета // Вестник РГТУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2018. – № 8 (41). – С. 134–154.; Попова О. В. Матрица государственной идентичности в эпоху постправды // Время больших перемен: политика и политики: материалы Всероссийской научной конференции РАПН. Российский университет дружбы народов; под редакцией О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. – 2017. – С. 291–292.; Селезнева А. В., Шестопал Е.Б. Социокультурные угрозы и риски в современной России // Социологические

## Материалы и методы

В настоящей статье мы рассмотрим такой концепт в «Я» и «Мы» концепциях представителей поколений Z и Y, как «Родина». Эмпирической базой являются данные ряда исследований, проведенных под руководством автора с 2014 по 2020 годы:

Исследование «Выпускник вуза – 2014», анкетирование по систематической выборке среди студентов выпускных курсов уфимских вузов в 2014 году, 810 респондентов. Выборка систематическая.

Исследование по проекту при финансовой поддержке РФФИ «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтническом регионе (на примере Республики Башкортостан). Стандартизированное интервьюирование по систематической выборке среди жителей старше 18 лет Республики Башкортостан в 2016 году, 1000 респондентов.

Исследование по проекту при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ «Информационные события в конструировании образа России в системе «Я»- и «Мы»- концепций поколений Y и Z», анкетирование по случайной выборке среди учащихся 10–11 классов в Республике Башкортостан, 650 респондентов.

Исследование по проекту «Молодежь в межэтнических коммуникациях: интолерантность, толерантность, диалог» программы фундаментальных и прикладных научных исследований по теме «Этнокультурное многообразие российского общества и укрепление общероссийской идентичности» 2020-2022 гг. Анкетирование молодежи от 14 до 35 лет по систематической выборке в Республиках Башкортостан и Татарстан, Алтайском крае, Тюменской и Белгородской областях в 2020 году, 4000 респондентов.

В рамках перечисленных исследований выявлялось отношение молодежи к суждению *«твоя Родина там, где тебе хорошо»*, бытующему в молодежной среде и в Интернет-пространстве. Формулировки вопросов и вариантов ответов в анкетах разных лет для

---

исследования. – 2018. – №10 (414). – С.90-99.; Гальченко А. С. Методологические проблемы исследования гражданской идентичности как психологического феномена // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2018. – Т. 4. № 4. – С. 107–118.; Маленков В. В., Фарахутдинов Ш.Ф. Будущее России в представлениях постсоветской молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2019. – Т. 12, № 3 – С.107 – 118.; Тучина О. Р., Бурлаченко Л.С. Глобальная и национальная идентичность молодежи в контексте представлений о будущем // Электронный сетевой политематический журнал "Научные труды КубГТУ". – 2020. – № 3. – С. 520–526.; Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / Отв. ред. И. С. Семененко / ИМЭМО РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2017. 992 с.

выявления отношения к данному суждению подвергались незначительной корректировке. В первом исследовании студентам выпускных курсов предлагалось свое отношение к данному суждению в виде согласия/ несогласия. В последующих опросах формулировались несколько вариантов ответа, в том числе в виде суждения *«твоя Родина там, где тебе хорошо»*.

### Результаты и обсуждение

В таблице 1 приведено распределение оценок суждения «твоя Родина там, где тебе хорошо» среди студентов выпускных курсов уфимских вузов в 2014 году. Поскольку опрос был посвящен изучению миграционных планов выпускников, в том числе эмиграции, мы рассмотрели связь этих оценок с их намерениями после завершения обучения жить за рубежом.

Таблица 1

#### Отношение к суждению «твоя Родина там, где мне хорошо» среди студентов выпускных курсов уфимских вузов\*

Отношение к суждению	всего	намерение жить за рубежом				
		однозначно, да	вероятно, да	наверное, нет	однозначно, нет	затруднились ответить
полностью согласны	22,3	36,5	19,4	22,6	21,8	21,4
частично согласны	40,6	31,1	43,5	39	41,3	42,2
в целом не согласны	10,7	6,7	12,1	11,9	11,1	8,7
не согласны	17,5	17,8	16,9	14,5	21	15,6
затруднились ответить	8,8	9	8	12	4,8	12,2

\*Опрос в форме анкетирования студентов выпускных курсов уфимских вузов. 2014. № = 810.

Каждый пятый выпускник выразил полное согласие с тем, что Родиной можно считать не ту страну, где родился, а ту, в которой хотел бы жить. Полностью или частично согласились с таким суждением 63% выпускников вузов. Как видно из таблицы, для большинства выпускников планы эмиграции и восприятие Родины через призму собственных интересов тесно взаимосвязаны. В то же время эмиграционные настроения для определенной части выпускников вузов не связаны с принятием формулы «Моя Родина

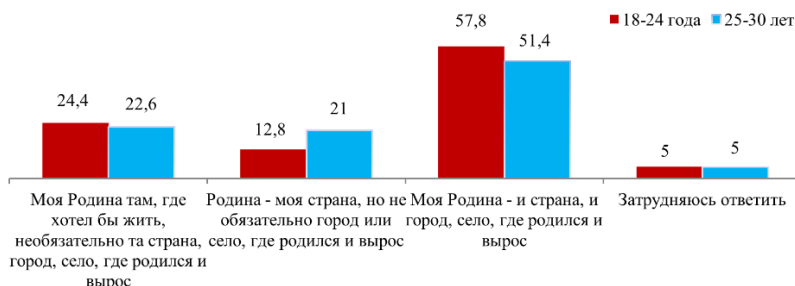
там, где мне хорошо». Причины планов эмиграции, на которые указали выпускники, расположились следующим образом:

- мало перспектив для роста (45,2%)
- не устраивает уровень зарплат (35,2%)
- мало развлечений (14,2%)
- учиться за рубежом (13%)
- нет нужной вакансии (10,8%)
- найти новых друзей (8,8%).

Формула «Моя Родина там, где мне хорошо» конструируется по разным причинам. Среди этих причин – низкий уровень востребованности выпускников вузов на рынке труда по полученной специальности и низкий уровень зарплат туманные карьерные перспективы у начинающих свою трудовую деятельность.

Следующее измерение отношения к данному суждению было осуществлено в 2016 году в рамках реализации проекта «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтническом регионе (на примере Республики Башкортостан)». Варианты ответов на вопрос мы сформулировали таким образом, чтобы респонденты могли выразить свое суждение в отношении и большой, и малой Родины. В отличие от предыдущего опроса, в котором участвовали только студенты выпускных курсов вузов, в данном опросе молодежь представлена различными социальными (студенты, работающие, безработные, жители крупных, средних и малых городов, сел) и возрастными (18–30 лет) группами. Поэтому данные этих двух опросов отличаются друг от друга. То, что мы предложили выразить свое отношение и к большой Родине, и к малой родине, также нашло отражение в результатах опроса.

В рисунке 1 приводится распределение ответов респондентов в возрасте 18–24 года и 25–30 лет (в %). В рамках рассматриваемой в статье проблемы мы подвергнем анализу результаты ответов на первый вариант – «моя Родина там, где хотел бы жить, необязательно та страна, город, село, где родился и вырос» (т. е. этот вариант соединил отношение и к большой, и малой Родине).



**Рис.1. Отношение к суждению «Моя Родина там, где мне хорошо» (в%)**

*\*Опрос 2016 года по РБ. № = 1000. Проект «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтническом регионе (на примере Республики Башкортостан)».*

То, что среди респондентов этих двух возрастных групп молодежи представлены сельская и городская молодежь, учащиеся, работающие и безработные, поэтому, в отличие от выпускников вузов, в этом опросе оказалось меньше разделяющих мнение о том, что Родиной может быть та страна, где жить хорошо. Но, тем не менее, почти четверть молодых людей склонна не считать непременно Россию своей Родиной.

В рамках проекта РФФИ «Информационные события в конструировании образа России в системе «Я»- и «Мы» - концепций поколений Y и Z» было проведено анкетирование учащихся 10–11 классов в Республике Башкортостан (№ = 650). Ответы на вопрос «Где твоя Родина» распределились следующим образом:

- моя Родина там, где жизнь лучше – 45,5%;
- моя Родина – это моя страна – 44,6%;
- затруднились ответить – 9,9%.

То, что оценки респондентов разделились на две равные доли, и то, что готовых признать своей Родиной страну, в котором жизнь будет лучше, оказалось среди учащихся больше, чем в целом среди молодежи в предыдущих опросах, можно интерпретировать по-разному. Учащиеся 10–11 классов (в возрасте от 15 до 17 лет) не характеризуются своей социальной зрелостью, зачастую им присущи максимализм и прямолинейность оценок. Но тем не менее, в этих оценках отражается и общая духовная ситуация в стране.

Второй опрос, в рамках которого измерялось отношение к Родине, проводился по проекту «Молодежь в межнациональных

коммуникациях: интолерантность, толерантность, диалог» по программе фундаментальных и прикладных научных исследований по теме «Этнокультурное многообразие российского общества и укрепление общероссийской идентичности» 2020–2022 гг. В данном опросе мы предложили респондентам новые варианты ответов («Я хотел бы считать Россию своей Родиной, при условии, что в ней жить будет лучше, чем в других странах»; «Я думал об этом, но пока затрудняюсь ответить»; «Я не задумывался над этим вопросом»). Второй вариант ответа нацелен на выявление доли тех, кто условно считает или склонен считать Россию своей Родиной (при улучшении жизни в стране).

В таблице 2 приведены данные по четырем регионам страны, в которых реализуется данный проект.

Таблица 2

**Суждения на тему «Где твоя Родина?» (в %)**

	Республика Башкортостан	Республика Татарстан	Алтайский край	Белгородская область
«Я считаю Россию своей Родиной независимо от того, где жить лучше – здесь или в другой стране»	41,4	37,7	46,3	34
«Я хотел бы считать Россию своей Родиной, при условии, что в ней жить будет лучше, чем в других странах»	13,2	10,6	10,4	10,6
«Для меня Родина там, где мне комфортно, хорошо жить, независимо от того, где я родился»	32	37,8	25	37,8
«Я думал об этом, но пока затрудняюсь ответить»	5,9	7	9	11
«Я не задумывался над этим вопросом»	7,5	6,9	9,3	6,6

*\*Опрос 2020 года. №=2000. Респонденты от 14 до 35 лет Республик Башкортостан, Татарстан, Алтайского края и Белгородской области.*

Если сравнить данные опросов по Республике Башкортостан в 2016 году (см. рис. 1) и в 2020 году, то заметим некоторое увеличение доли респондентов, для которых понятие «Родина» связано с личным благополучием. Если рассматривать в совокупности доли респондентов, склонных (безусловно или условно) не считать свою



страну Родиной, то они равняются доле «патриотов». По Татарстану и Белгородской области доля «патриотов» еще меньше.

Рассмотрим более подробно социально-демографическую характеристику респондентов, выбравших ответ «Для меня Родина там, где мне комфортно, хорошо жить, независимо от того, где я родился», по данным опроса в Башкортостане. Всего выбравших такой вариант – треть респондентов. Отклонения от этой средней величины по месту жительства (крупный, средний, малый город, село) не превышают 3 процентов. По возрастным группам (14–16 лет, 17-18 лет, 19-21 лет, 22-25 лет, 26-30 лет, 31-35 лет) данные варьируются от 26 до 37 процентов, по этическим группам – от 29 до 38 процентов. Таким образом, конструирование концепта «Родина» через призму индивидуальных интересов и потребностей примерно третью часть респондентов является общей чертой для всех демографических и этнических групп молодежи.

Приведенные выше данные можно интерпретировать следующим образом. Формула «Моя Родина там, где мне хорошо» характеризует как преломление «Мы» концепции через призму «Я» концепции. При этом такая Я-концепция сама слабо связана с Мы-концепцией (суждениями о том, что являются не только индивидами, но и частью тех или иных социальных групп).

Это является показателем роста индивидуализма в системе ценностных ориентаций молодежи. Характерной чертой этой концепции является превалирование Эго над Альтер, установка «мне должны», а не «я должен». Хотя «Я» и «Мы» концепции относительно автономны друг от друга, рассматриваемая формула, на наш взгляд, представляет форму разрыва между этими концепциями, и является одним из индикаторов социальной отчужденности человека.

Отношение молодежи к тому, что считается Родиной, нужно соотносить с уровнями социальной идентичности, в том числе общероссийской идентичности. Мы условно выделяем следующие уровни идентичности. Первый уровень – «*тотальное Мы*» («Я» мыслится полностью в рамках «Мы», формулировка вопроса в анкете - «Я не представляю себя вне этой группы людей»). Второй уровень – «*доминирующее Мы*» (относительная автономность при решающей роли социальной принадлежности; формулировка вопроса - «Для меня это имеет очень большое значение, хотя могу представить себя и вне этой группы»). Третий уровень – «*периферийное Мы*» («Я» мыслится как самостоятельная сущность, хотя и связанная с «Мы», формулировка вопроса - «Для меня это имеет значение, но не самое важное»). Четвертый уровень – «*номинальное Мы*» («Мы»

рассматривается индивидом исключительно как номинальная общность, связь между «Я» и «Мы» условна).

Наши измерения уровней идентичностей с разными социальными микро-, мезо- и макро-группами показывают их достаточно большой разброс в молодежной среде (за исключением семьи, друзей, родственников). В таблице 3 представлены уровни российской, региональной, этнической и конфессиональной идентичностей молодежи РБ.

Таблица 3

**Характеристика уровней социальной идентичности**

Уровни идентичности...	российской	региональной	этнической	конфессиональной
тотальный	26,2	12,1	20,6	21,2
доминирующий	19,6	23,9	18,2	18,0
периферийный	28,7	31,2	29,8	24,8
номинальный	20,1	27,1	22,8	26,6
затруднились ответить	5,3	5,7	8,5	9,4

*\* Опрос 2016 года по РБ. № = 1000. Проект «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтническом регионе (на примере Республики Башкортостан)».*

Российскую идентичность на тотальном уровне («не представляю себя вне россиян») проявляет каждый четвертый, на номинальном уровне (для меня это простая формальность) – каждый пятый респондент. По сравнению с этнической, конфессиональной и тем более региональной идентичностями российская идентичность молодежи представляется более «укоренившейся». Но, тем не менее, указанные данные говорят о значительной дифференциации и российской, и этнической, и конфессиональной, и региональной идентичностей. Тотальная идентичность может быть проявлением низкого уровня автономности, самостоятельности, незрелости Я-концепции человека. В ряде случаев тотальная идентичность граничит с социальным фанатизмом (признанием приоритета прав тех или иных социальных общностей над правами человека), изоляционизмом (ориентацией на «чистоту» своего социума), групповым эгоизмом («мой социум всегда прав»).

В то же время номинальная («формальная») идентичность человека с народом своей страны, с людьми своей этничности является признаком социальной индифферентности (признанием

неактуальности идентичности, размыванием идентичности), нигилизма (отхода от российской, этнической или иной идентичности и поиском альтернативных идентичностей).

То, что пятая часть молодежи может быть носителем индифферентности и нигилизма в отношении своей страны, своей Родины, является тревожным фактом.

Факторов складывания номинальной российской идентичности множество. Детство значительной части сегодняшней молодежи пришлось на 90-е годы, когда социальная аномия возросла до критического уровня. Социальная аномия трансформировалась в ценностные ориентации и установки значительной части подрастающего поколения. Глобализация также в значительной степени нивелирует локальные и региональные ценности. Не последнее место среди факторов номинальной российской идентичности занимают протестные настроения, связанные с ограниченными возможностями самореализации, карьеры, с проявлениями социальной несправедливости, социальной поляризации, коррупции.

**Выводы.** Наши рассуждения о представлениях молодежи о Родине завершим следующими выводами. Формула «Моя страна – моя Родина» является выражением осознания человеком связи личной и общей судьбы. В формуле «Наша страна – наша Родина» выражается не только зависимость личного и общественного, но и сопричастность человека к общим делам, к общим проблемам, задачам, целям. Формирование Мы-концепции «Наша страна – наша Родина» предполагает, во-первых, наличие национальных целей. При этом национальные цели должны быть не просто сформулированы в указах и иных решениях органов власти, по сути, они должны произрастать снизу. Только тогда национальные цели способны играть интегративную роль. Во-вторых, поскольку любые цели проецируются на будущее состояние, то формула «Наша страна – наша Родина» является частью «Мы» концепции в форме динамического и будущего «Мы». Это возможно тогда, когда молодежь положительно оценивает возможности изменений в стране, изменений своего положения в обществе. В-третьих, формула «Моя страна – моя Родина» основывается на убежденности в верховенстве социальной справедливости.

В Мы-концепции формулировка «Моя Родина там, где мне хорошо» показывает то, что для данного респондента своя страна, свой народ является номинальной (условной) социальной общностью («я просто здесь живу, но могу жить в любой другой стране»). Впрочем,

эта условность может распространяться на любую другую страну. По отношению к своей стране такая концепция проявляется в пресловутом выражении «*эта страна*».

Пропаганда патриотических ценностей, воспитание молодежи на примерах из героического исторического прошлого сами по себе не смогут кардинально изменить ситуацию. Для того, чтобы Россия воспринималась подавляющим большинством молодежи как «моя Родина», надо чтобы страна ассоциировалась с архетипом «мать, а не «мачеха». Для этого девиз «Наша страна – страна возможностей» не должен оставаться только девизом.

## ГЛАВА IX

### ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ ПОКОЛЕНИЯ Z<sup>1</sup>

*Гайфуллин А. Ю.*

*заведующий кафедрой социологии и работы с молодежью  
Бакирского государственного университета, г.Уфа*

**Аннотация.** В данной главе рассматриваются профессиональные ориентиры поколения Z. Исследование проведено на материалах социологических опросов, проведенных в г. Уфа среди школьников 8–11 классов и студентов 1–2 курсов.

По результатам исследования установлено, какие, по мнению опрошенных, способности проявляются у них в большей степени, какие планы по образованию существуют. Определены факторы и критерии, влияющие на выбор образовательной траектории поколения и установлены престижные и не престижные профессии с точки зрения поколения Z.

По результатам исследования установлено, что большая часть поколения Z хочет получить высшее образование, при этом при поступлении в ВУЗ решающими факторами выбора являются возможность более высокого заработка и желание иметь престижную профессию. Большинство опрошенных предпочитают сначала определиться с конкретной специальностью, а затем выбрать вуз, который осуществляет по ней подготовку.

Обозначены основные критерии престижности профессии для поколения Z, в числе которых высокая зарплата, высокий социальный статус в обществе и возможности карьерного и профессионального роста. Выявлены основные тенденции в изменении профессиональных ориентиров поколения Z в современных условиях.

**Ключевые слова:** поколение Z, молодежь, профессия, престижность профессии, профессиональные ориентиры, социологический опрос.

Адекватность выбора и уровень освоения профессии влияют на все стороны и общее качество жизни. Поэтому одним из центральных и в этом смысле судьбоносных в жизни каждого человека, в его

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Этнические особенности развития человеческого потенциала в экономиках национальных республик Российской Федерации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности (2020–2022 гг.)»

профессиональной карьере, является вопрос поиска, выбора и овладения профессией.

Как и любая социальная группа, представители поколения Z представляет собой неоднородную массу с точки зрения жизненных установок и планов. Цель настоящего исследования – определить, каковы профессиональные ориентиры поколения Z.

Профессиональные ориентиры и карьерные установки поколения Z и молодежи в целом не остаются без внимания исследователей. Профессиональное самоопределение рассматривается социологами одновременно и как социальный, и как целевой ориентиры.

Исследователями проведен обзор эмпирических исследований карьерных ориентаций молодежи,<sup>1</sup> рассмотрены жизненные ориентиры и образовательные ценности поколения Z,<sup>2</sup> выявлены особенностей ценностных трудовых установок и карьерных мотиваций современной молодежи в контексте теории поколений,<sup>3</sup> выявлены профессиональные ценности у студенческой молодёжи,<sup>4</sup> определены взаимосвязи ценностных установок и карьерных достижений молодежи,<sup>5</sup> рассмотрены особенности профессионального и карьерного роста молодежи в условиях цифровой экономики и

---

<sup>1</sup> Полянская Е.Н. Карьерные ориентации современной российской молодежи // Современные проблемы науки и образования. 2014. №2.

<sup>2</sup> Подстрахова А.В. Поколение "цифрового века": жизненные ориентиры и образовательные ценности // Современные научные исследования и разработки. 2018. Т. 2. № 11 (28). С. 564-567; Цэцэгмаа Ц., Энхбаяр Ч., Алтанчимэг З. Отношение к труду и форма занятости поколений X, Y, Z: сходства и различия // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 5 (83). Часть 2. С. 6-10. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2019.83.5.028>.

<sup>3</sup> Андреянова Е. Л., Чипизубова В. Н. Трудовые и карьерные мотивации современной молодежи Иркутской области // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2021. № 53. С. 177–194. DOI: 10.17223/19988648/53/13.

<sup>4</sup> Кох И. А., Алексеева Л. А. Профессионально-ценностные ориентации студенческой молодёжи на примере исследования приоритетов в структуре терминальных и инструментальных жизненных ценностей студентов // Вопросы управления. 2018. №4 (53). С. 113–118.

<sup>5</sup> Быков А. В., Настина Е. А. Взаимосвязи ценностных установок и карьерных достижений (по данным исследования молодежи) // Социологические исследования. 2020. № 8. С. 67–77. DOI: 10.31857/S013216250009288-9; Гайфуллин А.Ю. Ценностные ориентации современной молодежи: социологический анализ // Alma mater (Вестник высшей школы). 2018. № 2. С. 30–33. DOI: 10.20339/AM.2-18.030

общества знаний,<sup>1</sup> исследованы установки современной молодежи на инновационную деятельность.<sup>2</sup>

Вместе с тем эта тема остается малоизученной областью с позиции трансформация профессиональных ориентиров и карьерных установок у поколения Z различных возрастных групп образовательного уровня подготовки, в частности у школьников и студентов. На решение данных задач и направлено данное исследование.

Основной метод исследования – анкетирование представителей поколения Z. В рамках исследования были опрошены школьники 8-11 классов Городского округа г.Уфа Республики Башкортостан (объем выборочной совокупности составил 1191 школьников из 20 средних образовательных учреждений г.Уфы) и студенты старших курсов СУЗов и ВУЗов Городского округа г.Уфа Республики Башкортостан (объем выборочной совокупности составил 800 студентов из 8 средних специальных и 8 высших учебных заведений г.Уфы). Возраст опрошиваемых на момент опроса (2020 г.) составлял от 13 до 22 лет. Ошибка выборки при заданном уровне значимости в 95% не превысила 5%.

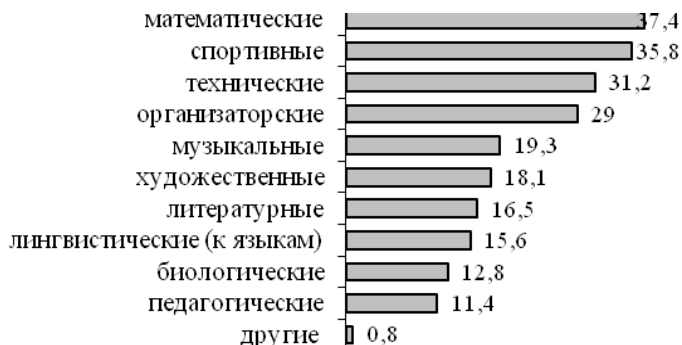
#### **Наличие способностей у поколения Z.**

Отвечая на вопрос «Укажите, какие способности у Вас проявляются в большей степени?» 37,4% респондентов указали, что у них в большей степени проявляются математические способности, 35,8% - спортивные, 31,2% - технические, 29% - организаторские. Меньше всего у опрошенных проявляются педагогические (11,4%), биологические (12,8%) и лингвистические (15,6%) способности (рис. 1.).

---

<sup>1</sup> Гелих О.Я., Левицкая А. Н., Покровская Н. Н. Социологический анализ социальных установок профессионального и карьерного роста в контексте цифровой экономики и общества знаний // Социология и право. 2020. № 3 (49). С. 12–24. DOI: 10.35854/2219-6242-2020-3-12-24.

<sup>2</sup> Ушенков Е. Е. Установки современной молодежи на инновационную деятельность: по материалам социологических исследований // Социология. 2021. №7 (3). С. 80–88. DOI:10.32603/2412-8562-2021-7-3-80-88.



**Рис.1. Укажите, какие способности у Вас проявляются в большей степени? (в % от числа опрошенных)**

У юношей, в отличие от девушек, в большей степени проявляются технические (48,6%), спортивные (48,1%), математические (40,0%) способности. У девушек, в отличие от юношей, чаще проявляются такие способности как: художественные (26,3%), литературные (23,8%), лингвистические (22,9%) (таблица 1).

*Таблица 1*

**Укажите, какие способности у Вас проявляются в большей степени? (в %, в зависимости от пола и успеваемости учащихся)**

Наименование способности	юноши	девушки	отличник	хорошист	троечник
технические	48,6	15,0	25,2	31,7	32,3
тематические	40,0	34,8	58,9	40,3	20,2
литературные	8,7	23,8	24,3	16,5	13,3
лингвистические (к языкам)	7,9	22,9	29,0	15,6	10,6
биологические	10,0	15,2	8,4	13,4	12,9
педагогические	6,0	16,4	15,0	11,0	11,0
организаторские	27,6	30,4	30,8	30,1	24,7
художественные	9,5	26,3	16,8	18,1	19,0
музыкальные	15,1	23,2	19,4	20,6	18,6
спортивные	48,1	24,3	18,7	34,8	45,6
другие	1,0	0,7	0,0	0,8	1,1

*Источник: результаты социологического опроса, проведенного автором*

Также по результатам опроса выявлено, что у отличников в большей степени проявляются математические (58,9%), литературные (24,3%), лингвистические (29,0%), педагогические (15,0%)



способности, в то время как у троечников спортивные (45,6%), технические (32,3%), художественные (19,0%). Хорошисты лидируют в проявлении биологических (13,4%) и музыкальных (20,6%) способностей.

Анализ ответов в зависимости от возраста школьников показал, что у старшеклассников в большей степени проявляются организационные (34,8%), технические (32,5%), литературные (18,6%), лингвистические (16,0%). Школьники 8–9 классов лидируют в проявлении таких способностей как: математические (38,6%), спортивные (37,8%), биологические (15,5%), музыкальные (19,4%). Интерес к развитию у молодежи технических способностей непосредственно связан с цифровизацией, а также повышением привлекательности для молодежи инженерных специальностей. Прогнозируемые ключевые образовательные компетенции и навыки, необходимые для работы в условиях «Индустрии 4.0» — это цифровая грамотность, умение решать сложные задачи (complex problem-solving), навыки общения.<sup>1</sup>

#### **Образовательные планы школьников.**

Важным этапом профессионализации поколения Z является их отношение к образованию. Как показал опрос школьников, при ответе на вопрос: «Какие у Вас планы, касающиеся образования на ближайшее будущее?», большинство респондентов отмечают, что хотят получить высшее образование (82,5%). Средне профессионально-техническое образование планируют приобрести 5,0% опрошенных, среднее специальное - 4,8%, среднее общее - 6,4%. Только 1,3% школьников не планируют учиться дальше (рис. 2.).

---

<sup>1</sup> Буренина И.В., Гайфуллина М.М., Сайфуллина С.Ф., Бирюкова В.В., Котов Д.В. Управление проектами внедрения технологий «Индустрия 4.0»: монография – Уфа: Издательство УГНТУ, 2019. – 150 с. С.63.



**Рис. 2. Планы, касающиеся образования на ближайшее будущее? (в %)**

Доля желающих получить высшее образование среди девушек составляет 89,0%, в то время как среди юношей только 75,4%. Юноши в отличие от девушек в большей степени нацелены на получение среднего общего (8,4%), а также и среднего профессионального и специального образования (14,0%). Доля тех, кто не планирует дальнейшего образования, среди юношей в пять раз больше, чем среди девушек (2,1% против 0,4%).

При этом, если в группе школьников 8–9 классов высшее образование планируют получить - 74,4%, среднее техническое и специальное - 14,9%, среднее общее – 9,4% респондентов, то в группе старшеклассников получить высшее образование планируют подавляющее большинство (92,5%). Среди учащихся 10–11 классов получить среднее техническое и специальное образование планируют 3,8% школьников. 2,6% учащихся 10-х классов и 1,0% учащихся 11-х классов дальнейшее обучение не планируют (таблица 2).

Таблица 2

**Какие у Вас планы, касающиеся образования на ближайшее будущее? (в % от опрошенных)**

Варианты ответов	Всего	юноши	девушки	8–9 класс	10–11 класс
получить среднее общее образование	6,4	8,4	4,6	9,4	2,6
получить среднее профессионально-техническое образование	5,0	8,8	1,6	8,3	1,2
получить среднее специальное образование	4,8	5,2	4,4	6,6	2,6
получить высшее образование	82,5	75,4	89,0	74,4	92,5
учиться не планирую	1,3	2,1	0,4	1,3	1,0

*Источник: результаты социологического опроса, проведенного автором*

В целом можно отметить рост престижности высшего образования с ростом возраста поколения Z, что подтверждается данными, приведенными в других исследованиях, в частности в исследовании Зубок Ю. А. и Чупрова В. И.<sup>1</sup>

При поступлении в вуз решающими факторами для респондентов являются: высшее образование, которое дает возможность более высокого заработка (61,0%), желание иметь престижную профессию (53,0%), а также то, что с дипломом о высшем образовании легче найти работу (41,4%) (таблица 3).

Таблица 3

**Какие факторы являлись или являются для Вас решающими при поступлении в ВУЗ? (в % от опрошенных)**

Вариант ответов	Всего	юноши	девушки	8–9 класс	10–11 класс	ССУЗ	ВУЗ
высшее образование дает возможность более высокого заработка	61,0	62,8	59,9	67,3	71,6	55,4	63,4
хочу иметь образование не ниже, чем у друзей и	5,5	5,2	5,8	8,3	5,9	5,4	5,4

<sup>1</sup>Зубок Ю. А., Чупров В. И. Отношение молодежи к образованию как фактор повышения эффективности подготовки высококвалифицированных кадров // Социологические исследования. 2012. №8 (340). С. 103-111.

знакомых							
желание иметь престижную профессию	53,0	55,2	51,6	66,5	67,3	55,0	52,1
считаю, что хорошую профессиональную подготовку даст только ВУЗ	23,7	19,7	26,8	15,1	18,4	16,7	27,2
это возможность не идти в армию	2,1	4,1	0,7	5,8	5,5	2,3	2,1
считаю, что с дипломом о высшем образовании легче найти работу	41,4	33,1	47,4	34,2	37,8	39,2	42,7
настаивают (настаивали) родители	3,7	4,1	3,4	4,6	2,2	1,4	4,8
высшее образование дает возможность получить более высокое положение в обществе	37,6	33,8	39,7	33,0	38,2	37,8	37,7
не планирую поступать в ВУЗ	3,5	7,9	0,5	2,4	1,2	11,3	0,0

*\*Результаты социологического опроса, проведенного автором*

Сравнительный анализ ответов в зависимости от гендерных особенностей респондентов показал, что для девушек в отличие от юношей более значимыми при поступлении в ВУЗ является то, что с дипломом о высшем образовании легче найти работу (47,4% против 33,1%), высшее образование дает возможность получить более высокое положение в обществе (39,7% против 33,8%). Для юношей более значимым фактором при поступлении в ВУЗ является желание иметь престижную профессию (62,8% против 59,9% у юношей), и то, что это дает возможность не идти в армию (4,1% против 0,7% у девушек).

Анализ ответов учащихся в зависимости от их возраста показал, что учащиеся 10-11 классов чаще называют мотивирующими факторами поступления в ВУЗ то, что высшее образование дает возможность более высокого заработка (71,6% против 67,3% у школьников 8-9 классов), высшее образование дает возможность получить более высокое положение в обществе (38,2% против 33,0%), с дипломом о высшем образовании легче найти работу (37,8% против 34,2%), только ВУЗ дает хорошую профессиональную подготовку (18,4% против 15,1%).

Учащиеся 8-9 классов в отличие от своих старших сверстников чаще называют мотивирующими факторами поступления в ВУЗ то, что хотят иметь образование не ниже, чем у друзей и знакомых (8,3%

против 5,9%), это возможность не идти в армию (5,8% против 5,5%), настаивают родители (4,6% против 2,2%).

Анализ ответов студентов в зависимости от учебного заведения показал, что учащиеся вузов чаще называют мотивирующими факторами поступления в ВУЗ то, что высшее образование дает возможность более высокого заработка (63,4% против 55,4% у студентов ССУЗов), только ВУЗ дает хорошую профессиональную подготовку (27,2% против 16,7%), с дипломом о высшем образовании легче найти работу (42,7% против 39,2%), настаивают родители (4,8% против 1,4%). Учащиеся ССУЗов в отличие от своих старших сверстников чаще называют мотивирующими факторами поступления в ВУЗ то, что хотят иметь престижную профессию (55,0% против 52,1%), это возможность не идти в армию (2,3% против 2,1%).

Для студентов из сельской местности в отличие от их городских сверстников при поступлении в ВУЗ в большей степени решающими факторами являются: хочу иметь образование не ниже чем у друзей и знакомых (13,2% против 5,4% у студентов из г.Уфы), желание иметь престижную профессию (54,4% против 52,0% у студентов из г.Уфы), уверенность в том, что хорошую профессиональную подготовку дает только ВУЗ (27,0% против 23,1% у студентов из г.Уфы) и то, что с дипломом о высшем образовании легче найти работу (46,6% против 41,3% у студентов из г.Уфы), высшее образование дает возможность получить более высокое положение в обществе (42,2% против 35,0% у студентов из г.Уфы).

Отвечая на вопрос: «Какой из трех приведенных ниже стратегий Вы придерживаетесь?», большинство школьников (45,1%) сказали, что они хотели бы сначала определиться с конкретной специальностью, а затем выбрать вуз, который осуществляет по ней подготовку. 30,2% респондентов ответили, что они сначала определятся с направлением подготовки (экономическое, инженерное, педагогическое и т.д.), затем выберут вуз, который осуществляет подготовку по данному направлению, а потом конкретную специальность (экономист, бухгалтер, финансист и т.д.). В то же время 15,5% школьников отметили, что они сначала выберут вуз, в который будут поступать, а потом конкретную специальность. Затруднились ответить на вопрос – 9,2% школьников.

Основные критерии, по которым школьники выбирают ВУЗ — это его репутация и престижность (52% опрошенных), качество преподавания (51%), их профессиональная пригодность после окончания учебы (36%) (таблица 4).

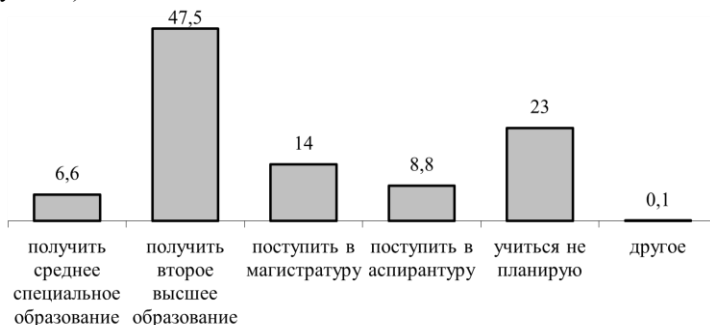
Таблица 4

**Основные критерии выбора ВУЗа школьниками (в % от числа опрошенных)**

Варианты ответов	Всего	юноши	девушки
уровень конкурса	14,0	14,3	13,3
стоимость обучения	33,6	33,1	34,0
качество преподавания	50,9	52,0	49,8
репутацию и престижность образовательного учреждения	52,4	48,5	55,9
свою профессиональную пригодность	36,1	34,4	37,5
отзывы о вузе	26,0	23,0	28,6
наличие военной кафедры	4,3	7,5	1,2
наличие диплома государственного образца	24,0	21,1	26,5
наличие бюджетных мест	31,4	29,0	33,6
проведение вузом трудоустройства выпускников	36,1	38,0	35,0

*Источник: результаты социологического опроса, проведенного автором*

Ответы студентов на вопрос: «Есть ли у Вас планы по повышению уровня образования, после окончания учебного заведения? Если да, то какие?» показал, что 6,6% респондентов хотят получить среднее специальное образование, 47,5% - хотят получить высшее образование, 14,0% - поступить в магистратуру, 8,8% - поступить в аспирантуру. Однако, каждый четвертый выпускник сузов и вузов (23,0%) не планирует повышать в дальнейшем свое образование (рисунок 3).



**Рис. 3 Есть ли у Вас планы по повышению уровня образования, после окончания учебного заведения? Если да, то какие? (в % от числа опрошенных)**

Доля желающих получить второе высшее образование среди девушек составляет 49,5%, в то время как среди юношей – 45,1%. Юноши в отличие от девушек в большей степени нацелены на получение среднего специального образования (11,4%). Доля тех, кто не планирует дальнейшего образования среди юношей, составила 23,5%, среди девушек – 22,8% (таблица 5).

Таблица 5

**Есть ли у Вас планы по повышению уровня образования, после окончания учебного заведения? Если да, то какие? (в % в зависимости от пола)**

Варианты ответов	юноши	девушки
получить среднее специальное образование	11,4	3,0
получить второе высшее образование	45,1	49,5
поступит в магистратуру	9,4	16,8
поступить в аспирантуру	10,2	8,0
учиться не планирую	23,5	22,8
другое	0,4	0,0

*Источник: результаты социологического опроса, проведенного автором*

### **Престижность профессий глазами поколения Z.**

На вопрос «Как Вы считаете, все ли профессии в обществе одинаково престижны?» каждый второй школьник (49,0%) и студент (45,7%) сказал, что в обществе больше не престижных профессий, чем престижных. Почти каждый третий опрошенный учащийся (28,0% среди школьников и 29,9% среди студентов) полагает обратное, что в обществе больше престижных профессий, чем не престижных. Все профессии одинаково престижны отметил десятый ученик (9,2%) и каждый седьмой студент (14,0%) (табл. 6).

Таблица 6

**Как Вы считаете, все ли профессии в обществе одинаково престижны? (в % от числа опрошенных)**

Варианты ответов	школьники	студенты
да, все профессии одинаково престижны	9,2	14,0
в обществе больше престижных профессий, чем не престижных	28	29,9
в обществе больше не престижных профессий, чем престижных	49	45,7
затрудняюсь ответить	13,8	10,4

*Источник: результаты социологического опроса, проведенного автором*

Опрос показал, что с возрастом в сознании молодежи в большей степени закладывается то, что в обществе больше непрестижных

профессий, чем престижных.

Ключевой критерий, по которым молодежь определяют престижность той или иной профессии, – это высокая заработная плата (так ответили 82% школьников и 74% студентов). При этом второй по значимости фактор престижности той или иной профессии у школьников и студентов разный: для школьников — это возможности карьерного и профессионального роста (на это указали 68% опрошенных школьников), а для студентов – высокий социальный статус (на это указали 52% опрошенных) (таблица 7).

*Таблица 7*

**По каким критериям Вы определяете престижность той или иной профессии? (в % от числа опрошенных)**

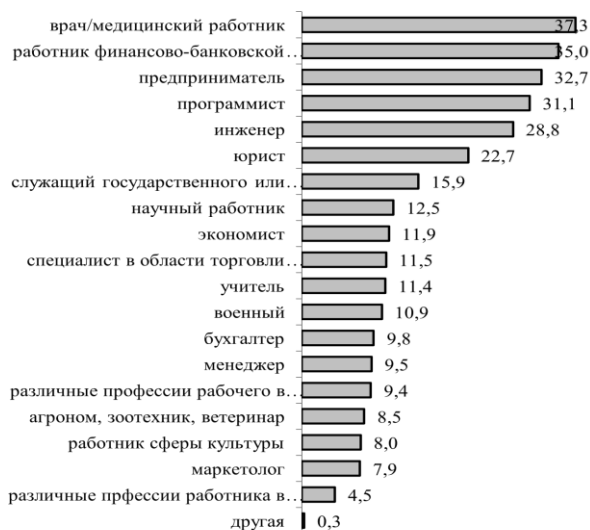
Варианты ответов	школьники	студенты
высокая заработная плата	82	74
возможности карьерного и профессионального роста	68	42
высокий социальный статус	62	52
возможность работать по гибкому графику	35	39
возможность решать интересные задачи	26	18
возможности ездить за границу	18	9
возможность публичного признания	11	3
другое	0,8	0,5

*Источник: результаты социологического опроса, проведенного автором*

Кроме того, для школьников высокая заработная плата более значима, чем для студентов. Также для студентов менее значимы такие критерии выбора профессии как возможность ездить за границу, возможность выступления в СМИ и другие критерии.

Ответы на вопрос: «Какие профессии Вы считаете престижными?», позволили составить рейтинг престижности профессий, по мнению студентов. Верхнюю строчку данного рейтинга возглавили врачи (37,3%), далее следуют работники финансово-банковской сферы (35,0%), предприниматели (32,70%), программисты (31,1%), инженеры в сфере строительства, промышленности, связи (28,8%), юристы (22,7%) (рис. 4).





**Рис.4 Какие профессии Вы считаете престижными? (в % от числа опрошенных)**

Наименее престижными для молодежи являются различные профессии работника в сельском хозяйстве (агроном, зоотехник, ветеринар), а также другие профессии, а именно: режиссер, танцор, дизайнер, спортсмен, писатель, архитектор, журналист, сотрудник ФСБ, психолог, геофизик, президент, художник, актер, политик, PR-менеджер, модель, летчик, космонавт.

Юноши наиболее престижными профессиями считают: инженер в сфере строительства промышленности, связи, предприниматель, программист, работник финансово-банковской сферы, врач, юрист.

Девушки наиболее престижными профессиями считают: работник финансово-банковской сферы, врач, предприниматель, юрист, инженер в сфере строительства промышленности, связи.

Таким образом, можно отметить определенные гендерные различия в профессиональных предпочтениях поколения Z. Девушки недооценивают так называемые STEM-профессии (STEM – от Science - , Technology, Engineering, Math, то есть, это технические, научные и инженерные специальности), что требует проведение определенных занятий, в первую очередь в школе,

ориентированных на знакомство с профессиями, востребованными на рынке труда.<sup>1</sup>

Полученные по результатам социологического исследования данные в целом коррелируют с данными других опросов. В частности, по результатам опроса ВЦИОМ, лидером тройки профессий является профессия врача, медицинского работника. Отсюда можно согласиться с выводом, что консервативные предпочтения традиционных профессий (врачей, военных, юристов, государственных управленцев, инженеров и учителей) для россиян остаются неизменными, очевидными, понятными и предсказуемыми. Эти группы занятий, так или иначе, всегда востребованы, выполняют важнейшие функции, стабилизирующие общество, а, следовательно, несмотря на ситуацию на рынке труда и инновации нового технологического уклада, гарантируют представителям традиционных профессий достойное положение и престиж в российском обществе.<sup>2</sup>

По результатам проведенного исследования можно констатировать, что чем старше молодой человек, тем сложнее происходит процесс трансформации представлений о работе, критериев удовлетворенности работой и выбора определенных ожиданий, что подтверждается результатами других исследований.<sup>3</sup>

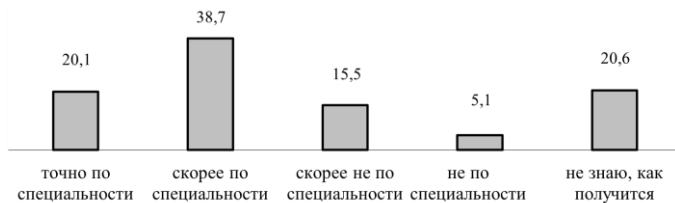
Одним из важных показателей качества рабочей силы на рынке труда является работа специалистов по полученной ими специальности. Отвечая на вопрос: «После окончания учебы, Вы планируете работать по специальности или нет?» 58,8% студентов планируют работать по специальности (по сумме ответов «точно по специальности» - 20,1%, «скорее всего по специальности» - 38,7%). Не планируют работать по специальности – 20,6% студентов (по сумме ответов «точно не по специальности» - 5,1%, «скорее всего не по специальности» - 15,5%). Каждый пятый студент (20,6%) ответил, что он не знает, как получится (рис. 5.).

---

<sup>1</sup> Кох И.А., Алексеева Л.А. Профессионально-ценностные ориентации студенческой молодёжи на примере исследования приоритетов в структуре терминальных и инструментальных жизненных ценностей студентов // Вопросы управления. 2018. №4 (53). С. 113-118.

<sup>2</sup> Краснов А.Ю. Престиж профессии и современные трудовые предпочтения россиян // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. №9. DOI:10.24158/spp.2018.9.5.

<sup>3</sup> Смирнова Е.А. Трансформация карьерных и профориентационных установок обучающихся: социологическое исследование // Современные научные исследования и разработки. 2017. Т. 2. № 1 (9). С. 460-463.



**Рис. 5 После окончания учебы, Вы планируете работать по специальности или нет? (в % от числа опрошенных)**

При этом необходимо отметить тот факт, что с большой долей вероятности сегодняшнему поколению Z, особенно школьникам, предстоит работать совсем не по тем профессиям и специальностям, которые в настоящее время являются востребованными.<sup>1</sup>

В этой связи существующая система профессионального самоопределения и развития молодежи должна не просто подталкивать к выбору конкретных профессий и специальностей, востребованных сегодня, а готовить к самостоятельному и ответственному выбору, который они должны неоднократно осуществлять на протяжении своей жизни, с учетом постоянно меняющейся ситуации, а также к возможной самозанятости.

Основные выводы по результатам проведенного исследования следующие.

1 Образование для поколения Z является одним из важных факторов, влияющим на характер профессиональных ожиданий и осознание профессиональных жизненных перспектив

2 Основными критериями выбора профессии для поколения Z является заработная плата, далее следуют возможности карьерного и профессионального роста, а также высокий социальный статус.

3 Представители поколения Z, в отличие от представителей поколения Y, не хотели бы работать в условиях жестких ограничений, а также предпочитают публичное признание достижений.

4 Значительная часть молодых людей поколения Z, для соблюдения баланса между работой и личной жизнью, предпочитают самоконтроль и работу по гибкому графику, включая удаленный формат.

<sup>1</sup> Тучина О.Р. Карьерные ориентации молодежи в контексте представлений о будущем // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. Т. 21. № 3. С. 125–137. DOI: 10.31429/26190567-21-3-125-137.

Из результатов исследований, проведённых в 2014 году Ассоциацией Менеджмента Человеческих Ресурсов США, 44% респондентов поколений X, Y ответили очень важным гибкое расписание рабочего времени, то 79% представителей поколения Z посчитали это важным.<sup>1</sup>

Поколения X, Y, Z отличаются друг от друга воспитанием, ценностями, чутьём восприятия окружающего мира, личностными целями, ожиданием. Основными причинами этих отличий можно объяснить различными политическими, социальными и экономическими условиями, где они выросли. Эти поколения также по-разному относятся к труду, форма занятия образ труда другая или форма ведения трудовой, предпринимательской деятельности отличные друг от друга. И чем моложе поколение, тем меньше постоянство, заинтересованность стабильного труда на одном рабочем месте и, считают замену рабочего места неизбежной вещью.<sup>2</sup>

В заключении следует подчеркнуть тезис о том, что существенное влияние на рациональное распределение трудовых ресурсов в экономике, выбор жизненного пути поколением Z, адаптацию его к профессии должна оказывать эффективная система профессиональной ориентации. При этом одной из актуальных проблем современного рынка труда является разбалансированность структуры подготовки кадров и ее неадекватность сложившимся субъективным профессиональным устремлениями молодежи.

В качестве направлений совершенствования данной деятельности можно рассматривать следующие направления:

1. Использование системного подхода к профориентационному сопровождению выбора будущей профессии (специальности) обучающейся молодежи.
2. Подготовка квалифицированных кадров для проведения профориентационной работы среди молодежи.
3. Развитие у молодежи таких компетенций как грамотность в сфере информационно-коммуникационных и цифровых технологий, умение решать сложные задачи (complex problem-solving), мультиязычность и мультикультурность, соответствующих требованиям нового технологического уклада, цифровой экономике.

---

<sup>1</sup> Dinah W.B. Gen Z Could Soon Pose Greater HR Challenges / Dinah W.B. SHRM HR Magazine. 2014, July: [http://www.shrm.org/HR magazine](http://www.shrm.org/HR%20magazine), April 2014.

<sup>2</sup> Цэцэгмаа Ц., Энхбаяр Ч., Алтанчимэг З. Отношение к труду и форма занятости поколений X, Y, Z: сходства и различия // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 5 (83). Часть 2. С. 6-10. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2019.83.5.028>.

4. Развитие материально-технической базы образовательных организаций для организации эффективного процесса профессиональной ориентации обучающейся молодежи с учетом тенденций цифровизации в обществе.

В качестве общего вывода исследования можно отметить, что для большинства представителей поколения Z профессиональная самореализация является значимой ценностью в их жизни. Критериями успешности в профессиональном плане для поколения Z является не только материальный достаток, а также ценности карьерного и профессионального развития и высокого социального статуса в обществе.

## ГЛАВА X ПОКОЛЕНИЕ Z И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ОНЛАЙН ТЕХНОЛОГИИ

*Щербакова Д. В.*

*доцент кафедры государственного и муниципального управления  
Северо-Западного института управления – филиала Российской  
академии народного хозяйства и государственной службы при  
Президенте РФ, Санкт-Петербург, Россия*

**Аннотация.** В данной главе представлен анализ исследования уровня владения студентами первого и второго курсов Петербургского кампуса РАНХиГС образовательных онлайн платформ и сервисов. Исследование проводилось весной 2021 года. В нем приняло участие 216 студентов. В главе дана классификация цифровых образовательных сервисов и проанализирован опыт их применения в учебном процессе на примере создания Ленты времени с использованием ресурса Sutori. Благодаря образовательному инструменту «лента времени» можно решить несколько образовательных задач, повысить качество подготовки студентов и разнообразить образовательный процесс. Также в главе представлены результаты опроса студентов по практике использования онлайн технологий в учебном процессе для коммуникации.

По результатам исследования выявлен низкий уровень освоения образовательными онлайн технологиями, что требует внедрения в образовательный процесс заданий, выполняемых на онлайн сервисах. Это требование влечет за собой необходимость повышения квалификации профессорско-преподавательского состава кампуса.

**Ключевые слова:** цифровые образовательные сервисы, платформы онлайн образования, digital skills, Лента времени, дистанционное образование.

Информационное развитие современного общества неизменно ассоциируется с производственными и финансовыми отраслями экономики, с научными исследованиями и разработками. Данные трансформации выступают сегодня как один из вызовов

современности. Они находят отражение в различных документах стратегического планирования: в Национальной стратегии развития Искусственного интеллекта на период до 2030 года (2019), Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы (2017); Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации (2016), Национальной программе «Цифровая экономика Российской Федерации». Цифровая трансформация рассматривается в качестве одной из национальных целей развития России. При этом система высшего образования, как база подготовки специалистов для инновационного развития, должна рассматриваться с позиции двигателя преобразований.

Преподавание дисциплин в высших учебных заведениях годами имело сложившиеся практики. Однако пандемия блокировала привычную преподавательскую деятельность. Именно цифровые технологии и электронная информационно-образовательная среда в условиях функционирования вузов в «удаленном» формате в период пандемии стали для образовательных организаций единственной технологией, позволяющей реализовать учебные планы в полном объеме. Необходимость переходить на новые форматы взаимодействия со студентами для продолжения учебного процесса стала для многих представителей профессорско-преподавательского состава шоком. Не все высшие учебные заведения страны, даже в таких благополучных регионах, как Москва и Санкт-Петербург, имели собственную информационно-образовательную платформу.

В Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ системой управления курсами, также известной как система управления обучением или виртуальная обучающая среда, была выбрана система Moodle. Профессорско-преподавательский состав прошел обучение по работе на платформе еще в допандемический период. Поэтому переход на дистанционное обучение прошел достаточно безболезненно, как для преподавателей, так и для студентов. Существенным недостатком системы является невозможность проведения онлайн занятий, вебинаров. Этот вопрос был решен через корпоративный договор с компанией Microsoft, одним

из приложений которой является MS Teams. Также преподаватели могли проводить занятия в Zoom, Discord, через групповые звонки ВКонтакте.

С началом нового 2020/2021 учебного года практика проведения занятий в дистанционном формате продолжилась. Оперативная подготовка преподавателей пользованию MS Teams сузила вариативность проведения учебного процесса. Теперь для проведения занятий в онлайн формате осталось только приложение Microsoft, а единой виртуальной обучающей средой стала система Moodle, где также размещаются записи онлайн занятий в помощь обучающимся.

Однако сами эти системы не гарантируют высокого качества учебного процесса, а являются лишь инструментами передачи информации и проверки знаний. Согласно данным опроса студентов, проведенного Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС и посвященного отношению студентов к дистанционной форме обучения во всех филиалах академии,<sup>1</sup> в поддержку онлайн-обучения высказались 34,1%, оказались его противниками 47,4%. Среди них:

- 55,4% студентов считают, что удаленная форма обучения занимает больше времени;

- 47,7% считают, что такая форма не удобна;

- 69,6% студентов полагают, что в аудиториях «учиться лучше».

Большинство говорит о том, что качество дистанционного образования хуже, чем традиционного очного.<sup>2</sup>

Переход с традиционного формата обучения, на смешанный требует освоения не только цифровых образовательных платформ, но и сервисов. Именно благодаря разнообразию цифровых инструментов, применяемых в процессе преподавания возможно повысить качество образовательного процесса и интерес к онлайн обучению. Это требует от преподавателей и от студентов наличия цифровых компетенций.

---

<sup>1</sup>Померанцева, Н. Почему студенты и преподаватели невзлюбили дистанционное обучение // Ведомости. 28 мая. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2020/05/28/831354-distantionnoe-obuchenie>

<sup>2</sup> Там же.



Согласно трактовке специалистов Фонда Развития Интернет и Факультета психологии МГУ имени М. В. Ломоносова цифровой компетентностью является «основанная на непрерывном овладении компетенциями (системой соответствующих знаний, умений, мотивации и ответственности) способность индивида уверенно, эффективно, критично и безопасно выбирать, и применять инфокоммуникационные технологии в разных сферах жизнедеятельности (работа с контентом, коммуникации, потребление, техносфера), а также его готовность к такой деятельности».<sup>1</sup>

Среди необходимых навыков индивида, независимо от специфики деятельности, выделяют *soft skills* (социальные) и *hard skills* (профессиональные). Но, в связи с тотальной компьютеризацией и цифровизацией в последние годы была выделена новая группа навыков, применимая к любым специалистам в условиях цифровой экономики - *digital skills* (цифровые навыки). Причем, навыки использования цифровой технологии должны основываться на чётком понимании её смысла, осознании цели ее использования, и, самое важное, критического оценивания результата, понимания того, к каким проблемам это может привести. Развитие цифровых навыков возможно через активное внедрение в образовательный процесс онлайн сервисов.

Клиповость мышления поколения современных студентов вынуждает искать необычные формы работы. Тогда на помощь приходят цифровые образовательные сервисы, которые позволяют повысить вариативность заданий. Современные цифровые инструменты и сервисы, которые может использовать педагог в учебном процессе, предназначены для самых различных целей. Например, для подготовки наглядных учебно-методических материалов, создания тестов, записи аудио, видео и анимационных роликов, создания графических, музыкальных включений, инфографики, моделирующих программ, организации совместной онлайн-работы над проектами и т.п.

---

<sup>1</sup> Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. – М.: Фонд Развития Интернет. 2013. 144 с.

На основе работ С. В. Панюковой предлагаем следующую классификацию цифровых образовательных сервисов.

1. Программы подготовки электронных презентаций (Prezi, Canva, ClearSlide, TopHat);
2. Инструменты для создания графики и инфографики (Canva, PosterMyWall, Piktochart, DesignCap);
3. Инструменты для редактирования и обработки видео, создания видео-заданий (Movavi, Camtasia, iMovie, Flipgrid);
4. Системы для создания тестов (Google формы, Online Test Pad, Mentimeter.com, БанкТестов РУ);
5. Сервисы для создания интерактивных упражнений, игр, кроссвордов и викторин (Quizizz, «Фабрика кроссвордов», Flippity);
6. Ментальные карты (Mindmeister, IBrainstorm, Coggle, Xmind);
7. Онлайн-доски (Padlet, Miro, Popplet, Twiddla, Trello);
8. Интерактивные карты и временные оси (Sutori, TimelineJS, Timetoast).

Помимо цифровых сервисов, также в образовательные онлайн технологии включаются цифровые образовательные платформы. Цифровая образовательная платформа — информационное пространство, объединяющее участников процесса обучения, которое дает возможность для удаленного образования, обеспечивает доступ к методическим материалам и информации, а также позволяет осуществлять тестирование для контроля уровня знаний обучающихся. В России представлено множество онлайн платформ. Среди них: Дневник.ру, Moodle, Google Класс, Яндекс.Учебник, Учи.ру и др.

Популярность электронных образовательных платформ с интерактивными возможностями обучения растет, особенно в условиях, продиктованных современной реальностью. Переход на удаленное обучение требует внедрения в процесс современных методов обучения.

Весной 2021 года на факультете Государственного и муниципального управления Петербургского кампуса РАНХиГС было проведено исследование, в котором принимали участие 216 студентов первого и второго курсов очного отделения бакалавриата. Студентам

был задан ряд вопросов о знании и уровне владения цифровыми образовательными сервисами и платформами.

О знании и использовании образовательных платформ результаты ответов были вполне предсказуемы. Все респонденты ответили, что на данный момент используют платформу Moodle. На данной платформе, как было сказано выше, размещена образовательная среда Петербургского кампуса. Платформой Дневник.ру (электронный дневник для школ) ранее использовали 106 респондентов, не знают - 58, знают, но уже не используют 49 опрошенных. Платформу Google Класс не знают 94 человека, знают, но не пользуются 67 чел., ранее пользовались 31 чел., сейчас используют 31 опрошенный. Примерно также распределились ответы касательно Яндекса.Учебника. Платформа Учи.ру не известна для 133 опрошенных, когда-то ее использовали 27 человек, знают, но не использовали 53 чел., сейчас используют 3 чел. Никаких других образовательных платформ не вспомнил 124 респондента, знают и используют другие платформы 39 человек, 38 человек знают, но не используют и когда-то использовали 15 человек.

Таким образом можно подвести итог, что более половины опрошенных не знают платформ, кроме тех, с которыми сталкивались в процессе обучения в школе (Яндекс.Учебник, Google Класс, Дневник.ру, Учи.ру) и непосредственно вузовской платформы Moodle.

Оценивая уровень владения образовательными платформами, ответы респондентов распределились следующим образом (рис. 1). Система Moodle знакома опрошенным как на базовом, так и на продвинутом уровне, ответы по знанию Дневник.ру распределились примерно так же с учетом анализа ответов тех, кто работал в данной платформе. Знания остальных образовательных платформ находятся примерно на равном уровне как на начальном, базовом, так и на продвинутом.

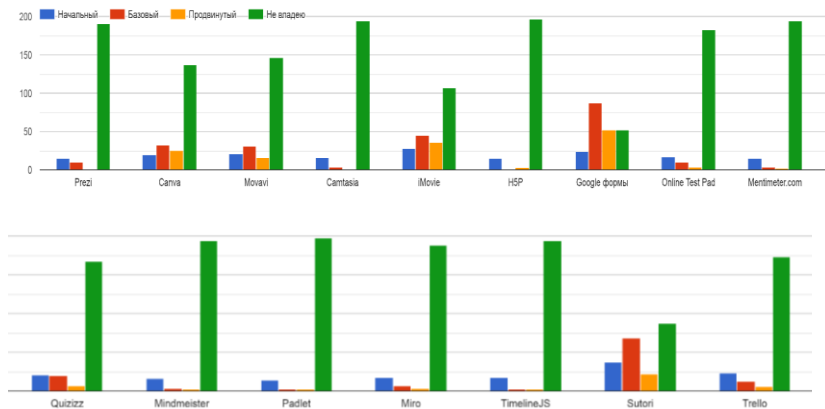
Как вы оцените свой уровень владения образовательными платформами?



**Рис. 1 Уровень владения образовательными онлайн платформами**

По аналогии с вопросом о знании и использовании образовательных платформ, был задан вопрос по образовательным сервисам. Ответы распределились следующим образом (рис. 2)

Оцените ваш уровень владения следующими цифровыми сервисами.



**Рис. 2 Уровень владения образовательными онлайн сервисами**

Самыми узнаваемыми стали ресурсы Google.Формы, iMovie и Sutori. При этом во всех этих сервисах студенты отмечают себя преимущественно как пользователи начального уровня.

Один из вопросов был о том, по чьей инициативе используют студенты цифровые сервисы и используют ли их в ВУЗе. Рассмотрим те три сервиса, которые были отмечены выше. Сервис iMovie используется преимущественно в личных целях, а вот Google.Формы и Sutori применяются в процессе обучения. Работе в Google.Формах студенты обучаются на таких дисциплинах, как «Информационные технологии в управлении» и «Социология». В ресурсе Sutori были даны задания по дисциплине «Экономическая теория». Таким образом, знакомство с этими онлайн сервисами связано с обучением в ВУЗе, а точнее с выполнением заданий по дисциплинам.

Рассмотрим пример использования сервиса Sutori в учебном процессе для создания Ленты времени. Благодаря Ленте времени можно визуализировать такое абстрактное понятие, как время, разложить в хронологическом порядке различные события истории, культуры, литературы, экономики и многих других наук. В хронологическом порядке можно представить повествование учебных материалов и содержание научной литературы. Процесс работы над созданием ленты времени позволяет переработать материал, осознать его.<sup>1</sup>

Лента времени может представлять собой как горизонтальную линию с разметкой хронологических событий, так и вертикальную последовательность и даже буклет или разметку событий на карте. Современные онлайн сервисы позволяют представлять информацию не только в виде текста, но и визуализировать контент, добавлять опросы, звуковые и видеодорожки, создавать гиперссылки на сторонние ресурсы.

Работа с лентой времени не имеет возрастных ограничений участников образовательного процесса. С ней могут работать как

---

<sup>1</sup> Щербакова, Д. В. Дистанционные технологии преподавания в ВУЗе / Организация работы с молодежью в информационном обществе: матер. междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 19–21 ноября 2020 г. / под ред. Г. В. Ковалевой. — СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. — с. 505-509

школьники, так и обучающиеся на различных программах повышения квалификации.

Авторский опыт применения ленты времени показывает его эффективность в самостоятельном освоении теоретических материалов по дисциплине «Экономическая теория». В разделе дисциплины о научных школах, истории развития экономики студентам дается задание прочтения нескольких глав из соответствующих теме книг. Материалы для изучения предоставляются студентам преподавателем в полном объеме. Изученный материал необходимо представить в виде ленты времени, используя любой удобный сервис. Как вариант предлагается воспользоваться сервисом Sutori. События в данном ресурсе представляются в вертикальной последовательности с возможностью добавления самого разнообразного интерактивного контента.

В тексте задания студентам сразу оговаривается возможность получения повышенного балла за использование интерактивных инструментов (картинок, видео, опросов, обсуждений и т. п.) при выполнении работы.

Согласно авторскому опыту только 80% обучающихся выполняют работу в предложенном ресурсе. Некоторые студенты используют различные форматы презентации, такие как PowerPoint, Canva, а также другие ресурсы создания ленты времени, среди которых Timeline JS и Tiki-Toki. Полученный результат прикрепляется к системе Moodle в виде ссылки или готового задания в ином формате.

Заполняя форму обратной связи по окончании курса, студенты положительно отзываются о работе с материалом через представление в хронологическом порядке в ленте времени. Студентами отмечается возможность досконально изучить материал и проработать его содержание. Таким образом, можно констатировать факт успешного освоения материала обучающимися.

Благодаря интеграции онлайн образовательных инструментов в систему Moodle или MS Teams повышается качество онлайн образования. Сокращается расстояние между студентом и преподавателем. Занятия становятся интерактивными, формы усвоения

разнообразными, а обучение может стать групповым даже в физически разрозненном пространстве. Онлайн сервисы позволяют преподнести информацию на том уровне понимания и осознания, который доступен современной молодежи. При этом следует выбрать из всего разнообразия сервисов те и в том количестве, чтобы позволить развить цифровые компетенции обучающихся, но не станет чрезмерной нагрузкой в процессе обучения.

Помимо образовательных онлайн платформ и цифровых сервисов есть еще одна сторона обучения – это коммуникации. Процесс коммуникации в период очного обучения был организован значительно проще, так как было «живое» общение. Помимо этого, студенты по общей договоренности создавали для себя чаты в социальных сетях или мессенджерах. С приходом дистанционного обучения в это общение пришлось вступить и преподавателю. При этом не все педагоги зарегистрированы в той или иной социальной сети или не хотят разглашать свой номер телефона для обмена сообщениями в мессенджерах. Да и студенты не хотят добавлять преподавателей в студенческий час. Поэтому данная проблема решалась с каждым преподавателем отдельно, и порой приводила к ситуации, когда студенты должны были отслеживать множество коммуникационных сервисов одновременно. Это, неизбежно, влекло за собой проблемы.

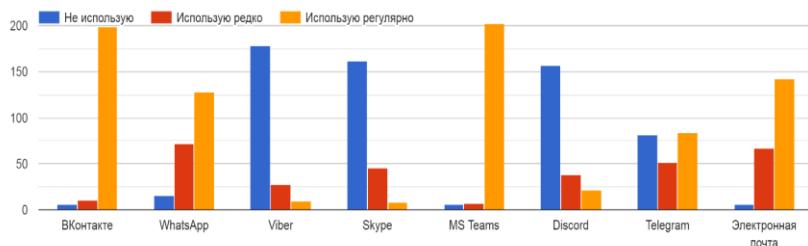
В Петербургском кампусе РАНХиГС было принято решение вести коммуникацию со студентами только в пределах онлайн сервисов университета: LMS Moodle, MS Teams и электронной корпоративной почты. Все официальные обращения ведутся только через почту. Требование преподавателей вести диалог в другом сервисе рассматривается как не легитимное.

Согласно исследованию, студенты в учебном процессе продолжают активно взаимодействовать через:

1. ВКонтакте, MS Teams;
2. WhatsApp, электронную почту;
3. Telegram.

Меньше всего в процессе коммуникации используются: Viber, Skype, Discord (рис. 3).

Какие средства для организации онлайн коммуникации вы используете в учебном процессе?



**Рис. 3 Средства организации коммуникации в учебном процессе**

Согласно полученным результатам, можно сделать вывод, что такие ресурсы, как социальная сеть ВКонтакте, мессенджеры WhatsApp и Telegram чаще используются для межличностной коммуникации между студентами, а MS Teams и электронная почта для контакта студентов с преподавателями и администрацией кампуса.

Завершая краткий обзор освоения образовательных онлайн технологий поколением Z, отметим, что на данный момент в Петербургском кампусе отмечается низкий уровень цифровых компетенций у студентов первых двух курсов. Развитию данных навыков может способствовать повсеместное внедрение в образовательный процесс заданий, выполняемых на различных онлайн сервисах. Для этого в траекторию обучения, в учебные программы дисциплин следует заложить развитие цифровых навыков. Несомненно, работе в цифровых образовательных сервисах следует обучить и преподавателей. С этой целью краткосрочные курсы повышения квалификации или запись онлайн уроков, или проведение мастер классов может восполнить нехватку компетенций у профессорско-преподавательского состава. Тогда квалифицированные кадры смогут передать свои знания молодому поколению.



## ГЛАВА XI ЦИФРОВЫЕ АБОРИГЕНЫ» И НЕФТЕГАЗОВАЯ ОТРАСЛЬ<sup>1</sup>

**Гайсина Л.М.**

*профессор кафедры социальных и политических коммуникаций  
Уфимского государственного нефтяного технического университета;  
ведущий научный сотрудник Башкирского государственного  
университета, г. Уфа*

**Аннотация.** Данная глава предлагает результаты социологических исследований в нефтегазовой отрасли, которые раскрывают происходящие в последнее время социальные изменения, оказывающие заметное влияние на российский рынок нефтегазовых специалистов и формирующие значимые изменения в системе управления персоналом. Рассмотрены демографические причины и роль пандемии, которая поставила под удар представителей поколения постмиллениалов. Переосмысливается влияние цифровизации на «зумеров», которая привела к сокращению работающих «цифровых аборигенов», так как они не будут жить, чтобы работать - они будут работать, чтобы жить. Проведен эмпирический анализ половозрастных и профессиональных характеристик сотрудников предприятий нефтегазовой отрасли, современного состояния и трендов развития рынка труда. Раскрывается необходимость, заложенная пандемией COVID-19, геополитическими трендами, санкционной политикой, повсеместным внедрением цифровых технологий, смещением социально-экономических ориентиров и приоритетов в личностном развитии, не показателей численности и заработной платы сотрудников, а индивидуальных характеристик «цифровых людей». Это люди, которые не хотят от кого-либо зависеть, однако идеальный начальник для них тот, кто максимально четко и линейно ставит задачи, чтобы все было ясно и понятно.

**Ключевые слова:** четвёртая промышленная революция, «представители поколения Z», рынок труда, демографические причины, пандемия, нефтегазовые компании

Современные социально-экономические процессы, протекающие в российском обществе, характеризуются постоянными

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Интолернтаность, толерантность, диалог в межатнической коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности»

трансформациями, возникающими в результате четвёртой промышленной революции (искусственный интеллект, роботизация, автомобили-роботы, трехмерная печать, нанотехнологии, биотехнологии и т. д.) и кризисных колебаний мировой и отечественной экономики. Стремление организаций в современных условиях занять устойчивое положение становится сложной задачей, так как реалии показывают, что это возможно только при соблюдении принципа постоянного обмена с внешней средой, принципов эмерджентности и эффективной адаптивности. Противоречивость условий управления современной организацией заключается в том, что оно должно быть гибким, изменчивым, приспособляемым к постоянно меняющимся условиям, но очень устойчивым и стабильным в своем «самовоспроизведении». Российский нефтегазовый комплекс не является исключением из этого правила. Напротив, нестабильность его позиций усугубляют процессы реструктуризации отрасли, перераспределение активов от относительно небольших предприятий к крупным корпоративным структурам, санкционные воздействия и заявления по отношению к Российской Федерации в целом и российским нефтегазовым проектам, реализуемым на международном уровне, в частности. В данной ситуации трендом становится обостряющаяся конкуренция за персонал всех уровней, от квалифицированных буровых бригад до специалистов по инвестициям и топ-менеджеров.<sup>1</sup>

В ситуации естественного старения квалифицированных работников, высокого уровня профессиональной мобильности, неустойчивых социальных условий российского общества, пересмотра системы мотивации в кризисных условиях в нефтегазовой отрасли образовался кадровый дефицит. Это связано с тем, что активное и трудоспособное население страны постепенно сокращается. Регионов с позитивной динамикой прироста населения все меньше. Происходящий процесс выглядит следующим образом: последний год, когда в СССР была зафиксирована высокая рождаемость и прирост населения - 1980. Затем, в связи с экономическими и политическими катаклизмами, кривая рождаемости устремилась вниз, в 1995 году, было зафиксировано ее существенное снижение, которое продолжается до сих пор. Таким образом, на рынок труда поступает все меньше потенциальных кандидатов. Если до последнего времени компании не испытывали сложностей хотя бы с привлечением молодых

---

<sup>1</sup> Gorokhova A.E., Gaisina L.M., Gareev E.S., Shutov N.V., Shakirova E.V. Application of coaching Methods at Agricultural and Industrial Enterprises to improve the Quality of young Specialists' Adaptation // Quality - Access to Success, 2018, Vol. 19, No. 164, pp. 103-108.

специалистов, родившихся в 1980–81 гг., то теперь, когда на рынок труда выходит поколение конца 90 гг., даже молодых выпускников недостаточно.<sup>1</sup>

С выходом на рынок труда представителей поколения постмиллениалов (они же «представители поколения Z», рождённых с конца 90 гг. - начала 2000 гг.) очерчивается новый тренд - цифровизация общества, где во главу угла выходят сетевые коммуникации, виртуальное пространство, ценностная парадигма цифрового общества, преимущества цифровой среды, цифровизация образования, экономики и т.д. Соответственно, сегодняшних «зумеров» именуют «цифровыми людьми», «постмиллениалами», «цифровыми аборигенами». Их сформировавшееся так называемое клиповое сознание, их восприятие отличаются фрагментарностью, поверхностностью, быстротой и кратковременностью, невниманием к деталям, низким уровнем рефлексии, недостаточной аналитичностью, эмоциональной скудностью. Но даже зрелые люди, родившиеся во второй половине XX в., не могут не реагировать на вызовы времени и на влияние информационного поля.

К сожалению, на российском рынке труда становится всё меньше представителей поколения Z. Помимо демографических причин играет роль и фактор пандемии, которая поставила под удар эту категорию персонала. По данным Росстата пятая часть российских безработных — это люди в возрасте до 25 лет, т. е. постмиллениалы. Численность рабочей силы в возрасте 15 лет и старше в марте 2021 года составила 75,0 млн человек, из них 71,0 млн человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 4,1 млн человек - как безработные, соответствующие критериям, МОТ, т. е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней. Уровень безработицы (отношение численности безработных к численности рабочей силы) в марте 2021 года составил 5,4 %. Уровень занятости населения (отношение численности занятого населения к общей численности населения в возрасте 15 лет и старше) в марте 2021 года составил 58,7%.<sup>2</sup>

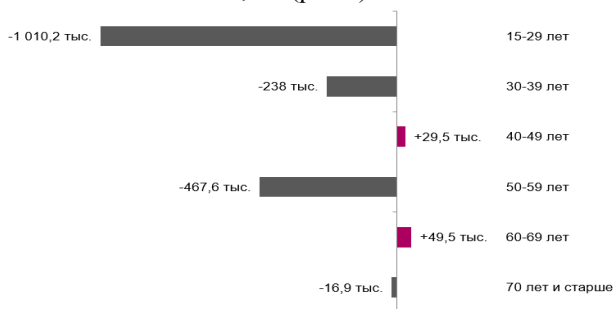
Данные, проведённых в 2020 году аналитической службой международной аудиторско-консалтинговой сети «FinExpertiza» исследований показывают, что сильнее всего снизилась численность работников самой младшей возрастной категории от 15 до 19 лет, то

---

<sup>1</sup> Удар по молодежи: российский рынок труда лишился более миллиона молодых работников. <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2021/udar-po-molodezhi/>

<sup>2</sup> Занятость и безработица в Российской Федерации в марте 2021 года. Данные Росстата. [https://gks.ru/bgd/free/B04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d02/77.htm](https://gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/77.htm)

есть новичков на рынке труда и учащихся, стремящихся найти подработку в свободное от занятий время. Второй возрастной группой с самым сильным сокращением занятости стали работники 25–29 лет, то есть работоспособные молодые сотрудники, которые уже приобрели определенный опыт на рынке труда и проходят через важнейший этап профессионального становления и закрепления в профессии. Занятых в возрасте 20–24 лет, то есть недавно вышедших на работу во время или после завершения учебы, стало меньше на 4,5% (на 163 тыс. человек, в итоге число таких работников сократилось до 3,47 млн), т.е. речь в данном случае идёт о представителях поколения Z. Несколько сильнее сократилась занятость лишь среди немногочисленных пожилых работников от 70 лет и старше - на 5,6% (или на 17 тыс. человек, до 285 тыс.), причем это сокращение произошло исключительно за счет женщин, в то время как занятость среди возрастных мужчин даже увеличилась. Кроме того, заметно снизилась занятость среди работников 50–54 лет - на 4,9% (рис.1).<sup>1</sup>



**Рис. 1 Сокращение численности занятых за 2020 год по возрастным группам, тыс.человек**

Несмотря на общий дефицит молодежи на рынке труда, именно она первой попала под увольнение во время пандемии. Большинство экспертов связывают это с отраслевыми факторами. В период кризиса работодатели склонны опираться прежде всего на опытных, высококвалифицированных специалистов из более старшей возрастной группы. Тем более, на обучение и развитие молодых кадров всегда уходит больше времени и денег.

<sup>1</sup> Gaisina, L.M., Kolesnikova, O.I., Medvedeva, A.V., Fayruzova, A.R., Efimenko, E.L., Lopatina, E.V. Russian Energetic Industry Enterprises: Social Orientation of the Information Management // Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. Vol. VIII. № 5(21). pp. 1119-1131.

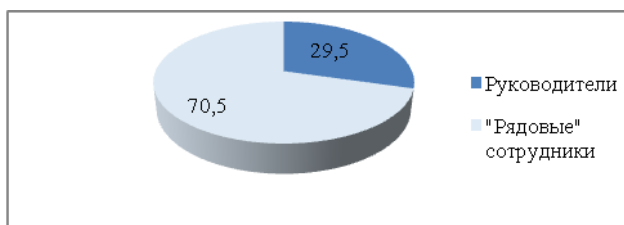
Проведенный анализ отчетных материалов деятельности нефтегазовых компаний показал, что тенденция сокращения персонала уже заметна. Крупные компании нефтегазового сектора сокращают численность персонала примерно на 1% в год. Только Роснефть ежегодно увеличивает персонал за счет создания новых предприятий (табл. 1).<sup>1</sup>

Таблица 1

**Изменение численности работников крупных предприятий нефтегазового комплекса (составлено на основе годовых отчетов компаний)**

Компания	Численность сотрудников, тыс. чел. (2017 г.)	Изменения (%) по сравнению с 2016 годом
Роснефть	302,1	↑16,2
ЛУКОЙЛ	103,6	↓1,8
Сургутнефтегаз	113,6	↓0,6
Газпром	469,6	↑0,4
НОВАТЭК	8,145	↑8,4
Транснефть	114,2	↓0,2
Татнефть	21,124	↑1,1
Башнефть	33, 815	↓6,1

Анализ результатов социологического исследования показал, что 30% персонала предприятий нефтегазового комплекса относится к категории «руководители» (рис. 2).



**Рис. 2 Соотношение профессиональных групп работников на предприятиях нефтегазового сектора**

Исследование показало, что среди руководителей подавляющее большинство - мужчин (81,6 %), причем, большая часть из них находится в возрасте старше 45 лет (70,2%) и меньшая — это

<sup>1</sup> Gaisina, L.M., Kolesnikova, O.I., Medvedeva, A.V., Fayruzova, A.R., Efimenko, E.L., Lopatina, E.V. Russian Energetic Industry Enterprises: Social Orientation of the Information Management // Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. Vol. VIII. № 5(21). pp. 1119-1131.

представители поколения Z (29,8). Такие гендерные и возрастные особенности являются характерными для нефтегазовой отрасли, так как отражают специфику труда (табл. 2).<sup>1</sup>

Таблица 2

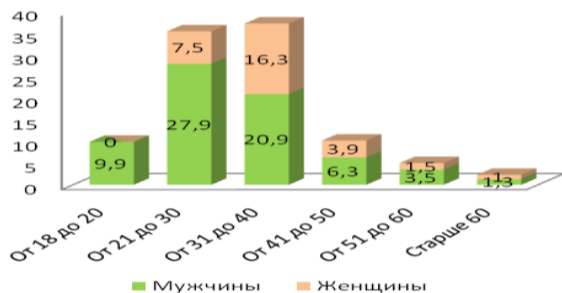
**Распределение работников группы «руководители» по полу и возрасту**

Возраст, лет	Мужчины		Женщины		Всего	
	Количество человек	Доля, %	Количество человек	Доля, %	Количество человек	Доля, %
От 18 до 25	8	1,3	0	0	8	1,3
От 25 до 35	53	8,5	8	1,3	61	9,8
От 35 до 45	98	15,6	19	3,1	117	18,7
От 45 до 55	173	27,6	30	4,8	203	32,4
От 55 до 60	128	20,4	37	5,9	165	26,3
Старше 60	51	8,2	21	3,3	72	11,5
Всего	512	81,6	115	18,4	627	100

Исследование не только руководящего состава, но и «рядовых сотрудников» предприятий нефтегазовой отрасли, показал, что большинство рядовых сотрудников – мужчины (69,8 %) в возрасте от 18 до 40 лет (58,7 %), что соответствует распределению работников в среднем по отрасли (рис. 3), т.е. это в основном представители поколения Z. Женщины составляют чуть менее трети всех занятых. Безусловно, это напрямую связано с особенностями условий труда (вредные химические производства, тяжелый физический труд, суровые климатические условия, вахтовые методы организации труда, требующие отрыва от семьи и дома), которые предъявляют к сотрудникам нефтегазовой отрасли особые требования (сила, выносливость, физическое здоровье, готовность к частым переездам, высокая скорость адаптации к новым условиям).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Gorokhova A.E., Gaisina L.M., Gareev E.S., Shutov N.V., Shakirova E.V. Application of coaching Methods at Agricultural and Industrial Enterprises to improve the Quality of young Specialists' Adaptation // Quality - Access to Success, 2018, Vol. 19, No. 164, pp. 103-108.

<sup>2</sup> Gaisina L.M., Shaykhislamov R.B., Shayakhmetova R.R., Kostyleva E.G., Goremykina L.I., Gainanova E.I. The Essence and Structural Elements of a Healthy Lifestyle of Students // Espacios, 2019, Vol. 40 (Nº 21), Page 10.



**Рис. 3 Распределение сотрудников по полу и возрасту (в % от общего числа)**

В целом эксперты – руководители предприятий нефтегазовой отрасли считают главным недостатком «цифровых аборигенов» безответственное отношение к работе (70%) и проблемы с самодисциплиной (56%). А во время кризиса, когда многие компании борются за выживание, такие недостатки могут оказаться критичными. Однако реалии новой нормальности, заложенные пандемией COVID-19, геополитическими трендами, санкционной политикой, повсеместным внедрением цифровых технологий, смешением социально-экономических ориентиров и приоритетов в личностном развитии позволила «постмиллениалам» быстрее адаптироваться к возникшим на рынке труда проблемам. Поскольку нынешний кризис сопровождался переходом на дистанционные методы работы, интерес к молодым кадрам стал выше, ведь они лучше ориентируются в современных цифровых технологиях. В то же время «цифровые люди» не будут жить, чтобы работать - они будут работать, чтобы жить. Они будут очень заинтересованы в сохранении соответствующего баланса, который давал бы им возможность выбора и в то же время работать, делать карьеру и обладать достаточными ресурсами, чтобы быть довольными своей жизнью. Они будут сопротивляться искусственным барьерам, ограничивающим персональный рост внутри организации. Они не будут столь же легко встраиваться в систему, как предыдущие поколения, и это отразится на структуре организации. Для этого поколения свойственно стремиться к высоким доходам и достижению личных целей. А учитывая, что вместе с сокращением количества вакансий снижались и зарплаты, доступные позиции оказались малопривлекательными для «зумеров».

В целом результаты исследования позволили сделать вывод, что у представителей поколения Z позитивный настрой и они стремятся открыть свой бизнес, но не готовы чем-либо рисковать. Это

люди, которые не хотят от кого-либо зависеть, однако идеальный начальник для них тот, кто максимально четко и линейно ставит задачи, чтобы все было ясно и понятно. При том, что эти люди более всего ценят интересную работу, одним из их приоритетов является быстрое продвижение по службе. В России молодые люди в большинстве являются очень амбициозными и нацеленными на открытие собственного дела в противовес работе по найму.



## **ГЛАВА XII**

### **СОЦИАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР В Я-КОНЦЕПЦИИ ПОКОЛЕНИЯ Z<sup>1</sup>**

**Шайхисламов Р.Б.**

*профессор кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
главный научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Асадуллина Г.Р.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Садретдинова Э.В.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Аннотация.** В работе рассматриваются вопросы социального характера поколения Z. Проблематика социального характера в социально-психологической и социологической литературе относится к числу наименее изученных тем. Между тем динамичные социальные, политические, духовные процессы, нарастание их неопределенности делают все более востребованными исследования, нацеленные на изучение формирования социального характера как всего общества, так и поколений. Роль социального характера как фактора социальной стабильности противоречива. Он, может быть, и барьером на пути социальных преобразований. Но он же является основой сохранения целостности общества в условиях кризисов. Социальный характер является социально-психологической базой устойчивого развития общества.

Авторы дают свое понимание феномена социального характера как проявления системы ориентаций (устойчивой направленности, принципов, идеалов, убеждений) в социальном поведении личности, группы, общества в целом. Благодаря внутренней социально-психологической устойчивости личности ее поведение также носит устойчивый характер в самых различных ситуациях. Рефлексия и оценки личности в виде суждений о своем индивидуальном и социальном характере представляют собой Я-концепцию.

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Интолерантность, толерантность, диалог в межкультурной коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности»

**Ключевые слова:** молодежь, индивидуальный характер, социальный характер, Я-концепция, ориентация-на-себя, ориентация-на-традицию, ориентация-на-других, пандемия.

Проблемы изучения характера, хотя и оказались вытесненными на периферию психологической науки, приобретают актуальность в силу того, что требуется научное осмысление неоднозначных, зачастую парадоксальных по своему содержанию моделей и стилей поведения, особенно - молодежи. В одном и том же молодом человеке вполне могут сочетаться политическая пассивность в условиях легальных возможностей (в выборах, в общественных объединениях, в политических дискуссиях) и политическая активность в нелегальных, незаконных ее проявлениях. Впрочем, парадоксальное сочетание активности и пассивности, предприимчивости и безынициативности является достаточно частым явлением и в других сферах жизнедеятельности молодежи.

Когда противоречивость, парадоксальность поведения становится чертой той или иной части молодежи, то это становится особым предметом социально-психологического и социологического анализа. Поэтому в данной статье нами предпринимается попытка анализа феномена социального характера в Я-концепции, что необходимо для исследования трансформаций в жизни разных поколений, в том числе так называемых поколений Y и Z.

Формула «посеешь поступок – пожнешь привычку, посеешь привычку – пожнешь характер, посеешь характер – пожнешь судьбу» представляет собой алгоритм трансформаций в жизни не только индивида, но и молодого поколения, и, в конечном счете, страны. Предвидеть судьбу будущего российского общества, ядро которого составит поколение Z, можно на основе изучения актуального социального характера этого поколения, формирующегося в среде цифровых технологий и социальных сетей.

В научно-популярной литературе можно найти изобилие описаний поведения поколения, родившегося в первые два десятилетия нового века. Эти описания являются несистемными, не опираются на какую-либо методологию или научную концепцию. Это значит, что индивидуальной и социальной психологии, социальным наукам необходимо продолжить разработку проблематики индивидуального и социального характера. Без концептуальной базы мы не сможем перейти от описаний к раскрытию сущностных черт социального поведения молодежи.

Нельзя сказать, что социальный характер различных социальных

групп не был предметом социологической науки. Достаточно вспомнить работы М.Вебера «Протестантская этика и дух капитализма»<sup>1</sup> и В. Зомбарта «Буржуа. Социологические этюды».<sup>2</sup> Последовательно меняющие друг друга аффективный, традиционный, ценностно-рациональный и целерациональный идеальные типы олицетворяют социальные характеры западноевропейского человека на различных этапах исторического развития. «Мещанский» и «предпринимательский» типы социального характера буржуа также иллюстрируют эволюцию «капиталистического духа» западноевропейского типа.

Наиболее полно концепция социального характера была разработана в рамках Франкфуртской школы психологами Э.Фроммом и Д.Рисменом. Эрих Фромм, сформулировавший с позиций неопрейдизма и неомарксизма понятие социального характера, дал описание плодотворного и неплодотворного характеров. Особый интерес представляет описание рыночного характера, доминирующего, с точки зрения психолога, в современном западном обществе.<sup>3</sup> Согласно определению Э.Фромма, социальный характер представляет собой *«ядро структуры характера, общее для большинства представителей одной и той же культуры, в противоположность индивидуальному характеру, отличающему друг от друга людей, принадлежащих к одной культуре»*. Социальный характер – понятие не статистическое, т. е. это не просто совокупность черт характера, свойственных большинству представителей данной культуры. ... Члены общества и (или) различные классы или группы, занимающие определенное общественное положение внутри них, должны вести себя таким образом, чтобы быть способными функционировать так, как того требует социальная система. Назначение социального характера – так организовать энергию членов общества, чтобы их поведение определялось не сознательным решением следовать или не следовать социально заданному образцу, а *желанием поступать так, как они должны*, и вместе с тем – удовлетворением от действий, соответствующих требованиям культуры». Э.Фромм не сводил социальный характер к модальному (наиболее часто встречающемуся) типу индивидуальных характеров или к их совокупности. Социальный

---

<sup>1</sup> Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

<sup>2</sup> Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека: [Пер. с нем.]. – М.: Наука, 1994. – 442 с.

<sup>3</sup> Фромм Э. Бегство от свободы; Человек для себя: [пер. с англ.] / Эрих Фромм. – М.: АСТ, 2004. – 571 с.; Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть?: Пер. с англ. – Киев: Ника-Центр, 1998. – 400 с.; Фромм Э. Здоровое общество. М.: АСТ, Астрель, 2011. – 446 с.

характер, отмечал он, произведен не индивидуальными чертами, а системой социальных отношений и культурой.<sup>1</sup>

Если в концепции Э.Фромма основное внимание уделяется анализу таких форм социального характера, как плодотворные (созидательные) и неплодотворные (разрушительные) ориентации, то другой представитель психоаналитического направления Д.Рисмен, сосредоточился на рассмотрении типов ориентаций в поведении индивидов – «ориентации-на-традицию», «ориентации-на-себя» и «ориентации-на-других». Становление «ориентации-на-себя» связано с автономностью и ослаблением влияния традиций на поведение индивидов. Формирование (начиная с середины прошлого века) «ориентации-на-других», как утверждал американский психолог, обусловлено ростом влияния корпораций, предъявляющих работнику жесткий набор ролевого поведения.<sup>2</sup>

Проблематика социального характера в определенной степени прослеживается в творчестве всех представителей Франкфуртской школы, особо – Г.Маркузе («одномерный человек») и Ю.Хабермаса («теория коммуникативного действия»). Анализируя такие типы социального действия, как стратегическое, драматургическое, ориентированное-на-нормы и коммуникативное, Ю. Хабермас связывал их с негативным и созидательным характером. С проблематикой социального характера пересекаются исследования «авторитарной личности» М.Хоркхаймера и Т.Адорно.

Отдельно следует отметить близость концепций социального характера и национального характера. Изучение национального характера берет начало со школы психологии народов В.Вундта, получает свое развитие в работах М.Мид и Р.Бенедикт. Однако до сих пор эмпирические исследования национального характера, как отмечает А.Инкельс, не базируются на устоявшихся аналитических схемах, системы понятий и описательных переменных.<sup>3</sup> Данная оценка верна и в отношении отечественных исследований в области национального характера. Многие работы страдают или эмпиризмом, описанием отдельных черт национального характера без их теоретической интерпретации, или теоретизированием без какой-либо эмпирической базы.

Что касается исследований социального характера, то они и

---

<sup>1</sup> Фромм Э. Здоровое общество. М.: АСТ, Астрель, 2011. – 446 с. С.40

<sup>2</sup> Рисмен Д. Некоторые типы характера и общество // Социологические исследования. 1993. № 3. С. 121–129; №5. С.144–151.

<sup>3</sup>Инкельс А. Национальный характер – URL: [http://national-mentalities.ru/history/istoriya/inkels\\_a\\_nacionalnyj\\_harakter3/](http://national-mentalities.ru/history/istoriya/inkels_a_nacionalnyj_harakter3/); Inkeles A. Measuring Social Capital and Its Consequences // Policy Science. 2000. Vol. 33. No. 3/4. P. 245–268.

малочисленны по сравнению с исследованиями национального характера, и также не обрели концептуальный дизайн и описательные переменные. В понятийном аппарате современной и в отечественной, и зарубежной социально-психологической науки категория «социальный характер» не приобрела не только свое «гражданство», но и «вид на жительство». Убедиться в этом несложно, просмотрев оглавления известных учебников по социальной психологии. Можно лишь отметить некоторые попытки исследований социального характера отечественными исследователями.<sup>1</sup>

Мы в наших предыдущих работах обсуждали содержание категории «социальный характер». В рамках настоящей статьи в тезисной форме остановимся на нашем понимании социального характера. Под характером общепринято понимать некое устойчивое ядро, проявляющее себя как стандартное, обычное поведение индивида в стандартных, обычных условиях. Исходя из этого, психологи и представители других наук пытаются измерить индивидуальный характер при помощи различных переменных показателей поведения человека (ответственный – безответственный, дисциплинированный – недисциплинированный, альтруистский – эгоистический и т. п.). Но исследование характера с позиций бихевиоризма сталкивается с методологической проблемой: для полноты картины необходимо добавлять все более новые поведенческие переменные, что делает невозможным свести их к единому знаменателю. Анализ характера с позиций гуманистической психологии предполагает выявление того самого личностного ядра, которое и проявляется как устойчивое поведение человека. Задача исследования заключается в обнаружении в многообразном, противоречивом поведении человека то, что производно от этого ядра, и то, что производно от ситуации.

Если речь идет не об индивидуальном, а социальном характере, то эта задача приобретает еще более сложный вид. М.Маккоби отмечал, что путаница возникает в случае описания социального

---

<sup>1</sup> Иванова Т. Н., Абрякова М. А. Социальный характер личности в условиях современности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 38. – С. 75–79. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56877.htm>.; Сикорский, Б.Ф. Национальный и социальный характер в жизни общества и человека: Ст. разных лет / Б. Ф. Сикорский; Междунар. акад. информатизации. Отд-ние "Философия информ. цивилизации". - М., 2002. – 83с.; Толкач А.А. Социальный характер современной студенческой молодежи в контексте психологии поколений // Научные труды Республиканского института высшей школы. Минск, 2018. № 18–3. С. 79-86.; Беляева Т.Б. Социально-перцептивные аспекты межпоколенных отношений как фактор психологической безопасности // Психологическая безопасность личности в изменяющемся социуме. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Ярославль, 2018. С. 39–44.

характера в терминах индивидуального характера. Социальный характер, отмечал автор, для большинства людей не коренится в их индивидуальном характере, а является результатом усвоения культурных норм, определяющих социальные установки, ценностные ориентации.<sup>1</sup> Но следует учитывать, что индивидуальные особенности человека также во многом обусловлены социальными взаимодействиями. Поэтому неизбежно мы должны искать ответ на вопрос: в какой степени и как социальный характер обусловлен личностным ядром взаимодействующих индивидов, в какой степени и как – особенностями сложившихся в определенном социуме социальных взаимодействия, и в какой степени и как – внешними для этого социума социальными обстоятельствами.

Социальный характер не может быть сведен к модальному (наиболее часто встречающемуся в социуме) индивидуальному характеру или к преобладающему в социуме типу индивидуального характера. Социальный характер – это не только производное от культуры и социальных взаимодействий, он и существует в форме социальных взаимодействий и культурных стандартов. Социальный характер, с нашей точки зрения, это устойчивые типы социального поведения, понимаемые как эмерджентный результат социальных взаимодействий. Субъектом социального характера являются не просто индивиды, а социумы, в которые включены эти индивиды. Поэтому в исследованиях социального характера необходимо акцентироваться на типичных формах социального поведения различных социальных групп и слоев. Кроме этого, когда мы говорим о социальном характере, эти типичные формы поведения рассматриваем как имманентно присущие различным социальным группам и слоям. Эти типы поведения складываются исторически, укоренены в культурах, передаются от поколения к поколению в виде традиций.

Эмерджентный результат социального поведения был предметом различных социально-психологических и социологических исследований массового поведения (толпы, публики, аудитории и т. п.). Поведение человека может отклоняться от индивидуального характера не только в стохастических образованиях, но и в устойчивых социальных системах. Индивидуальный и социальный характер могут существенно различаться в критических обстоятельствах (войны, кризисы, катастрофы и т. п.); «обычный» человек с его «обычным» поведением может проявить себя совершенно с другой стороны. В

---

<sup>1</sup> Maccoby, M. Toward a Science of Social Character // International Forum of Psychoanalysis 11: (33-44), 2002.

критических ситуациях проявляются наиболее ярко, с одной стороны, так называемый культурный код, менталитет социума, с другой стороны, влияние на поведение человека различных социальных ожиданий. Драматичность такой ситуации заключается в необходимости выбора между индивидуальными и социальными и культурными императивами. Следует заметить, что художественный исследование социального характера (в литературе, театре и кино, живописи) дает богатый материал для научного анализа.

При разработке концепции социального характера нужно учитывать ограниченности бихевиоризма, сводящего анализ к описанию поведенческих актов, и гуманистической и психоаналитической направлений, сосредоточивающихся на анализе внутреннего мира личности. С одной стороны, индивидуальный и социальный характер – это устойчивые проявления индивидуального и социального поведения. С другой стороны, поскольку индивидуальный и социальный характер есть устойчивые поведенческие стратегии, то следует раскрыть то, благодаря чему существует такая устойчивость. Индивидуальный и социальный характер – это проявления существенных и внешне наблюдаемых, и внутренних, латентных черт личности.

С нашей точки зрения, характер личности есть выражение ее ориентаций. Под ориентациями личности мы понимаем устойчивые внутренние регуляторы в форме идеалов, принципов, убеждений, направленности. В отличие от мотивов, ориентации более стабильны и надситуативны. О сложившемся характере личности мы судим по однозначности, стабильности ее поведения в неоднозначных, нестабильных ситуациях («проявляет свой характер»). В этом плане ориентации личности представляют, с одной стороны, внутренний стержень личности, с другой стороны, направленность поведения личности. Мы полагаем, что изучение индивидуального и социального характера предполагает анализ системы «внутренних» и «внешних» ориентаций субъекта. В своих работах в рамках социокультурного анализа мы выделяли три аспекты ориентаций личности: ориентации на социальную среду (социальные ориентации), ориентации на культуру (нормы, ценности, традиции) и ориентации на себя, являющиеся основой социальной, культурной идентичности и самоидентичности индивида.<sup>1</sup> Рефлексия этих ориентаций и идентичностей в виде понятий, суждений, умозаключений, а также самооценка представляют собой Мы- и Я-концепции личности. В этом

---

<sup>1</sup> Шайхисламов Р.Б. Социокультурная система и личность (теоретико-методологический анализ). М.: Социально-гуманитарные знания, 2005. - 176 с.

плане суждения и оценки относительно собственного индивидуального и социального характера являются неотъемлемой частью Я- и Мы-концепции личности.

### **Материалы и методы.**

Эмпирической базой исследования являются данные опросов среди молодежи, проведенные авторами в течение последних шести лет.

В статье использованы данные опроса молодежи в рамках проекта «Информационные события в конструировании образа России в системе «Я» и «Мы» концепция поколений Y и Z» при поддержке РФФИ и ЭИСИ в январе 2021 года. Количество респондентов в возрасте от 16 по 30 лет – 1000. Выборка методом «снежного кома». Ошибка выборки не превышает 4%.

В исследовании в рамках проекта «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтническом регионе (на примере Республики Башкортостан)», проведенном в 2015–2016 годах, было осуществлено измерение уровней проявления ориентации на себя, ориентации на традицию и ориентации на других (согласно терминологии Д.Рисмена), представляющих один из важных компонентов социального характера. В отличие от Д. Рисмена, который был склонен рассматривать ориентацию-на-других в негативное проявление поведения личности, в тестовом материале мы сформулировали суждения в нейтральном ключе. Респондентам предлагалось выразить свое согласие или несогласие (полностью, в основном, частично) в отношении 21 утверждений от своего имени («Я всегда решение принимаю только сам» и т. п.). Эти суждения, представляющие Я-концепцию респондентов, корреспондировались ими со своим социальным характером.

Каждый тип ориентации представлен 7 утверждениями. В опросе приняли участие 1000 респондентов – жители Республики Башкортостан старше 18 лет. Молодежь в числе респондентов была представлена двумя возрастными группами – от 18 по 24 года и от 25 по 30 лет. Выборка систематическая, ошибка выборки не превышает 3%. Методика измерения указанных типов ориентаций представлена в наших статьях.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Шайхисламов Р.Б., Асадуллина Г.Р., Коровкина Н.В., Садретдинова Э. В. Социальный характер: вопросы методологии и методов исследования // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2019. № 5 (62). - С. 233-244.; Asadullina G.R., Korovkina N.V., Sadretinova I.V., Shaykhislamov R.B., Hajrullina N.G. Social Character: Issues of Methodology and Research Methods // Amazonia Investiga. 2020. T. 9. №26. С.545.



## Результаты и обсуждение

Оценки молодыми респондентами своего индивидуального характера и социального характера молодежи измеряли при помощи метода семантического дифференциала. Респондентам было предложено дать оценки в отношении черт характера собственной персоны, своих сверстников, людей своей этничности и россиян в целом по 10 оппозициям (дисциплинированный – недисциплинированный» и т. д.). Высокий уровень проявления положительной или отрицательной позиции оценивался как +3 или -3 балла, средний уровень – как +2 или -2 балла, слабое проявление – как +1 или -1 балл, отсутствие проявления – как 0 баллов. Отрицательные значения не проявились по всем 10 позициям. В таблице приведены средние баллы.

Таблица 1

**Черты индивидуального и социального характера в оценках молодежи (от +3 до – 3 баллов)**

позитивные черты	<i>индивидуального характера</i>	<i>характера молодежи</i>	отрицательные черты
дисциплинированность	+1,2	+0,7	недисциплинированность
демократичность	+1,0	+0,8	недемократичность
активность	+0,6	+1,0	пассивность
энергичность	+0,9	+1,0	вялость
деловитость	+0,5	+0,5	не деловитость
жизнерадостность	+1,1	+0,9	унылость
справедливость	+1,5	+0,6	несправедливость
надеяться на себя	+1,4	+0,6	надеяться на других
прогрессивность	+1,0	+0,9	отсталость
ответственность	+1,4	+0,5	безответственность

Комментируя таблицу, отметим следующие оценки черт характера. Во-первых, в целом по всем указанным чертам характера респонденты дали положительные оценки. Респондентам позитивным представляется как собственный характер, так и социальный характер молодежи. Во-вторых, эти позитивные оценки черт характера весьма сдержанные. Самый высокий показатель - +1,5 балла (справедливость как черта индивидуального характера), что равно среднему значению слабого и среднего уровня. Ни одна из черт как индивидуального, так и социального характера даже не оценивается респондентами как

средний уровень проявления (не говоря уже и о сильном проявлении).

Оценки черт характера можно подразделить на следующие группы. Первая группа – эти оценки выше слабого уровня проявления черт характера (от +1 до 1,5 баллов). Вторая группа – это оценки на уровне слабого и ниже слабого проявления черт характера (от +0,9 до +0,55) баллов. Третья группа – это оценки, тяготеющие к фактическому признанию отсутствия тех или иных черт характера (+0,5 и менее баллов).

*Таблица 2*

**Уровни проявления черт характера**

	индивидуальный характер	характер молодежи
высший уровень проявления (+3)	0	0
средний уровень проявления (+2)	0	0
выше слабого уровня (+1 - +1,5)	7	2
слабый и ниже уровень ((+0,9 - +0,55)	2	6
отсутствие черт и выше (0 - +0,5)	1	2

Как видно из таблицы, молодые люди оценивают черты своего индивидуального характера выше, чем характер своих сверстников, представителей своей этничности, россиян в целом. Наиболее критично оценивают молодые респонденты характер представителей своей этничности, а также россиян в целом. В число наиболее слабо проявляемых черт и в индивидуальном, и в социальном характере респонденты включили деловитость.

Подавляющее большинство оценок находится между слабым положительным проявлением того или иного качества и их полным отсутствием. Несмотря на то, что образ «Я» является для респондентов более привлекательным, чем образы «Мы», тем не менее, данные говорят о достаточно низком уровне самооценок. Что касается оценок образа сверстников, то они не дотягивают даже до низкого уровня.

На основе десяти рассматриваемых переменных можно составить обобщенное представление молодежи о социальном характере самой молодежи: выше слабого уровня проявляется активность, энергичность; на слабом уровне проявляются дисциплинированность, демократичность, жизнелюбность, прогрессивность, справедливость и свойство надеяться на себя; приближаются к черте полного отсутствия такие черты характера, как деловитость и ответственность.

Разумеется, представления людей о тех или иных чертах социального характера, и реально проявляемые черты социального характера могут существенно расходиться. Мы далеки от того, чтобы

рассматривать оценки молодыми респондентами о чертах характера самой молодежи в качестве объективного показателя социального характера. Однако следует учесть, что социальный характер сам является объектом социального конструирования. Представления о том, как ведут себя представители тех или иных социальных групп, влияют на стратегию и тактику социального поведения людей.

Представленная картина оценок собственного характера и характера молодежи говорит в целом о неблагоприятном самочувствии молодежи. Это не может не сказываться на политических настроениях молодежи, на ее экономическом поведении, на миграционных планах. Если симптомы диагностировать формуле У.Джемса «самооценка = успех \ притязания», то можно предположить, что, во-первых, успехи молодежи в разных сферах жизнедеятельности в целом незначительны (чем меньше успехов, тем ниже самооценка); во-вторых, у значительной части молодежи не достигнут уровень профессиональных и материальных притязаний, особенно у лиц с высшим образованием; в-третьих, у части молодых людей (особенно в регионах с депрессивным состоянием экономики) за последние годы сформировался устойчиво низкий уровень притязаний. Во всяком случае, низкий уровень самооценки определяется текущей социально-экономической, политической, духовной и эпидемиологической ситуацией в стране, недостаточными возможностями деловой и социальной карьеры молодежи.

Понятие «характер» обычно употребляется для обозначения устойчивых, неизменных, стабильных черт поведения человека, проявляемых стабильных ситуациях. Однако «обычный» характер приобретает «необычные» формы в нестандартных, в том числе критических ситуациях. Массовый героизм в условиях войны внешне ничем не примечательных в мирное время людей – этот феномен хорошо изображен в художественной литературе и кино. Необычные, особенные обстоятельства, в которых оказываются люди, обуславливают самые разные эмерджентные эффекты в социальном характере. Такой особой ситуаций в последнее время стала пандемия. В ней более ярко проявляются по-разному различные черты социального характера. Если у одних пандемия усилила эгоистические и индивидуалистские формы поведения, то у других актуализировала собранность, альтруизм, благотворительность, волонтерские поступки.

Наш опрос молодых людей в начале 2021 года показал, что в условиях пандемии чаще всего проявились позитивные черты социального характера молодежи. Большая часть молодых людей, по оценкам примерно половины респондентов, проявили в условиях

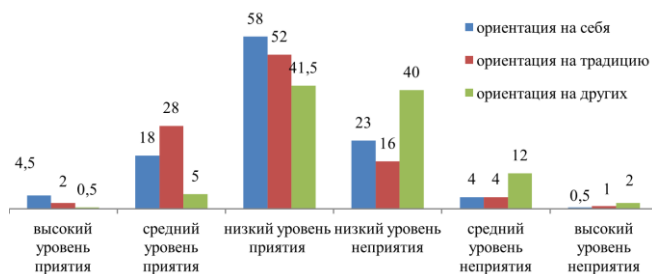
борьбы с пандемией такие черты характера, как взаимопомощь, ответственность за свое поведение, дисциплинированность. От четверти до трети респондентов считают, что эти качества проявила меньшая часть молодых людей. Расхождения в оценках объясняется тем, что поведение в разных кругах сверстников респондентов может быть различным. В этом смысле представленные в таблице данные показывают многообразие поведенческих стилей молодежи в такой особой ситуации, как пандемия.

Таблица 3

**Позитивные и негативные проявления черт характера  
молодежи в условиях пандемии**

Черты поведения знакомых сверстников в условиях пандемии	характерно для большинства	характерно для меньшинства	характерно только для отдельных людей
<i>позитивные черты поведения</i>			
Взаимопомощь, объединение	55,3	25,8	18,9
Ответственность за свое поведение	53,8	30,5	15,7
Дисциплинированность	47,9	35,5	16,6
<i>негативные черты поведения</i>			
Обособленность, одиночество	30,1	35,8	34,1
Равнодушие, безразличие	28,0	33,6	38,4
Агрессивность	18,9	29,8	51,3

Результаты самооценок респондентов в рамках суждений, соотносимых с ориентацией на себя, ориентаций на традицию и ориентацией на других (по терминологии Д.Рисмена), представлены в рисунке 1.



**Рис.1 Уровни притяжения / неприятия ориентаций**

Таблица 4

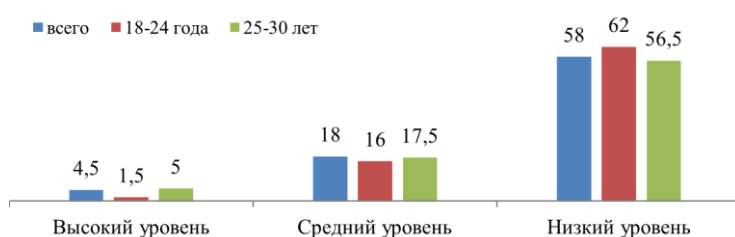
**Уровни прития / неприятия типов ориентаций**

	ориентация на себя	ориентация на традицию	ориентация на других
высокий уровень прития	4,5	2	0,5
средний уровень прития	18	28	5
низкий уровень прития	58	52	41,5
низкий уровень неприятия	23	16	40
средний уровень неприятия	4	4	12
высокий уровень неприятия	0,5	1	2

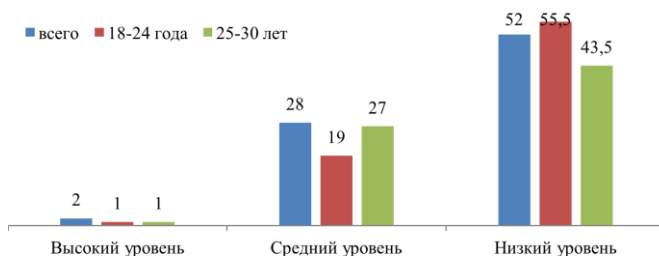
Наибольшая доля респондентов в незначительной степени («низкий уровень прития») принимают в отношении себя те или иные типы ориентации. Тех, кого можно отнести к ярко выраженным представителям «ориентации-на-себя», «ориентации-на-традиции» и «ориентации-на-других», единицы. Типы «ориентации-на-себя» и «ориентации-на-традицию» представлены по уровням их прития и неприятия на себя, за исключением среднего уровня прития, примерно одинаково. В совокупности всех уровней прития эти два типа ориентаций характеризуют подавляющее большинство (82-88 процентов) респондентов. Следует уточнить, что большинство респондентов выбрало (на низком или среднем уровнях) и тот, и другой типы ориентации. Что касается «ориентации-на-других», то она представлена заметно в меньшей мере.

Респондентам предлагалось выразить отношение к различным утверждениям в форме как согласия, но и несогласия. Рассмотрим, какие типы ориентаций респонденты считают для себя неприемлемыми. В отношении «ориентации-на-других» складывается некоторый паритет среди тех, кто приемлет и не приемлет этот тип социального характера. Каждый пятый и четвертый респондент отрицательно относятся к утверждениям – индикаторам «ориентации-на-себя» и «ориентации-на-традиции» (большинство из них – в умеренной степени).

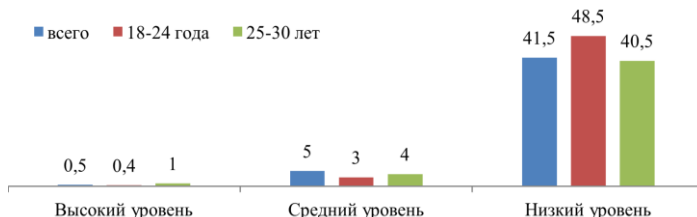
Ниже графически представлены данные отношения респондентов в целом, и молодых респондентов, в частности, к трем типам ориентаций



**Рис.2 Уровни проявления «ориентации-на-себя»**



**Рис.3 Уровни проявления «ориентации на традицию»**



**Рис.4 Уровни проявления "ориентации на других"**

Мы обратим внимание читателя на следующие данные.

Во-первых, ни один из типов ориентаций, сопряженных с социальным характером молодежи, не является доминирующим. Следовательно, нельзя утверждать, что ориентированные на себя (или ориентированные на традиции, или ориентированные на свое социальное окружение) люди могут определять специфику социального характера в Республике Башкортостан.

Во-вторых, типичных представителей того или иного социального характера, если взять за этот критерий высокий уровень проявления ориентации, единицы – не более 5 процентов респондентов. Те, кто однозначно представляет собой носителя того

или иного социального характера, являются *нетипичными* представителями как молодежи, так и остальных когорт.

В-третьих, большинство респондентов (от 40 до 62 процентов) относится к тем, у кого слабое проявление (низкий уровень) тех или иных ориентаций. При этом эти данные надо понимать как сочетание всех трех типов ориентаций, причем в большинстве своем – слабого проявления. В этом сочетании одни ориентации выражены чуть больше, другие – меньше, но все – в незначительном своем проявлении.

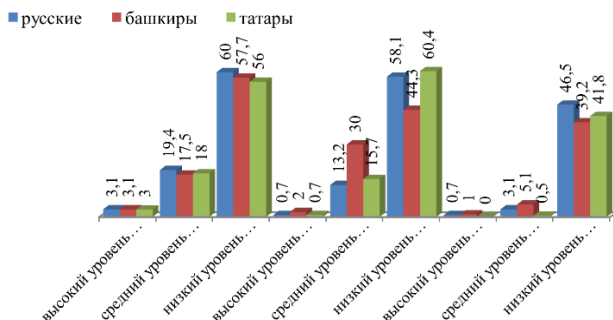
В-четвертых, от 20 до 52 процентов респондентов считает для себя не приемлемым тот или иной тип ориентации. Больше, чем другие, оценивается ориентация на других. Возникает вполне закономерный вопрос, – а каков социальный характер этих самых 20 – 52 процентов, к какому типу характера они могут относиться позитивно? Эти данные свидетельствуют как о неполноте, не репрезентативности представленных трех типов ориентаций, так и о нигилистическом настрое части респондентов, не приемлющих вообще какие-либо ориентиры в своем поведении.

В-пятых, сравнительный анализ данных показывает, что «ориентация на других» в оценках респондентов (в совокупности всех уровней представляющих 47 процентов респондентов) является менее популярной, чем «ориентация на себя» и «ориентация на традиции» (соответственно 80 и 82 процентов респондентов). Исходя из этого, мы можем утверждать, что социальный характер большинства респондентов представляет синтез ориентаций на себя и на традицию.

В-шестых, мы не видим здесь «разрыва поколений»: показатели ориентаций двух возрастных групп молодежи мало чем отличаются от общих для всех возрастов респондентов показателей. Поэтому говорить в контексте рассматриваемых типов ориентаций о существовании особого, отличающегося от других поколений, молодежного социального характера представляется неправомерным. В этом смысле молодежь – она такая же, как и старшие поколения.

Башкортостан – многонациональный регион. Наибольшие доли населения республики составляют русские, башкиры и татары. Интерес в этом плане представляет различия в социальном характере молодежи различной этнической идентичности. В представленных в рисунке 5 данных мы не видим каких-либо заметных различий в уровнях молодежи указанных идентичностей в ориентациях на себя. Имеются некоторые различия в уровнях ориентации на традицию: молодежь башкирской идентичности выглядит более традиционно ориентированной, чем другие. Что касается ориентации на других, то

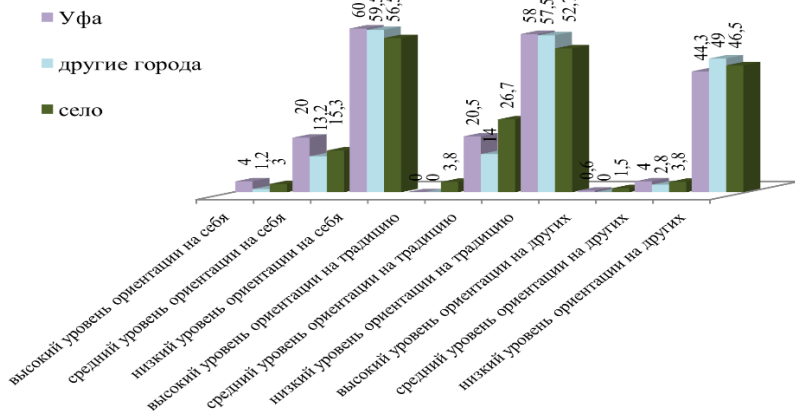
различия на высоком и среднем уровнях практически отсутствуют, то на низком уровне проявления данной ориентации среди молодых респондентов русской идентичности эти показатели несколько выше, чем у других, а среди молодежи башкирской идентичности ниже.



**Рис.5 Уровни типов ориентаций молодежи (18–30 лет)**

Мы не сводим указанные различия к особенностям этнического (национального) характера. Главным образом различия в уровнях появления того или иного типа ориентаций объясняется разным соотношением городского и сельского населения среди этнических групп молодежи. Доля горожан среди русского населения республики больше, чем среди татар, а доля горожан среди татарского населения республики больше, чем среди башкир. Этим и объясняется некоторые различия в уровнях ориентаций молодежи русской, башкирской и татарской идентичностей. Ориентация на традицию на среднем уровне своего проявления незначительно, но более характерна для сельской молодежи, а ориентация на себя – для молодежи мегаполиса.





**Рис. 6 Различия в уровнях ориентаций молодежи городов и сел РБ**

### Выводы

Данные измерения говорят о такой особенности социального характера, как синтез умеренно выраженной ориентации-на-себя и ориентации-на-традицию, при меньшей выраженности ориентации-на-других. Ориентация-на-себя тесно связана с автономностью человека. Социально-экономические и духовные изменения за последние 30 лет, казалось бы, должны были привести к доминированию именно такой ориентации – к росту самостоятельности, интернального локуса контроля, ответственности. И, наоборот, следование традиционным образцам социального поведения должно было стать нетипичной формой поведения, особенно молодежи. Однако мы видим не только их примерный паритет, в том числе в молодежной среде, но и отсутствие какой-либо заметной дифференциации социального характера. Можем предположить, что становление автономности человека не выходит за рамки российской цивилизации. Более того, эти два типа ориентации неразрывно связаны между собой. Что касается ориентации-на-других, то можем предположить, что эталоны рыночного и бюрократического поведения не только не присущи большей части населения, но и представляются неприемлемыми.

О том, что большая часть респондентов характеризуются низким уровнем принятия на себя того или иного типа ориентаций, говорит то, что они одновременно соглашались с утверждениями, соотношенными с разными типами ориентаций. Это проявление слабой дифференциации социального характера. В результате мы имеем

определенный симбиоз не конкурирующих, а сосуществующих типов ориентаций. Можно выдвинуть гипотезу о том, что именно такой симбиоз может быть присущ российской цивилизации. Эта цивилизация не разнообразная, а многообразная по разным основаниям, в том числе и в отношении социального характера русского народа. Разнообразие социальных характеров проявляется в наличии несходных, принципиально различных, особенных типов ориентаций. Многообразие социальных характеров в рамках определенного социума существует на общей базе, едином основании различных типов ориентаций, имеющих больше не столько различий, сколько подобий.

Эволюция российской цивилизации в этом смысле отлична от других, в первую очередь, от западноевропейской или североамериканской культуры. Вряд ли эта эволюция идет линейным путем (теологическая, метафизическая и позитивная стадии по О.Конту, аффективный, традиционный, ценностно-рациональный и целерациональный типы действия по М.Веберу, ориентация-на-традиции, ориентация-на-себя, ориентация-на-других по Д.Рисмену). Такие представления об эволюции социального характера нельзя буквально переносить на анализ других цивилизаций, в том числе русской.

Социальный характер «провинциальной» молодежи (на примере Башкортостана) – это некая слабо дифференцированная целостность, основанная на синтезе разных типов ориентаций. Если поведенческие ориентации молодежи не только принципиально, но и даже каким-либо заметным образом не отличаются от поведенческих ориентаций старших поколений, то это позволяет делать вывод об устойчивости изменений социального характера общества.

## **ГЛАВА XIII**

### **ЦИФРОВАЯ ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ ПОКОЛЕНИЯ Z: ТИПОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ<sup>1</sup>**

**Ефлова М. Ю.**

*профессор кафедры общей и этнической социологии Казанского  
(Приволжского) федерального университета, г. Казань*

**Максимова О. А.**

*доцент кафедры общей и этнической социологии Казанского  
(Приволжского) федерального университета, г. Казань  
старший научный сотрудник БашГУ, г. Уфа*

**Озерова К. А.**

*доцент кафедры общей и этнической социологии Казанского  
(Приволжского) федерального университета, г. Казань  
старший научный сотрудник БашГУ, г. Уфа*

Последняя треть XX века в жизни общества охарактеризовалась формированием новой социокультурной среды, обусловленной воздействием бурного развития информационных технологий и получившей название информационного общества. По мере распространения цифровых технологий в социуме, они становились все более доступными значительной части населения развитых стран. Сеть Интернет к концу XX в. стала практически повсеместной, что привело к значительному увеличению доли населения, получающей информацию и коммуницирующей в виртуальной реальности. По признанию исследователей, Интернет порождает новые формы взаимодействия людей и расширяет границы заданных идентичностей. В виртуальных сообществах происходит процесс конструирования идентичности через коммуникационные практики: осуществляя обмен электронными сообщениями, индивиды фактически заново изобретают себя<sup>2</sup>. Распространение виртуальной коммуникативной среды вызвало появление новых социальных медиа, базирующихся на использовании таких форм коммуникации, как форумы, чаты, блоги, социальные сети,

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Интолертанность, толерантность, диалог в межкультурной коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности»

<sup>2</sup> Ионин Л. Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна к информационному обществу. – М., 2007. – С. 236–237.

становящиеся полем формирования индивидуальной идентичности личности, ее установок и ценностей.

В условиях информационного общества доступ к информации и знаниям является важнейшим фактором идентификации личности, а информационно-сетевые ресурсы приобретают роль ведущих агентов социализации. Эти динамичные агенты при помощи новейших технологий (как в технологическом, так и в гуманистическом аспектах) оказывают воздействие, на ценности и сознание значительной части населения, но, в первую очередь, молодежи, характеризуемой исследователями как «цифровое поколение»<sup>1</sup>. Зачастую такое воздействие приобретает характер манипулирования сознанием индивида при помощи информационных потоков в масс-медиа.

В условиях постиндустриального, информационного общества семья утрачивает функцию ведущего социализирующего агента, а ее влияние фактически заменяют информационно-сетевые ресурсы.

Новые медиа посредством специфических информационно-сетевых технологий демонстрируют, а зачастую, и навязывают аудитории свои интерпретации образов и поведенческих стратегий различных социальных агентов и событий. Как следствие в процессе повседневной жизни цифрового поколения под воздействием информационно-сетевых ресурсов происходит структурирование социокультурного пространства в русле внешней идентификации-стигматизации социальных групп, конструирования виртуальных общностей и, как результат, происходит формирование собственной внутренней идентичности.

Внедрение цифровых технологий коренным образом меняет и практики социально-политической активности, взаимодействия граждан с органами государственной власти, формируя феномен цифрового гражданского участия. Внедрение электронных порталов государственных услуг, онлайн-сервисов общественного контроля, площадок артикуляции общественных интересов не только увеличили скорость и повысили удобство при обращении к государственным услугам, но и повлияли на сущность взаимодействия гражданина, социума и государственных институтов. Актуальность анализа подобных интеракций объясняется следующими обстоятельствами. Во-первых, внедрение качественных и эффективных IT-площадок и сервисов повышают инвестиционную привлекательность городов, благодаря ускорению процессов коммуникации с публичной властью.

---

<sup>1</sup> Ларионова И. В., Максимова О. А. Формирование идентичности молодого поколения в контексте влияния информационно-сетевых технологий // Вестник экономики, права и социологии. – 2017. – № 4. – С. 275.

Во-вторых, такие сервисы обеспечивают механизм обратной связи, столь важный для развития гражданского общества и демократического государства. В-третьих, анализ цифровой трансформации взаимодействия гражданина, общества и публичных органов власти помогает выявить слабые места в существующей системе и выработать рекомендации по повышению уровня региональной стабильности.

Важно отметить, что факторы цифровой гражданской активности, формирования ценностей, стиля и образа жизни посредством цифровых технологий в наибольшей степени оказывают влияние на молодое поколение, характеризующееся как «Поколение Z».

В условиях Республики Татарстан нужно учитывать и еще один специфический аспект. Как свидетельствует международная практика, в стабильном обществе процессы интеграции и дифференциации протекают сбалансированно. Причем, ключевым фактором социальной стабильности выступает формирование позитивных объединяющих макроидентичностей. Республика Татарстан представляет собой полиэтноконфессиональный регион России, где в постсоветский период, благодаря грамотной политике региональных властей, удалось предотвратить разжигание межнациональной и межрелигиозной розни. На современном этапе большая часть населения всех возрастных когорт демонстрирует высокий уровень межэтнической и конфессиональной толерантности, хотя и имеются определенные проблемные места, особенно в аспекте взаимодействия местного населения с мигрантами. Для дальнейшего поддержания высокого уровня межэтнической толерантности в Татарстане необходимо, на наш взгляд, сохранять социокультурную преемственность поколений с целью поддержания оптимального сочетания формирующихся макросоциальных и разнообразных социогрупповых идентификаций, как устоявшихся традиционных видов, так и привнесенных «на волне» модернизаций. Одним из условий достижения этой цели является анализ влияния новых медиа и Интернета на социально-политическую активность населения.

Исследования, приводящиеся коллективами авторов под руководством и при непосредственном участии авторов данного материала на протяжении ряда лет, посвящены изучению возможностей использования новых медиа и сети Интернет для конструирования инновационной социальной реальности в условиях полиэтноконфессионального региона Республики Татарстан. В основании такой реальности лежит технология интерактивного символично-смыслового обмена, воспроизводство позитивной

идентичности регионального сообщества на основании признания важности его участниками таких ценностей, как этноконфессиональная толерантность, гражданское согласие, готовность к взаимному диалогу населения и власти.

При этом информационно-сетевые технологии и нью-медиа анализируются нами, в том числе, и с точки зрения их воздействия на различные возрастные группы населения республики.

Основная цель нашего исследовательского поля состоит в комплексном изучении изменений, происходящих в ценностной и социокультурной сферах различных поколений татарстанцев под влиянием новейших информационно-коммуникационных технологий и выработка на этой основе рекомендаций по оптимизации механизмов воздействия информационно-сетевых ресурсов и нью-медиа на индивидов разных возрастных групп, снижению социальных, экономических, технологических и иных рисков при освоении новых технологий и практик населением.

Методология предполагает совместное использование количественных и качественных методов социологического исследования: массовые опросы населения Республики Татарстан по репрезентативной выборке с выделением в качестве квот таких параметров, как возраст, место проживания, социальный статус; фокус-группы с активными Интернет-пользователями разных возрастных групп; глубинные интервью с представителями разных поколений; мониторинг социальных сетей, блогов, комментариев к электронным изданиям, основанный на анализе текстов, связанных с наиболее острыми проблемами региона.

Комплексный анализ с использованием количественной и качественной методологии исследования позволил представить максимально полную информацию по изучаемой проблеме. Остановимся на некоторых результатах наших исследований.

Как показали результаты массового опроса населения Республики Татарстан, наблюдается обратная зависимость между возрастом респондентов и частотой использования ими сети Интернет. Именно поколение Z демонстрирует практически стопроцентное погружение в цифровую среду (см. табл. 1).

Таблица 1

**Частота использования представителями разных поколений  
сети Интернет (в % к числу опрошенных в каждой возрастной  
категории)**

Частота использования сети Интернет	Возраст респондентов (лет)					
	16- 24	25- 34	35- 44	45- 54	55- 64	65 лет и старше
Ежедневно	93,3	90,3	85,6	61,5	53,6	13,7
Несколько раз в неделю	2,1	6,8	6,6	12,6	10,0	3,8
Изредка	3,4	2,3	7,0	17,2	16,7	16,6
Практически не пользуются Интернетом	1,3	0,6	0,8	8,8	19,6	65,9

Старшее поколение чаще выходит в сеть Интернет со стационарных компьютеров и ноутбуков, тогда как молодежь все больше предпочитает для этой цели мобильные устройства. Отметим, что вопрос носил неальтернативный характер и давал возможность выбора нескольких вариантов ответов (табл. 2).

Таблица 2

**Предпочитаемые устройства, используемые респондентами  
для выхода в Интернет (в % к числу ответивших в каждой  
возрастной категории)**

С каких устройств обычно выходят в Интернет	Возраст респондентов (лет)					
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 лет и старше
Со стационарного компьютера	27,5	36,8	54,7	57,5	59,8	51,7
С ноутбука, планшета	39	46,1	43,4	35,4	41,4	31,5
С мобильного телефона	93,6	94,8	74,0	71,2	51,1	41,6

Согласно полученным данным, практически все представители молодого поколения используют мобильный телефон для выхода в Интернет, тогда как среди старших поколений таковых лишь около половины.

Таким образом, результаты массового опроса свидетельствуют, что степень распространенности Интернета на территории республики является существенной, а, следовательно можно утверждать о высокой степени влияния информационно-коммуникативных технологий и

новых медиа на настроения, ценности людей и в целом, и особенно, на ценности молодежи, а также на социально-политическую стабильность в регионе. В подобных условиях актуализируется обращение исследователей к анализу виртуальной активности населения, связанной с региональными проблемами.

Коллективом авторов также была проведена серия интервью с активными участниками интернет-сообществ (20 интервью) в наиболее популярных социальных сетях и пять фокус-групп с молодыми пользователями сети Интернет, которых можно отнести к поколению Z.

Основным методом анализа эмпирических данных являлось использование элементов концептуализации в рамках «обоснованной теории». Обоснованная теория — это теория, которая индуктивно выводится из изучения феномена, который она представляет. Были использованы процедуры открытого, осевого и избирательного кодирования, позволившие концептуализировать полученные результаты. Под концептуализацией подразумевается разбивка на части наблюдений, предложения, параграфов, и присвоение каждому отдельному случаю, идее или событию названия того, что за ним стоит или что представляет феномен<sup>1</sup>.

Сопоставление материалов интервью и фокус-групп относительно репрезентации социальных проблем в ньюмедиа и реальных установок и практик населения позволило выделить:

- Типичные сферы использования сети интернет и модели отбора контента пользователями и реагирования на информацию online;
- Оценку основных источников информации о Республике Татарстан в сети, репрезентации позитивных и негативных сторон жизни республики в контексте обсуждения online;
- Группы факторов, определяющих степень активности пользователей социальных сетей online и offline (друзья из интернета);
- Стратегии связи активности online и offline.

Как показали результаты исследования, чаще всего молодые пользователи используют Интернет для повседневных коммуникаций, как личного, так и профессионального характера, покупок и получения новостей. Для возрастной группы до 35 лет Интернет является наиболее значимым источником информации. Самые популярные каналы — социальные сети и мессенджеры. При этом молодые

---

<sup>1</sup> Страусс А. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / А. Уэбстер, Дж. Корбин. Пер. с англ. Т.С. Васильевой – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – С. 53.



пользователи уверенно утверждают, что информация, полученная в Интернете, более достоверна, чем материалы федеральных и региональных теле- и радиоканалов. Прежде всего, это связано с возможностью перепроверки информации об одном и том же событии в нескольких независимых источниках: *«Если мы послушаем информацию по телевидению или по радио, это будут совершенно разные точки зрения. Если хочешь составить объективное мнение, нужно использовать разные альтернативные источники. Без интернета это невозможно»* (муж., 23 года).

Повышает уровень доверия к информации в сети то, что пользователи могут получить контент максимально быстро, перепроверить его, поделиться с друзьями и обсудить. По мнению информантов, ряд значимых социально-политических событий никогда не попадает фокус официальных СМИ, и быть в курсе текущей ситуации в стране и регионе можно только если изучить ряд источников (как официальных, так и не официальных) в Интернете. Телевидение признается крайне политизированным источником информации, который «зомбирует» старшее поколение: *«Мне кажется, если человек смотрит телевизор, он немножко оторван от этого мира, он не будет залезать в Интернет, с целью опровергнуть ту или иную информацию, он примет то, что ему сказали в новостях»* (жен., 25 лет). Однако, зачатую и глобальная сеть воспринимается как *«большая помойка, но в помойке если рыться, ну так образно, если ты чуть разбираешься, можешь выудить ценную информацию для себя»* (муж., 19 лет).

Использование Интернета как источника информации, эффективно только при деятельном и критичном участии самого человека. Отчасти это связано с обилием шокового и недостоверного контента, с другой стороны – с самой механикой работы социальных сетей, которая предполагает гибкую настройку того, какие именно записи будут попадать в поле зрения пользователя. Сегодня как активисты, так и рядовые пользователи Интернета уделяют большое внимание настройке тематик и рубрик, которые будут занимать их ленту новостей. Чаще всего предпочтение отдается профессиональному контенту, далее развлекательному (фильмы, музыка, юмор, путешествия и проч.) Тогда как социально-политический контент попадает в ленты молодых пользователей реже. В некотором роде можно говорить о тенденции отгораживания большинства представителей поколения Z от сообщений о политике, обсуждение этой сферы признается малоинтересным и бессмысленным. Молодые пользователи уверены, что если произойдет

действительно стоящее событие, то сообщения об этом будут транслироваться так активно, что пропустить его будет невозможно.

В целом, относительно федеральных и региональных новостей, наибольшее внимание привлекают сообщения с шоковым контентом, или анализом злободневных событий. Для многих просмотр новостей в интернете – часть утреннего ритуала, при этом новостью одновременно будет являться и запись в социальной сети друга о каком-либо личном событии, и сообщение о региональных или федеральных событиях. И то, и другое вызовет одинаково низкую обратную реакцию – основная причина перенасыщенности информационного фона. Пользователи фокусируются в основном на тех сообщениях, которые искали целенаправленно. Другими факторами привлечения внимания к сообщению могут быть массовость (одновременное появление во многих сетях и источниках, где присутствует пользователь), шокирующий контент, появление не в ленте, а в личных сообщениях от значимых для молодого человека персоналий. Самостоятельный отбор сообщений происходит через подписку на лидеров мнений (авторитетных для пользователя авторов контента) и тематические сообщества. Однако признается, что роль онлайн-сообществ значительно снизилось в последнее время, информанты объясняют это тем, что данные площадки исчерпали себя: *«Раньше, конечно, были битвы у меня там страшные, я там сутками сидел, но сейчас я просто не вижу в этом никакого смысла, это просто бесполезная трата времени»* (муж., 25 лет). Рядовые пользователи предпочитают тратить время на online обсуждения только в случае острой необходимости, активисты – только на обсуждения с людьми, мнение которых уважают, и чаще в приватной переписке.

Сообщество, посвященное той или иной проблематике, привлекает молодых людей чаще всего в ситуации, если его тематика непосредственно касается их опыта и личных проблем. Несмотря на то, что большинство информантов подписаны на множество сообществ, существует два типа восприятия контента таких online-групп: в рамках первого список подписок не редактируется, зачастую они уже давно не актуальны интересам конкретного пользователя, а сообщения и информация теряются в общем потоке; в рамках второго – пользователи активно следят за обновлениями и комментируют новые сообщения. Однако второй тип реагирования встречается в целом гораздо реже, чаще всего пользователь просто отбирает сообщения, которые адекватны его интересам сегодня, не акцентируя внимание на том контенте, который ему предлагается автоматически. Чуть чаще

читаются сообщения в мессенджерах, но и в них представители поколения Z активно выставляют фильтры и блоки. Такие особенности отбора и реагирования на онлайн-информацию связаны с тем, что поток сообщений в поле внимания пользователей огромен, и, несмотря на то, что интернет, социальные сети и мессенджеры признаются наиболее адекватными источниками информации и новостей, многие молодые пользователи сознательно ограничивают поток сообщений на «серьезную» социально-политическую тематику, так как считают, что с ней нужно еще «поработать» (перепроверить в других источниках) прежде чем доверять, или же просто не интересуются политической тематикой.

Профессиональный контент и обсуждение социально-политических проблем наиболее распространено в Facebook, life Journal, Twitter. В рамках сети «ВКонтакте» также ведется обсуждение проблем, однако доля профессионального контента значительно ниже. В «Одноклассниках», по оценкам информантов, чаще представлен развлекательный контент, ориентированный на старшие возрастные группы. Шутки, юмор и новости – распространенный во всех социальных медиа тип сообщений, так же, как и сообщения о благотворительности. Несмотря на падение уровня доверия к безопасности переписки во «ВКонтакте» в последние годы, эта социальная сеть одна из наиболее популярных для создания тематических интернет-сообществ (наряду с мессенджером «Телеграмм»).

Как показали результаты фокус-групп, большая часть молодых пользователей считает, что получить объективное представление о ситуации в Татарстане посредством информации в Интернете – невозможно. Так как, во-первых, официальные СМИ подвержены серьезной цензуре региональных властей (и поэтому не вызывают доверия), а, во-вторых, актуальную и правдивую информацию нужно искать, на что большинство силы тратить не хотят. В массе ежедневных сообщений информация о событиях в республике теряется: *«это обрывочные новости, их очень мало, и они не отражают всей полноты того, что происходит у нас»* (жен., 22 года).

Несмотря на это, пользователи считают, что коммуникация с властями в сети, и обсуждение локальных проблем благоустройства эффективнее, чем просто обращения в различные городские инстанции. «Шумиха» в интернете становится эффективным способом привлечь внимание и ускорить решение любых проблем, кроме политических. Например: *«Да, да! Да, я всегда говорю об этом. Наш председатель ЖСК везет бумаги в Водоканал каждый раз, что вот,*

*от соседнего дома прорвало опять, нам залило подвал, пахнет на всех этажах не дай Бог чем...не знамо чем. Так, хм. Толку нет. Как только помещаешь на сайт, к утру уже все починено. К утру починено, ну так и должно быть, поэтому это очень правильная вещь»* (муж., 26 лет).

Основные источники информации о республике в Интернете – это новостные агрегаторы Мейл и Яндекс, «Бизнес online», «Реальное время», «Татар информ», «inKazan», «Вечерняя Казань», «Kazanreporter», «Kazanfirst» и ряд других.

Отмечается, что актуальными являются такие темы, как экологические проблемы, проблемы ЖКХ и инфраструктуры, проблемы, связанные с пандемией Covid-19. Политические проблемы обсуждать среди молодежи «немодно», кроме того, большинство пользователей убеждены, что это бесполезно. Признается, что без достаточного уровня критичности и усилий по перепроверке информации можно получить искаженное представление: *«Зависит от того, на какой канал он зайдет, он может зайти на какой-то провластный канал, где написано, про величие Президента, который супер-молодец, который пришел и поговорил с населением. У него сложится мнение, что у нас все очень хорошо. С другой стороны, он может зайти на какой-то очерняющий канал, который пишет только негатив. Это тоже не очень хорошо»* (муж., 18 лет).

Чаще всего из региональных событий попадают в поле зрения молодых пользователей и обсуждаются на разных площадках такие, как экологические проблемы в контексте строительства мусоросжигательного завода, застройки акватории Казанки, роста уровня заболеваемости коронавирусом, проблемы инфраструктуры, благоустройства и того, что регион живет о «события к событию», развивается не для людей, а для «показухи», проблема коррупции в регионе, снижение доходов и уровня жизни населения, низкое качество медицинского обслуживания, проблемы неэффективности социальной поддержки. Из политических чаще всего обсуждаются проблемы коррупции, «кумовства» и родственных связей среди среднего и высшего руководства Татарстана, проблемы экономического и политического взаимодействия республики с федеральным центром и проблемы низкой гражданской культуры населения.

В позитивном ключе освещаются следующие стороны жизни Татарстана: спортивные мероприятия (доступность спорта для молодежи, улучшение инфраструктуры города для проведения спортивных событий), развитие парковых зон и дорог, активность и креативность жителей республики, позитивная оценка работы

руководства республики по привлечению инвестиций в регион. Однако в целом, освещение позитивных сторон выражено гораздо менее интенсивно и в основном среди интернет-активистов.

Основные виды активности в рамках обсуждения той или иной темы в интернете – это репосты себе на страницу, лайки, комментирование записей и репосты в личные сообщения друзьям с последующим обсуждением. Для интернет-активистов к этому списку добавляется также размещение сообщений в собственных онлайн сообществах и (или) тематических каналах и страницах. Для рядового пользователя лайки и репосты – это способ некоторого рода «архивирования»: *«Скорее для друзей, чтобы они тоже посмотрели, если что-то интересное. Но вот чаще всего, если мне что-то понравилось, и я просто хочу это сохранить, или что-то понравилось, а времени посмотреть это нет, чтобы не потерять, просто отправляю себе эту информацию в личные сообщения»* (жен., 23 года).

Для активистов основная цель – распространение информации про важное событие или тему, которой хочется поделиться как можно с большим количеством людей, а также организация мероприятий (встреч и разного рода акций). При этом, даже при активном обсуждении проблемы в сети, признании необходимости тех или иных действий в offline, региональные интернет-сообщества редко становятся источником привлечения новых сторонников для социально-политических активистов. Зачастую, напротив, сетевое сообщество создается для более удобного общения пользователей, которые уже знакомы offline.

Репрезентации проблем, которые транслируют интернет-активисты и их сообщества могут быть интересны для многих пользователей, а их записи и сообщения инициировать активные обсуждения, но к реальным действиям (даже простым собраниям для разговора) рядовые пользователи готовы лишь в пятой части случаев. Сами молодые пользователи сети признаются, что они готовы к любого рода активности в реальной жизни, кроме политической (например, благотворительных акциях, флэш-мобах, субботниках и т.д.). Это связывается, во-первых, с опасением санкций со стороны государственных структур, поскольку даже лайки и репосты в контексте уголовной и административной судебной практики рассматриваются пользователями как возможность «подставить» самого себя. Наиболее контролируемой сетью при этом считается «ВКонтакте», наименее – мессенджер «Телеграмм». Во-вторых, пользователи зачастую считают митинги и собрания бессмысленными, не способными повлиять на реальные действия властей. В-третьих,

многие просто не находят времени на то, чтобы следить за какой-либо проблемой в сети, и тем более проявлять какую-либо активность по теме в реальной жизни. Те, что активно обсуждают проблемы в интернете, характеризуются информантами *«людьми, имеющими слишком много свободного времени»*, или теми, кто занимается этим профессионально, часто на заказ, продвигая определенные идеи.

Интернет становится также способом выразить себя, причем не всегда в конструктивном ключе, анонимность, с одной стороны, делает пользователей честнее, а, с другой стороны, повышает уровень грубости и нетерпимости к оппонентам. Большинство интернет-активистов стараются вести обсуждение в рамках закона и приличий, удаляют неподобающие комментарии в своих сообществах, блокируют грубых пользователей. Основной своей миссией в интернете они видят *«повышение аудитории, просвещение аудитории, рассказ о том, что такое есть. Многие люди вообще не в курсе, что происходит»* (муж., 26 лет). Также активисты отмечают, что интернет влияет на изменение социальной реальности, однако есть разные векторы этого влияния. С одной стороны, интернет – это площадка получения разной информации о том, что происходит. Это возможность мобилизоваться, найти людей со схожей позицией, договориться о действиях, создать сообщество. Можно продвинуть проблему и обрести поддержку, например, запустить петицию, и быстро получить обратную связь. Но, с другой стороны, есть другое влияние – люди активные в сетях, часто до реальных действий не доходят. Распространенное название таких пользователей – «диванные критики». Интернет-активисты признают высокий мобилизующий потенциал социальных сетей, однако уверены, что и власти будут пытаться это контролировать: *«Молодые в пикеты почти не выходят. Когда ты на пикет выходишь, к тебе полицейский подходит, ты должен дать ему паспорт, дать сфотографировать, ты попадаешь в список, все боятся, что тебя на работу не возьмут никуда, ты будешь как бы изгоем»* (муж., 24 года).

В целом можно констатировать, что молодое поколение интернет-пользователей является достаточно аполитичным. Материалы всех фокус-групп подтверждают выводы о низком уровне интереса молодежи к обсуждению политических проблем в интернете, что связано с убежденностью в невозможности что-либо изменить, и опасением санкций, однако молодежь признает значимыми многие из проблем, обсуждение которых активно ведется в сети.

Уровень интернет-активности повышает представление о безопасности площадки дискуссии, наличие личной связи с проблемой, общий объем и масса сообщений по теме, лаконичная, понятная и

яркая форма сообщения, активность друзей пользователя, благодаря лайкам и репостам которых контент появляется в ленте чаще, ограничивает активность страх санкций со стороны государства, ограничение круга собственных подписок «комфортными темами». Значимым является и отсутствие свободного времени: *«Наличие свободного времени. Когда времени совсем мало, ты его даже не затрачиваешь на чтение новостей. Здесь есть связь с работой. Также влияют технические возможности. Люди в возрасте не пользуются интернетом. Для молодежи – это как воздух. Появляются новые форматы, например интервью. Юрий Дудь – уже как новостной канал»* (жен., 20 лет). Представители поколения Z не готовы вникать в слишком длинные и сложные сообщения, и реагируют лайками репортажами и комментариями в основном на развлекательный контент.

Чаще всего, «друзья» и подписчики в социальных сетях, с которыми простые пользователи общаются в интернете, это их знакомые в реальной жизни. Ситуация превращения интернет-знакомства в общение offline более типична для интернет-активистов. В целом, молодые люди, активно уделяющие время той или иной проблематике в реальной жизни – в подавляющем числе случаев так же активны в социальных сетях и интернете – они создают и распространяют разнообразный контент. Те же, кто активен прежде всего в сети, чаще всего не совершает каких-либо действий в реальной жизни. Реальные практики – это двусторонняя коммуникация она долгая, требующая бесконечные стимул-реакции, пролонгированные во времени. Интернет-практики – это часто односторонняя коммуникация, пользователи выбрасывают свой эмоциональный накал через посты, лайки, репосты и комментарии и на этом останавливаются, т.е., по сути, не влияют на непосредственное решение социальных проблем.

На основе анализа полученных данных, нами выделено несколько типов-моделей молодых интернет-пользователей, позволяющих описать характер связи их активности online и offline в контексте социально-политических проблем региона:

- «наблюдатели»;
- «ситуативно включенные»;
- «диванные критики»;
- «профессионалы»;
- «психически неустойчивые».

Характеристика перечисленных типов представлена ниже, в таблице 3.

Таблица 3

**Типы-модели молодых интернет-пользователей**

<b>Наблюдатели (наибольшая группа)</b>	
Действия online	Поиск и чтение новостей, репост отдельных записей в личные сообщения друзей
Действия offline	<p>Готовы к благотворительности, субботникам, не готовы к чему-либо связанному с политикой из-за неактуальности личным интересам, неверия в возможность изменений, боязни санкций.</p> <p>Готовы проявлять offline активность лишь в исключительных случаях, если какая-либо проблема коснется их максимально близко и лично. Среди таких, личностных, причин выделяют, в том числе наложение ограничений и, в особенности, запретов на использование сети интернет, запреты выступлений популярных в молодежной среде рэп-исполнителей, запреты популярных мессенджеров.</p>
Мотивы обращения к Интернет-ресурсу	Перепроверка новостей, получение информации (в первую очередь, личностного характера), коммуникация с друзьями, знакомыми, коллегами
Особенности поведения	Не интересуются политической и социальной проблематикой, ненадолго обращают внимание только на злободневное, больше интересуются новостями мира и страны, реже региона
<b>Ситуативно включенные</b>	
Действия online	Поиск и чтение новостей, репост отдельных записей в личные сообщения друзей, обсуждение собственных проблем, связанных с региональным социально-политическим контекстом в комментариях, подписаны на тематические сообщества, репостят и лайкают сообщения по конкретной узкой тематике
Действия offline	Часть готова к неформальным собраниям и митингам, большинство готовы, к личному присутствию на общественных слушаниях, и участию в любых других легальных мероприятиях, связанных с проблемой, но не на регулярной основе, а преимущественно разово
Мотивы обращения к Интернет-ресурсу	Получение информации о конкретной проблеме, способствование ее решению, привлечение внимания властей к необходимости решения проблемы
Особенности поведения	Активность привязана к решению конкретной региональной проблемы, например строительства МСЗ, изучения татарского в школах, банкротству банков и т.д. Причем пользователь включен в проблемную ситуацию лично или через близких людей



<b>«Диванные критики»</b>	
Действия online	Поиск и чтение новостей, лайки, репосты, активное комментирование и написание статей по острым социально-политическим темам
Действия offline	Не готовы ни к каким действиям по обсуждаемой проблематике offline
Мотивы обращения к Интернет-ресурсу	Получение информации о конкретной проблеме, самовыражение и самоутверждение
Особенности поведения	Активность, агрессивность, категоричность, внимание к резонансным проблемам, фокус на политической, и внешне политической проблематике, обсуждение не столько конкретной проблемы, сколько в целом феномена, построение прогнозов на разных уровнях
<b>Профессионалы</b>	
Действия online	Поиск и чтение новостей, репост отдельных записей в личные сообщения друзей, лайки, репосты, активное комментирование и написание статей по своей тематике, создание тематических сообществ и каналов
Действия offline	Готовы к любым видам активности (встречи, флэш-мобы и т.д.), как легальной, так и не санкционированной (но в рамках собственных представлений о справедливости, без применения насилия), чаще всего не санкционированная активность – это митинги
Мотивы обращения к Интернет-ресурсу	Перепроверка новостей, получение информации по определенному кругу проблем, информировании населения, создание собственных интерпретаций ситуации, распространение информации, привлечение сторонников в активисты, привлечение внимания власти и населения к проблеме, способствование обсуждению и решению проблемы или круга проблем
Особенности поведения	Сосредоточены на конкретной проблеме или определённом кругу проблем, основная offline деятельность или профессия связана с гражданским активизмом или близкими сферами, могут иметь опыт столкновения с официальными санкциями (аресты, задержания, штрафы, блокировка соц. сетей и т.д.)
<b>Психически неустойчивые</b>	
Действия online	Активное комментирование, создание собственных сообщений и репостов, которые, как правило, носят достаточно категоричный и даже агрессивный характер
Действия offline	В ходе личных интервью становится очевидным. Что

	информанты имеют очевидные отклонения в психике и оценивают свою активность в социальных сетях не совсем адекватно. В критических ситуациях (с точки зрения функционирования внутренних психических процессов), могут проявить реальную активность, но чаще ограничиваются онлайн активностью
Мотивы обращения к Интернет-ресурсу	Чаще всего – нарушенное вследствие психических заболеваний мировосприятие
Особенности поведения	Могут быть сосредоточены и даже «зациклены» на одной, конкретной проблеме, а могут выступать и в целом за некую «социальную справедливость», понимаемую ими сквозь собственную призму

Представленные модели пользователей могут быть рассмотрены как «идеальные типы», конкретный пользователь может соответствовать им частично, или сочетать практики и установки нескольких моделей одновременно.

## ГЛАВА XIV

### ПРОТЕСТНЫЕ НАСТРОЕНИЯ И УСТАНОВКИ ПОКОЛЕНИЯ

Z<sup>1</sup>

**Шайхисламов Р.Б.**

*профессор кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
главный научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Асадуллина Г.Р.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Садретдинова Э. В.**

*доцент кафедры социологии и работы  
с молодежью Башкирского государственного университета,  
старший научный сотрудник БашГУ, г.Уфа*

**Аннотация.** В статье на основе двух проведенных опросов молодежи Башкортостана в январе – феврале 2021 года рассматривается отношение респондентов к протестным акциям в различных странах, в том числе в нашей стране. В числе факторов протестов анализируется эмоциональная оценка собственных неудач и ошибок, и ошибок, и неудач, ассоциирующихся со страной. Рассмотрены причины, толкающие часть молодежи к протестным акциям, оценки возможностей решения существующих проблем законными методами.

**Ключевые слова:** молодежь, поколение Z, протестное движение, протест, отношение к протестным акциям

Молодежь, будучи активной частью общества, зачастую непосредственно выступает как инициатор протестных движений, что показали общероссийские и региональные протестные акции второй половины 2020 – начала 2021 года (общероссийские акции в поддержку А. Навального, движение в защиту Куштау в Башкортостане, акции протеста в Хабаровском крае). Отметим, что подобные протестные выступления выявили ряд особенностей. Во-первых, специфика *локализации*. Если ранее большинство масштабных протестных акций проходило в мегаполисах России, то сейчас к ним

---

<sup>1</sup> Глава подготовлена в рамках реализации проекта «Интолерантность, толерантность, диалог в межэтнической коммуникации» программы фундаментальных и прикладных исследований «Этнокультурное многообразие российского общества и формирование общероссийской идентичности»

присоединились регионы. В некоторых городах протестные акции проходили впервые за последние десять лет. Во-вторых, *состав участников протестных выступлений*: активными участниками протестных движений были представители молодежи в возрасте от 16 до 25 лет. В-третьих, наличие артикулированного *общего вектора выступлений*: движение за социальную справедливость, за реализацию прав и свобод граждан в условиях углубляющегося социального неравенства и поляризации социума; выступления против отсутствия демократических процедур во властных структурах (несменяемость власти, нарушения выборов процедур, коррупция в органах управления и пр.). В-четвертых, доминирующая *роль новых медиа* (интернет-коммуникаций) в освещении и обеспечении поддержки протестных выступлений.

### **Методология и методы исследования**

В социальной мысли протестная деятельность граждан рассматривается как форма гражданской активности, ориентированная на артикуляцию и трансляцию органам власти и управления нереализованных потребностей и интересов [Юдина и др., с. 140]. Феномен социального протеста изучается в рамках нескольких направлений. В *концепции коллективного поведения* (Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд, Г. Блумер)<sup>1</sup> социальный протест рассматривается как социально-психологический феномен. Отмечается, что протестное движение порождает агрессивность, беспокойство, психологическую и социальную напряженность. По мнению представителей данного направления, протест иррационален, непредсказуем и всегда актуализируется в периоды социальных кризисов.

Согласно *концепции депривации* (С. Стауффер, Р. Мертон) протестные настроения возникают в условиях сравнения и обнаружения несоответствия социальной действительности со значимыми ценностями и ожиданиями, что выступает источником чувства неудовлетворенности, нарушения «онтологической безопасности», порождая мотивацию к участию в протестных акциях.

*Конфликтологический подход* (Р. Дарендорф, Л. Козер, К. Боулдинг) трактует протест как столкновение интересов социальных групп с противоположенными социально-политическими и экономическими интересами. При этом интенции выступлений

---

<sup>1</sup> Дементьева И.М. (2013) Изучение протестной активности населения в зарубежной и отечественной науке // Проблемы развития территории. 2013. № 4(66). С. 83-94.; Лебон Г. (1991) Мнения и верования толпы // Философская и социологическая мысль. 1991. № 6. С. 119–152.; Тард Г. (1999) Общественное мнение и толпа. М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП+», 1999. 414 с.

(содержание требований и лозунгов) детерминированы кругом социальных проблем,<sup>1</sup> а острота протестных акций и характер действий их участников обусловлены особенностями «когнитивного проигрывания» (осмысления проблем), доминирование когнитивного, аффективного или волевого компонента представлений.

К важнейшим социальным факторам, обуславливающим характер протеста, его активные и пассивные формы, можно отнести особенности содержания политической власти, специфику дифференциации влияния и делегирования полномочий, дисфункции в деятельности органов власти и управления, проявления коррупции, ограничения демократических прав и свобод.<sup>2</sup>

**Институциональный подход** (Е. Армстронг, М. Бернштейн)<sup>3</sup> акцентирует внимание на характер влияния новых акторов (в т.ч. новых медиа), на коллективное поведение, включая разнообразные формы реализации протестного потенциала, основой которых становятся не традиционные нормы и ценности определенных социальных групп и общностей, а некие универсальные ценности и идеалы.

В статье анализируются некоторые результаты стандартизированных интернет-опросов в рамках реализации проекта «Информационные события в конструировании образа России в системе «Я»- и «Мы»-концепций поколений Y и Z" в 2020–2021 гг. В ходе исследования были организованы два опроса: «Провожая 2020» и «Мои представления о себе и других». Объектом исследования выступила молодежь Республики Башкортостан в возрасте 16–30 лет (представители поколений Y и Z). Количество информантов в каждом опросе составило 1000 человек.

Целями опросов, согласующимися с контекстом содержания данной статьи, являлись: 1) изучение особенностей реализации протестного потенциала молодежи в условиях усиления социального неравенства и поляризации общества; 2) изучение влияния социальных и социально-психологических факторов на протестное поведение молодежи.

Достижению указанных целей призваны способствовать следующие задачи: 1) анализ представлений различных групп молодежи о возможностях выражения своих интересов и реализации

---

<sup>1</sup> Juska A., Woolfson C. (2012) Crime. Policing political protest in Lithuania // Crime; Law and Social Change. 2012. Vol. 57, iss. 4. P. 403–424.

<sup>2</sup> Ratliff T.N., Hall L.L. (2014) Practicing the Art of Dissent. Toward a Typology of Protest Activity in the United States // Humanity & Society. 2014. Vol. 38, iss. 3. P. 268–294.

<sup>3</sup> Armstrong E.A., Bernstein M. (2008) Culture, Power and Institutions: A Multi-Institutional Politics Approach to Social Movements // Sociological Theory. 2008. Vol. 26, iss. 1.

прав и свобод с помощью законодательно предусмотренных инструментов (электоральная активность); 2) анализ представлений о причинах и социальных факторах-детерминантах участия / не участия молодежи в активных протестных акциях; 3) анализ влияния традиционных и новых медиа в реализации протестного потенциала молодежи.

Выборка опросов строилась как многоступенчатая, отбор информантов осуществлялся методом квотирования. Основные критерии отбора:

- социально-демографический: распределение информантов по полу и возрасту в соответствии с социально-демографическим составом Республики Башкортостан;

- территориальный: отбор осуществлялся с учетом территориального состава населения Башкортостана (типов поселений: крупнейший город; малый / средний город; сельские поселения);

- этнический: отбор осуществлялся с учетом этнического состава населения республики.

Вопросник включал основные и вспомогательный (сведения об информантах) блоки вопросов. Основные блоки вопросов формировались в соответствии с задачами опросов.

### **Результаты исследования и обсуждение**

Говоря о значении молодежи в социальном развитии общества, определении ее роли в социальных процессах, отметим, что в общественном сознании достаточно укоренились дуальные представления о роли молодежи. С одной стороны, молодежь рассматривается как носитель инновационного потенциала, отмечается, что представления и действия молодежи определяют векторы будущего развития. С другой стороны, фиксируются пассивные позиции молодежи, ее ориентация на решение индивидуально-личностных, а не общественных проблем. В этой связи мы обратились к анализу представлений молодых людей о том, насколько среди представителей поколения Z выражены озабоченность и беспокойство социальными процессами, происходящими в российском обществе, предложив респондентам по 10-балльной шкале оценить собственные *переживания за ошибки и неудачи России*.

Данные опроса показали, что с точки зрения осознания собственных переживаний за ошибки и неудачи страны молодых людей можно разделить на 3 группы:

1 группа – молодежь с невысоким уровнем выраженности переживаний за судьбу страны (баллы 1–4: **25,7%**). Полагаем, что в данную группу могут входить молодые люди, которые равнодушны к

тому, что происходит в стране (фиксируя в ответах на другие вопросы «мне это безразлично», «мне все равно, что происходит в этой стране» и т.д.). Сюда также могут входить те молодые люди, которые занимают пассивную гражданскую и социальную позиции, сосредоточившись на личных проблемах и переживаниях.

2 группа – молодежь со средним уровнем выраженности переживаний за судьбы и неудачи страны (баллы 5–7: **46,6%**). Это наиболее многочисленная группа молодежи. Как видим, около половины молодых людей беспокоятся о судьбе страны. Вместе с тем, полагаем, что среди представителей данной группы компонента озабоченности и переживаний доминирует над компонентой действия. Иными словами, эти молодые люди испытывают озабоченность, которой, однако, недостаточно для активных действий ни в поддержку мероприятий действующей власти, ни против нее. Причиной выбора подобной модели поведения могут быть слабая информированность о происходящих процессах, неверие в собственные силы, убежденность в отсутствии демократических процедур («за нас все решили»). Возможно, это также является свидетельством применения тактик пассивного протеста и пассивной манипуляции со снятием с себя ответственности («а что я могу, я ничего не могу, я – человек маленький»).

3 группа – молодежь с высоким уровнем выраженности переживаний за судьбы и неудачи страны (баллы 8-10: **27,7%**). Полагаем, что среди представителей данной группы наиболее выражена тенденция к действию. При этом, в зависимости от отношения к социально-политической, экономической жизни в стране среди этой части молодежи можно выделить две подгруппы: одни обращаются к легитимированным массовым формам артикуляции своих взглядов, выражения своих интересов, активно участвуя в выборах, референдумах и т. д. Другие – с явно выраженным отрицательным отношением, занимают оппозиционные позиции, становясь движущей силой протестных движений.

Относительно гендерных различий было выявлено, что юноши несколько чаще (28,5%), нежели девушки (23,6%) демонстрируют невысокий уровень выраженности переживаний за ошибки и неудачи страны. Одновременно с этим среди юношей ниже доля тех, для кого характерен высокий уровень выраженности переживаний за судьбы и неудачи страны (25,1% к 29,7% среди девушек).

В целом, однако, полученные результаты свидетельствуют о том, что большинство (около 2/3) представителей современной молодежи достаточно пассивны, в связи с чем возникает вопрос:

подобная позиция отражает психологические особенности поведения молодежи в целом или является результатом действия неких социальных факторов?

В целях поиска ответа на этот вопрос респондентам было предложено охарактеризовать свои *представления о себе лично и о своих сверстниках* по 12 показателям (активность, энергичность, жизнерадостность, передовые позиции, демократичность, дисциплинированность, ум, справедливость, ориентация на собственные силы, деловые качества, ответственность, богатство-бедность). Для анализа применялась шкала отношений, включающая нулевое, положительные и отрицательные значения (от -3 до +3). По результатам анализа рассчитывались средние индексы выраженности каждого качества.

Таблица 1

**Представления представителей Поколения Z о себе и своих сверстниках**

Представления о себе		Представления о сверстниках	
Справедливость	1,5	Активность	1,0
Ориентация на собственные силы (надежда на себя)	1,4	Энергичность	1,0
Ответственность	1,4	Жизнерадостность	0,9
Дисциплинированность	1,2	Передовые позиции (передовой)	0,9
Жизнерадостность	1,1	Демократичность	0,8
Ум	1,1	Дисциплинированность	0,7
Демократичность	1,0	Ум	0,7
Передовые позиции (передовой)	1,0	Справедливость	0,6
Энергичность	0,9	Ориентация на собственные силы (надежда на себя)	0,6
Активность	0,6	Деловые качества	0,5
Деловые качества	0,5	Ответственность	0,5
Богатство	0,1	Богатство	0,1

Как видим, представления о себе и своих сверстниках у представителей Поколения Z существенно разнятся. Прежде всего, отметим высокую степень комплиментарности в оценках себя по сравнению с оценками сверстников. Возможно, таким образом проявляется индивидуализм современных молодых людей, что обуславливает необходимость тщательного отбора средств воздействия на сознание и поведение молодежи. В качестве ведущих



показателей своего поведения молодые люди указывают принципы справедливости (ощущение социальной несправедливости как источник реализации протестного поведения), ориентацию на собственные силы («кто, если не мы»), ответственность, демократичность. Вместе с тем осознание этих принципов в качестве ведущих оснований деятельности слабо согласуется с признанием невысокой степени активности, что, на наш взгляд, обуславливает пассивность молодых людей.

Сверстникам, напротив, в первую очередь приписываются качества активности и энергичности. Иными словами, складывается парадоксальная ситуация: молодые люди ратуют за соблюдение прав и свобод, борьбу за справедливость и достижение передовых позиций, но стремятся переложить достижение всех названных целей на плечи друг друга.

Вызывает беспокойство, что к числу показателей, в оценке которых представителей Поколения Z солидарны у себя и у других представителей молодежи, относится неблагополучное социально-экономическое положение. Это – важнейший источник социального беспокойства и напряженности.

В целом фиксируя дуальность представлений молодых людей на фоне неблагополучного социально-экономического положения, обратимся к анализу представлений различных групп молодежи о возможностях выражения своих интересов и реализации прав и свобод с помощью законодательно предусмотренных (электоральная активность) и протестных форм деятельности.

Как известно, 1 июля 2020 г. в Российской Федерации путем всенародного референдума решался вопрос о внесении поправок в Конституцию – Основной закон страны. Поскольку Конституция определяет характер всего законодательства, а, следовательно, и особенности протекания социальных процессов в стране, респондентам было предложено ответить на вопрос, знают ли они о произошедшем событии.

Таблица 2

**Знаете ли Вы о том, что 1 июля 2020 года всенародным голосованием были внесены поправки в Основной закон нашей страны – Конституцию? (в %)**

<b>Варианты ответов</b>	<b>%</b>
Да, знаю	0,3%
Знаю, не согласен с поправками и результатами	0,1%
<i>Да, знаю, принимал участие в голосовании, помню содержание всех поправок</i>	<b>28,4%</b>
Да, знаю, принимал участие в голосовании, хотя не помню все	1,8%

поправки	
Принимал участие в голосовании	0,1%
Знаю, голосовал против	0,3%
Поправки знаю не все, голосовал против	0,2%
<b><i>Да, знаю, что было голосование, но не принимал участие</i></b>	<b>57,6%</b>
Не принимал участие, т.к. еще не исполнилось 18 лет	0,2%
Все было решено и без мнения населения	0,3%
Только в нашей стране могут такое придумать	0,1%
Не принимал участие в голосовании, т.к. не считаю его «всенародным» (бесполезно)	0,2%
Мне безразлично будущее этой страны	0,1%
<b><i>Нет, не припомню о таком голосовании</i></b>	<b>10,2%</b>
Характеристика события в категориях ненормативной лексики	0,1%

Результаты опроса показывают, что около половины опрошенных молодых людей (58,3%), зная о голосовании по внесению поправок в Конституцию РФ, не принимали в нем участия. В качестве объяснения причин своего отказа ряд респондентов назвали свое негативное отношение к данному мероприятию вследствие его бесполезности с точки зрения потребностей и интересов граждан. В частности, указывалось отсутствие демократических процедур («граждане недовольны содержанием поправок, однако их все равно внесли»; «наш голос ничего не решает»); основная цель голосования – продлить срок полномочий действующего главы государства, все остальные поправки – лишь видимость заботы о народе и т.д. Около 1/3 опрошенных участие в голосовании принимали. При этом большинство представителей активного электората (проголосовавших) подчеркивали свою информированность о содержании поправок: иными словами, если человек шел голосовать, то представлял, какие изменения предполагается внести в Конституцию. Еще 1/5 молодежи (10,2%), несмотря на работу СМК, оказались не в курсе изменения Основного закона страны. Таким образом, 2/3 молодых людей продемонстрировали пассивно-негативную позицию в данном вопросе: «я не знаю об этом событии, поскольку меня не слишком волнуют общесоциальные процессы; либо я знаю об этом событии, но мой отказ принять в нем участие является своеобразной формой протеста против отсутствия демократии, соблюдения прав и свобод». Настораживает то обстоятельство, что те респонденты, которые выражали оценочное отношение к событию, демонстрировали преимущественно негативную оценку, либо индифферентные позиции («мне все равно»). В разъяснениях и комментариях к ответам не было зафиксировано ни

одного случая положительной оценки внесенным поправкам, изменениям.

Говоря о гендерных различиях в оценках, отметим, что девушки являются более дисциплинированной частью электората. Они чаще (30,0%), нежели юноши (24,9%) принимали участие в голосовании, зная содержание всех поправок. Одновременно юноши несколько чаще (12,8%), нежели девушки (8,7%) фиксировали свою полную неосведомленность о событии.

Что касается проявления возрастных различий, отметим, что в более старших по возрасту группах молодежи отмечается тенденция повышения осознанного участия в голосовании, подкрепленного знаниями о вносимых поправках (27,8% среди 19-21-летних, 31,5% среди 22-25-летних, 39,1% среди 26-30-летних). Интересен и тот факт, что по мере увеличения возраста респондентов и их информированности отмечается ослабление негативизма в оценках события.

В целях проверки предположения, что для существенной части молодежи отказ от знакомства с содержанием поправок и участия в голосовании выступает формой социального протеста, опрошенным было предложено вспомнить и назвать поправки, которые вносились в Конституцию РФ.

Вследствие качественной разнородности, неполноты, обрывочности ответов мы попытались сгруппировать их по направлениям:

*1. Отсутствие ответа, затруднения в ответах, абстрактные негативные определения – 55,7%*

Как видим, более половины опрошенных слабо информированы / не информированы о вносимых поправках. При этом в условиях слабой выраженности когнитивного компонента представлений (знания) отмечается преобладание негативного аффективного компонента (оценки).

*2. Полномочия и деятельность главы государства – 26,1%.*

Данный пул суждений содержал наибольшее количество негативных комментариев, включая личные оскорбления, ссылки на отсутствие демократических процедур, несменяемость власти, а также сожаления по поводу невозможности реализации собственных прав и свобод.

*3. Защита института брака как союза мужчины и женщины; семейные ценности; защита семьи и детства; борьба и ограничение прав ЛГБТ-сообщества – 7,7%.*

Для данной группы суждений характерна, во-первых, неполнота (респонденты, как правило, вспоминали преимущественно о запрете гомосексуальных браков и, тем самым, ограничении прав ЛГБТ-сообщества). Во-вторых, в оценках доминировала акцентуация проблем, а не возможностей.

*4. О единстве, божестве и исторической правде; защита культуры и языка (русского) страны – 7,0%.*

В этих суждениях также, как правило, присутствовала неполнота («и еще зачем-то написали о русском языке»; «Бога внесли в Конституцию»), а также отсутствие понимания некоторых аспектов поправок (об исторической правде, например).

*5. Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; право на социальные гарантии; пенсионное обеспечение; защита человека труда; бесплатное банкротство – 5,6%.*

Для этой группы суждений характерны особенности третьей группы: неполнота и акцентуация проблем (например, говоря о пенсионном обеспечении, респонденты вспоминали только о повышении пенсионного возраста).

Доля упоминаний об иных поправках, вносимых в Конституцию, не превышала 2,0% от общего числа упоминаний.

В целом, помимо ранее обозначенных особенностей восприятия, репрезентации и трансляции информации в молодежной среде (неполнота, разнородность), возникает предположение, что в числе значимых критериев отбора информации в условиях информационной перегруженности для молодежи становится «скандальный» характер сообщений (шок-контент); краткость информационных сообщений и возможность ознакомления с ними «по вертикали»; преобладание аффективного («кто виноват»?) и действенного («что делать»?) компонентов атрибуций над когнитивным. Учитывая, что ведущими каналами коммуникации для современной молодежи выступают интернет-коммуникации, отметим, что к характерным чертам интернета можно отнести анонимность, агрессивность, симуляции и манипулятивные практики, а также соответствие особенностям восприятия информации в молодежной среде (мозаичность мышления, клиповость сознания).

В целях определения отношения молодежи к легальным формам политического участия, респондентам было предложено ответить на вопрос: ***Как Вы объясните то, что часть молодых избирателей не принимает участия в выборах в органы власти?*** (вопрос-меню с поливариантным выбором ответов)

Таблица 3

Варианты ответов	%
Они – люди равнодушные	15,2%
<b><i>Они не верят в возможность что-либо изменить</i></b>	<b>64,2%</b>
Они не разбираются в политике	22,7%
Они просто ленивые	4,4%
Затрудняюсь ответить	17,3%
Они не задумываются об этом	0,1%
Многие молодые избиратели, наоборот, принимали участие в голосовании и высказывались, а вот старшее поколение уже не верит, что что-то изменится	0,1%

В целом ответы и комментарии на данный вопрос выявили корреляцию с комментариями в ответах на вопрос о вносимых поправках в Конституцию. Большинство опрошенных соглашались с тем, что молодежь представляет собой пассивную часть электората (в ходе опроса был выявлен только один респондент, не согласившийся со слабым участием молодежи в политических процессах, в т.ч. выборах). Основной причиной отказа от участия в выборах большинство (64,2%) указывают отсутствие веры в возможность что-либо изменить в обществе. Некоторые опрошенные, в связи с этим прямо называют отказ от участия в выборах формой социального протеста. 22,7% молодых людей соглашались, что не очень хорошо разбираются в политике и, видимо, особого желания разобраться в силу равнодушия, присущего молодежи (15,2%), в ближайшее время не возникнет.

В целом складывается своеобразная ситуация в молодежной среде: молодые люди не слишком информированы и не испытывают особого желания вносить какие-то изменения в привычные способы восприятия, осмысления информации. В представлениях о социально-политической ситуации в современном российском обществе аффективный компонент (оценки) доминирует над когнитивным (знания). Легитимные, массовые инструменты артикуляции собственных интересов и воздействия на власть (выборы) отвергаются в силу признания их бесполезности, собственного равнодушия и некомпетентности. Деятельность традиционных медиа слабо выполняет функции просвещения и пропаганды.

Возможно ли в этих условиях изменение сложившейся ситуации? В этой связи респондентам было предложено ответить на вопрос: ***В 2020 году из-за сложной эпидемиологической ситуации впервые было использовано онлайн-голосование по поправкам в Конституцию. Если в будущем онлайн-голосование при выборах в***

*органы власти будет использоваться, то будет ли молодежь активнее участвовать на выборах?* (вопрос-меню с поливариантным выбором ответов)

Таблица 4

Варианты ответов	%
Активнее, потому что молодежь больше «дружит» с цифровыми технологиями	23,5%
Активнее, потому что так удобнее, можно не ходить на выборы	22,9%
Нет, как и раньше, часть молодых людей все равно останется пассивной	21,8%
Нет, молодежь будет больше опасаться манипуляций с электронным голосованием	18,7%
Затрудняюсь ответить	13,1%

В своих ответах молодые люди разделились на 3 группы. 46,4% согласны с тем, что внедрение новых технологий будет содействовать активному участию молодежи в выборах. 40,5% полагают, что молодежь как не ходила особо, так и не будет ходить на выборы (как вследствие собственной пассивности и равнодушия, так и опасаясь новых технологий манипулирования общественным мнением). 13,1% молодых людей затруднились с ответом.

В целом можно зафиксировать, что около половины молодых людей сегодня занимают пассивную позицию в решении социальных вопросов и намерены занимать ее и впредь. Изменению сложившейся ситуации могут содействовать включение новых каналов коммуникации и активное применение манипулятивных технологий воздействия, о чем свидетельствует, в том числе, активизация протестных действий молодежи в 2020-2021 гг.

В ходе исследования мы также обратились к анализу поведения той части молодежи, которая активно принимает участие в протестных акциях. Прежде всего, нас интересовало, каким образом сами молодые люди объясняют ведущие мотивы своего участия в протестах.

Таблица 5

**«Чем объясняется, на Ваш взгляд, участие молодежи в протестных акциях», в % (множественный выбор ответов)**

Варианты ответа	%
Ухудшением условий жизни	53,5
Подстрекательством со стороны оппозиционных политиков	21,4
Стремлением стать частью Европы	11,6
Влиянием СМИ и интернет-ресурсов	32,3
Стремлением к свободе	52,6
Недостатком патриотизма среди молодежи	10,1

Стремлением к положительным изменениям	51,6
Большинство участвует «за кампанию»	15,4
Для многих это просто форма проявления эмоций	16,4
Считают, что другими методами невозможно влиять на власти	41,1

Прежде всего, более половины опрошенных связывают протестные выступления молодежи с ухудшением условий жизни (53,5%), что подтверждает ранее выдвинутое предположение о том, что неблагоприятное социально-экономическое положение является важнейшей детерминантой социальной напряженности и протеста. В соответствии с этим 51,6% респондентов согласны, что протестные действия способны привести к положительным изменениям. Интересно, что для 52,6% молодых людей протест в его различных формах выступает символом стремления к свободе как качественной характеристике молодого поколения. Полагаем, что в этом случае молодежь использует практики селективного отбора информации в процессе конструирования «жизненного мира» и «повестки дня» наиболее значимых социальных событий. Иными словами, молодежь обращается к тем источникам информации, содержание и тональность которых соответствует их «картине мира», что объясняет, в определенной мере, неэффективность деятельности традиционных СМИ (как это произошло, например, в ходе подготовки к голосованию по поправкам к Конституции).

Негативное отношение существенной части молодежи к сложившейся политической системе, функционированию органов власти и управления обусловило то обстоятельство, что, по мнению 41,1% опрошенных, в настоящее время только протесты являются эффективным способом оказания воздействия на власть.

Вместе с тем некоторые молодые люди признают, что способны становиться объектом воздействия и манипуляций. Так, 32,3% отмечают значимую роль СМИ и интернет-ресурсов в активизации протестных настроений; а 21,4% отмечают факты подстрекательства и провокаций со стороны оппозиционных политиков.

Также пассивная часть молодежи в условиях расширения протестного движения может присоединиться к нему «за компанию» (15,4%), кроме того, протесты любого толка – это возможность проявления юношеского максимализма и выброса эмоций (16,4%).

Таким образом, активизация протестного потенциала молодежи обусловлена целым комплексом факторов, начиная от социально-экономических и политических, заканчивая

психологическими особенностями молодежи как социальной общности и умениями манипулировать этими особенностями, акцентируя негативные стороны жизни общества в информационных сообщениях.

Оценивая роль конструирования «картины жизни» и формирования «повестки дня» посредством информационных сообщений, а также памятуя о том, что основным источником информации для современной молодежи является Интернет, респондентам было предложено ответить на вопрос: **«Какие источники информации в Интернете у Вас вызывают доверие?»**

Таблица 6

**Источники информации и степень доверия к ним, в %**

Источник информации	Не читаю / не смотрю	Полностью доверяю	В основном доверяю	В чем-то доверяю, в чем-то нет	Совсем не доверяю	Затрудняюсь ответить
Газеты, журналы	<b>59,3</b>	4,3	7,3	15,0	11,1	3,0
Радиоканалы	<b>51,6</b>	7,1	8,3	17,8	10,9	4,3
Телевидение	25,9	7,5	10,4	20,0	<b>31,7</b>	4,5
Российские интернет-издания	31,3	6,1	13,7	32,3	11,6	5,0
Социальные сети	<b>12,6</b>	10,0	<b>17,1</b>	<b>45,5</b>	10,5	4,3
Зарубежные Интернет-издания	29,9	7,5	12,4	33,2	9,6	7,4
Блоги	22,8	6,3	15,6	36,2	12,1	7,0
Информация от друзей, знакомых	14,0	8,6	22,8	42,7	6,1	5,8

Результаты опроса показывают, что традиционные медиа (газеты, журналы, радио), даже с переходом в интернет-пространство не являются значимым источником информации для современной молодежи вследствие, в том числе, архаики форматов: не читаем, не слушаем, не воспринимаем как источник значимой и заслуживающей доверия информации.

Особую позицию занимает телевидение, которое, вследствие ряда особенностей (многоканальность воздействия, масштабы распространения, визуализация) привлекает большее количество пользователей, однако, возможно, в силу излишней политизированности, элементов цензурирования, вызывает зачастую негативные эмоции (источник лжи, пропаганды, агитации).



Среди интернет-каналов наибольшее внимание молодежи привлекают социальные сети (адресность контента (паблики, группы по интересам, включая закрытые (удовлетворение чувства онтологической безопасности)), формат сообщений (интернет-слэнг, эмоджи и пр.), горизонтальный характер коммуникаций (лайки, репосты), что содействует повышению их значимости и степени доверия к ним. При этом в комментариях респонденты указывали социальные мессенджеры, вызывающие наибольшее доверие (прежде всего Телеграм как источник независимой информации). В последнее время возрастает значение блогосферы как источника информации в молодежной среде (лидеры мнений). Что касается повышенной сензитивности и благоприятного характера восприятия информации, распространяемой в интернет-среде от друзей и знакомых, на наш взгляд, в этом случае молодых людей привлекает примарный характер коммуникаций с близкими людьми, ближайшим окружением. Приоритет тех или иных каналов интернет-коммуникации, с одной стороны, обуславливает реализацию потребностей молодых людей в информации, которая соответствует формирующейся у них системе ценностей и идеалов, но, с другой стороны, особенности этих информационных каналов благоприятствуют созданию позитивной среды для использования манипулятивных технологий.

Удивительно, что в подавляющем большинстве случаев (62,2%) потребляемая информация, особенно если в ней доминирует аффективная компонента, со слов опрашиваемых, не подвергается проверке, принимается «на веру», не вызывает сомнений или рассматривается как не заслуживающая внимания. Это, на наш взгляд, содействует увеличению численности так называемых «вторичных манипуляторов» в молодежной среде, переводя самих представителей молодежи из категории субъектов в категорию объектов социального воздействия, подвергая сомнению возможность реализации прав и свобод.

В этом отношении весьма показателен факт, что, по мнению 52,6% опрошенных, участвуя в акциях протеста, молодежь стремится к свободе. Действительно, часто протестные движения проходят под лозунгом требования свобод. Однако существует (в том числе среди молодежи) разное понимание свободы. Первое – «свобода *от*...» (от общества, от власти, от совести, от слова, от ограничений и т.п.). Второе – «свобода *для*...» (для изменений в обществе, власти, культуре, здравоохранении). Нам было интересно выяснить, на какое понимание свободы молодежь больше ориентирована: на «свободу от...», или на «свободу для...». Результаты исследования показали, что

только для 1/3 (31,8%) молодежи характерны социоцентрические мотивы стремления к «свободе для...» (для изменений в обществе, власти, культуре, здравоохранении). 1/5 (20,4%) ориентируются просто на свободу, неважно для чего и от чего (но это ведь может быть и свобода убить соседа, чтобы завладеть его имуществом, например). 16,0% опрошенных демонстрируют эгоцентрические мотивы стремления к свободе и проявления нигилизма (свобода от государства, свобода от обязанностей и пр.). Наконец, 31,8% молодых людей затрудняются в определении, что есть свобода или вовсе не задумываются об этом. Таким образом, вызывает сомнение, насколько созидательным оказывается принцип свободы, объединяющий участников протестных выступлений и возможно ли достижение положительных изменений в обществе, когда те, кто ратуют за изменения, не вполне осознают, зачем нужны эти изменения и к каким последствиям они приведут.

Значимым фактором-триггером участия в массовых протестных акциях являются проблемы, касающиеся малой Родины. Так, 50,0% молодежи Башкортостана поддерживают протестующих в защиту шихана Куштау и только 5,4% не поддерживают своих соотечественников в этом вопросе. Таким образом, обострение социальной обстановки на местах может вызывать увеличение протестных настроений и поднимать новую волну протестных выступлений.

**Выводы.** Довольно высокие показатели протестных настроений свидетельствуют о наличии социальной неудовлетворенности среди молодежи. Данные опроса и их анализ свидетельствуют, на наш взгляд, о необходимости усиления молодежной политики в регионе и обеспечения дополнительных возможностей для реализации интересов и прав молодых людей в нашей стране. Такое предвидение позволяет оперативно корректировать молодежную политику с целью снижения уровня социальной напряженности, предотвращения социальных конфликтов и канализировать определенную критическую часть недовольства, сохраняя стабильное функционирование социальной системы в целом.

## ПОСЛЕСЛОВИЕ

---

В настоящей монографии нашли отражение отдельные аспекты идентичностей, ориентаций и поведения поколения Z. Названия и содержание глав, написанных известными учеными – исследователями проблем детства и молодежи, связаны с вопросами цифровизации, с которой ассоциируется феномен поколения Z. Это вопросы и прогнозирования онлайн-пространства в постпандемию, и виртуальной идентичности поколения, и цифровая активность поколения. В ряде глав анализируются особенности ценностных ориентаций, поведенческих установок и идентификационных процессов у поколения Z. В целом, в монографии дается характеристика многообразия идентичностей, ориентаций и поведенческих моделей представителей поколения Z.

Надеемся, что в дальнейшем мы будем продолжать издавать монографии под общим названием «Поколение Z: многообразие идентичностей, ориентаций, поведения», посвященные тем или иным аспектам многообразия (например, по политическим, экономическим, нравственным, этническим, региональным и иным аспектам проблематики).

Приглашаем всех читателей, кто работает в области исследований проблем детства и молодости, к сотрудничеству.

*Коллектив авторов  
монографии «Поколение Z: многообразие идентичностей,  
ориентаций, поведения»*

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Armstrong E.A., Bernstein M. (2008) Culture, Power and Institutions: A Multi-Institutional Politics Approach to Social Movements // Sociological Theory. 2008. Vol. 26, iss. 1.
2. Asadullina G.R., Korovkina N.V., Sadretinova I.V., Shaykhislamov R.B., Hajrullina N.G. Social Character: Issues of Methodology and Research Methods // Amazonia Investiga. 2020. T. 9. №26. С.545.
3. Barr, C. (2016). Who are Generation Z? The latest data on today's teens. WWW document. Available at: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/dec/10/generation-z-latest-datateens>
4. Cilliers, E. J. (2017). The challenge of teaching Generation Z. PEOPLE. International Journal of Social Sciences, 3(1), 188–198.
5. Csobanka, Z.E. (2016). The Z Generation. Acta Technologica Dubnicae, 6(2), 63–76. DOI: 10.1515/atd-2016-0012.
6. Dinah W.B. Gen Z Could Soon Pose Greater HR Challenges / Dinah W.B. SHRM HR Magazine. 2014, July: [http://www.shrm.org/HR magazine](http://www.shrm.org/HR_magazine), April 2014.
7. Ensari, M. (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations. Research Journal of Business and Management, 4(1), 52–62. DOI: 10.17261/Pressacademia. 2017. p.370.
8. Gaisina L.M., Shaykhislamov R.B., Shayakhmetova R.R., Kostyleva E.G., Goremykina L.I., Gainanova E.I. The Essence and Structural Elements of a Healthy Lifestyle of Students // Espacios, 2019, Vol. 40 (№ 21), Page 10.
9. Gaisina, L.M., Kolesnikova, O.I., Medvedeva, A.V., Fayruzova, A.R., Efimenko, E.L., Lopatina, E.V. Russian Energetic Industry Enterprises: Social Orientation of the Information Management // Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. Vol. VIII. № 5(21). pp. 1119-1131.
10. Gorokhova A.E., Gaisina L.M., Gareev E.S., Shutov N.V., Shakirova E.V. Application of coaching Methods at Agricultural and Industrial Enterprises to improve the Quality of young Specialists' Adaptation // Quality - Access to Success, 2018, Vol. 19, No. 164, pp. 103-108.
11. Greenfield, S. (2009). ID: the quest for meaning in the 21st century. Hachette UK.
12. Half, R. (2015). Get Ready for Generation Z. Retrieved from: <https://www.roberthalf.com/workplace-research/get-ready-for-generation-Z>

13. Hardey, M. (2011). Generation C: Content, Creation, Connections and Choice. *International Journal of Market Research*, 53(6), 749–770. DOI: 10.2501/IJMR-53-6-749-770. pp. 750-753
14. Howe, N. & Strauss, W. (1991). *Generations: the history of America's future, 1584 to 2069*. Quill.
15. Howe, N. & Strauss, W. (2009). *Millennials rising: the next great generation*. Knopf Doubleday Publishing Group.
16. Hughes, K. (2017). Forget millennials, Gen Z is the future: 5 things to think about. WWW document. Available at: <http://www.kenhughes.info/generation-z/>
17. Inkeles A. Measuring Social Capital and Its Consequences // *Policy Science*. 2000. Vol. 33. No. 3/4. P. 245–268.
18. Juska A., Woolfson C. (2012) Crime. Policing political protest in Lithuania // *Crime; Law and Social Change*. 2012. Vol. 57, iss. 4. P. 403-424.
19. Lancaster, L.C. & Stillman, D. (2002) When generations collide. Who they are? Why they clash. How to solve the generational puzzle at work. Collins Business
20. Maccoby, M. Toward a Science of Social Character // *International Forum of Psychoanalysis* 11: (33-44), 2002.
21. Mannheim K. The problem of generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge and Kegan Paul, 1952, pp. 276—320
22. McKinsey & Company. Dudek, J. (2017). Oczekiwania osób z generacji Z korzystających z pomocy korepetytorów. A. Lipka, M. Król (Eds.). *Gospodarowanie wielopokoleniowym kapitałem ludzkim*. Warsaw: CeDeWu.;
23. Oblinger, D. & Oblinger, J.L. (2005). *Educating the next generation*. EDUCAUSE.
24. Parry, E., & Urwin, P. (2010). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13, 79–96.
25. Pocztowski, A., Buchelt, B., Pauli, U. (2015). *Business Start-Ups and Youth Self-Employment in Poland: A Policy Literature Review (working papers)*. Brighton: University of Brighton. p.19
26. Postnikova Y. (2018). The Archetype of the Motherland in Modern Political Discourse (Aleksandr Prokhanov vs Dmitry Bykov). *Quaestio Rossica*, Vol. 6. № 4, 1174–1187.
27. Ratliff T.N., Hall L.L. (2014) *Rracting the Art of Dissent. Toward a Typology of Protest Activity in the United States // Humanity & Society*. 2014. Vol. 38, iss. 3. P. 268-294.

28. Reeves, T.C. & Oh, E. 2008. Handbook of research on educational communications and technology. 3d edition. Routledge.
29. Rothman, D. (2016). A tsunami of learners called Generation Z. Retrieved February 16, 2021 from [http://mdle.net/Journal/A\\_Tsunami\\_of\\_Learners\\_Called\\_Generation\\_Z.pdf](http://mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf)
30. Salahuddin, M. M. (2010). Generational differences impact on leadership style and organizational success. Journal of Diversity Management, 5(2), 1–6.
31. Shapovalova, I.S. Economic strategies of Russian youth. / I.S. Shapovalova, A.V. Kisilenko, S.D. Lebedev, S.V. Hashaeva, I.S. Zavodyan // Humanities and Social Sciences Reviews. – 2019. – Т. 7. – № 5. – С. 797-801.
32. Shapovalova, I.S. Self-Preserving Dispositions and Strategies of modern Russian youth. / I.S. Shapovalova, O.N. Polukhin, A.V. Kisilenko, A.P. Peresypkin, L.V. Verzunova // Opcion. – 2019. – Т. 35. – № Special Issue 22. – С. 132-147.
33. Shapovalova, I.S. Youth Communication Strategies: Communication without borders and site traps. / I.S. Shapovalova // В сборнике: Culture and Education: Social Transformations and Multicultural Communication. Proceedings of the Middle-Term Conference RC04 Sociology of Education International Sociological Association (ISA). – Moscow, 2019. – С. 110-117.
34. Shapovalova, I.S. Online education participants: standing together or falling apart? / I.S. Shapovalova // В сборнике: Culture, Personality, Society in the Conditions of Digitalization: Methodology and Experience of Empirical Research. XXIII International Conference named after professor L.N. Kogan. – Yekaterinburg, 2020. – С. 407-415.;
35. Sharon A. DeVaney. Understanding the Millennial Generation / Sharon A. DeVaney // Journal of financial service professionals. – 2015. – Vol. 69. – No. 6. – Pp. 11-14.
36. Sparks & Honey (2015). Generation Z 2025: the final generation. WWW document. Available at: <https://reports.sparksandhoney.com/campaign/generation-z-2025-the-final-generation>
37. Świerkosz-Hołyśz, M. (2016). Pokolenie Z wkracza na rynek pracy. Społeczeństwo i Edukacja, 21(2);
38. Tapscott, D. (1998). Growing up digital: the rise of the net generation. McGraw-Hill.

39. Titov A.V., Titova Zh.G. Self-concept in Historical Prospect // Человек. Искусство. Вселенная. 2015. № 1. С. 13–26.
40. Tulgan, B. (2009). Not Everyone Gets a Trophy: How to Manage Generation Y. San Francisco, California: Jossey-Bass
41. Turk, V. and others (2018) Understanding Generation Alpha. Wired Consulting.
42. Turner, A.R. (2013). Generation Z: Technology's Potential Impact in Social Interest of Contemporary Youth. A Research Paper Presented to The Faculty of the Adler Graduate School, 1–79
43. Vision Critical. 2016. The everything guides to Generation Z. WWW document. Available at: [https://www.visioncritical.com/wpcontent/uploads/2016/10/GenZ\\_Final.pdf](https://www.visioncritical.com/wpcontent/uploads/2016/10/GenZ_Final.pdf)
44. White, J.E. (2017). Meet Generation Z. Grand Rapids, Michigan: Baker Publishing Group.
45. Żarczyńska-Dobiesz, A., Chomątowska, B. (2014). Pokolenie, Z” na rynku pracy – wyzwania dla zarządzania zasobami ludzkimi. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 350, 405–415. DOI: 10.15611/pn.2014.350.36. p.407
46. Абзаева, А.М. Сравнительный анализ жизненного пути поколения миллениалов с поколением хоумлендеров в современном российском обществе. / А. М. Абзаева // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2019. – № 1 (3). – С. 369–375.;
47. Абросимова Е. Е., Филипова А. Г., Ардалянова А. Ю. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ. – СПб.: Астерион, 2019–230 с.
48. Абросимова Е.Е., Филипова А.Г., Ардалянова А.Ю. Videоблогинг глазами детей и взрослых: социологический анализ. – СПб.: Астерион, 2019 – 230 с.
49. Андриянова Е. Л., Чипизубова В. Н. Трудовые и карьерные мотивации современной молодежи Иркутской области // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2021. № 53. С. 177–194. DOI: 10.17223/19988648/53/13.
50. Архипова В. Ю. Современное родительство: влияние технологических посредников // Молодежь XXI века: образ будущего. Материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. Ответственные редакторы Н. Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков. 2019. Издательство: ООО "Скифия-принт" (Санкт-Петербург). С. 507–508.

51. Атаджанов, М. Переходное поколение в современном социуме: от поколения икс к интернет-поколению. / М. Атаджанов // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – 2015. – № 4 (8). – С. 69–73.
52. Багичева Н. В., Чикаева Т. А. «Свиток, на котором отмечены все тайны бытия»: Архетипы Родины-матери в русском менталитете // Филологический класс. – 2017. – №3 (49). – С.34-40.;
53. Багичева Н. В., Чикаева Т. А. «Свиток, на котором отмечены все тайны бытия»: Архетипы Родины-матери в русском менталитете // Филологический класс. – 2017. – №3 (49). – С.34-40.;
54. Бауман З. Текучая современность / Пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
55. Бейлина, Н.С. Особенности социально-психологической адаптации поколения девяностых годов («Z-поколение»). / Н. С. Бейлина, Е.Ю. Двойникова // Мир науки. Педагогика и психология. – 2019. – Т. – 7. – № 3. – С. 28.;
56. Беляева Т.Б. Социально-перцептивные аспекты межпоколенных отношений как фактор психологической безопасности // Психологическая безопасность личности в изменяющемся социуме. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Ярославль, 2018.
57. Березецкая М.И. Особенности современного родительского поведения в условиях информационного общества. Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019; 4: 105–112.
58. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание – М.: Прогресс, 1986.
59. Богданов, С.И. Постматериальные ценности и жизненные ориентации поколения Z: цифровая молодежь в образовательной системе современной России. / С. И. Богданов, К.В. Султанов, А. А. Воскресенский // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2018. – № 187. – С. 24–30.;
60. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / пер. с англ. М.: Издат. дом «Вильямс», 2004. 432 с.
61. Буренина И.В., Гайфуллина М.М., Сайфуллина С.Ф., Бирюкова В.В., Котов Д.В. Управление проектами внедрения технологий «Индустрия 4.0»: монография – Уфа: Издательство УГНТУ, 2019. – 150 с.



62. Быков А. В., Настина Е. А. Взаимосвязи ценностных установок и карьерных достижений (по данным исследования молодежи) // Социологические исследования. 2020. № 8. С. 67–77;
63. Вебер М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
64. Власов Петр. Культура с кулаками. Герои нашего времени. Культура № 3 (8187) от 25 марта 2021. С.32
65. Власова, О. И. Социологический анализ поколений: научное наследие и современное состояние / О. И. Власова // Вопросы управления. – 2013. – № 3(24). – С. 82–89.
66. Выпряхкина, И.Б. Применение теории поколений для повышения эффективности коммуникаций между преподавателем поколения X и обучающимися-миллениалами. / И.Б. Выпряхкина, Н.Я. Головецкий, Д. Е. Немков // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – № 2. – С. 13;
67. Гайфуллин А.Ю. Ценностные ориентации современной молодежи: социологический анализ // Alma mater (Вестник высшей школы). 2018. № 2. С. 30–33.
68. Галушина Н.С. Механизмы формирования идентичности в социальных движениях: на материале русскоязычного Интернета // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2018. – № 8 (41). – С. 134–154.;
69. Гальченко А. С. Методологические проблемы исследования гражданской идентичности как психологического феномена // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2018. – Т. 4. № 4. – С. 107–118.;
70. Гелих О.Я., Левицкая А. Н., Покровская Н. Н. Социологический анализ социальных установок профессионального и карьерного роста в контексте цифровой экономики и общества знаний // Социология и право. 2020. № 3 (49). С. 12–24. DOI: 10.35854/2219–6242-2020-3-12-24.
71. Глотов М.Б. Поколение как категория социологии / М.Б.Глотов // Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 42–48.
72. Гудков Л., Зоркая Н., Кочергина Е., Пипия К., Рысева А. «Поколение Z»: Молодежь времени путинского правления // Вестник общественного мнения. 2020. № 1–2 (130). С. 21–122.
73. Данилов А. Н., Грищенко Ж. М., Щелкова Т.В. Поколение Z: раскол традиций или перекодировка культуры // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. 2017. № 1. С.117
74. Даффлон, Д. Молодежь России. Портрет поколения на переломе. / Д. Даффлон // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. –2008. – № 5 (97). – С. 19–35.;

75. Дейниченко П. XXI век. История не кончается. – М.: ОЛМА Пресс, 2000. – 350 с.
76. Дементьева И.М. (2013) Изучение протестной активности населения в зарубежной и отечественной науке // Проблемы развития территории. 2013. № 4(66). С. 83-94.;
77. Джемс У. Психология / Под ред. Л. А. Петровской. – М.: Педагогика, 1991.—368 с.
78. Дмитриева, Н.В. Поколение Z как новое поколение работников. / Н. В. Дмитриева // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 1–1 (66). – С. 760–763.
79. Дробышева, Т.В. Образ своего поколения в представлениях разных групп россиян (на примере поколений «Беби-бумеров», «X» и «Миллениум»). // Т. В. Дробышева, М. Ю. Войтенко, М. М. Дробышева // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2019. – № 3 (51). – С. 220–230.;
80. Захарова, В. А. Студенты поколения Z: реальность и будущее / В. А. Захарова // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2019. – № 4. – С. 52–53.
81. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека: [Пер. с нем.]. – М.: Наука, 1994. – 442 с.
82. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Отношение молодежи к образованию как фактор повышения эффективности подготовки высококвалифицированных кадров // Социологические исследования. 2012. №8 (340). С. 103-111.
83. Иванова Т. Н., Абрякова М. А. Социальный характер личности в условиях современности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 38. – С. 75–79. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56877.htm>.;
84. Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / Отв. ред. И. С. Семененко / ИМЭМО РАН. М.: Издательство «Весь Мир», 2017. 992 с.
85. Инкельс А. Национальный характер – URL: [http://national-mentalities.ru/history/istoriya/inkels\\_a\\_nacionalnyj\\_harakter3/](http://national-mentalities.ru/history/istoriya/inkels_a_nacionalnyj_harakter3/);
86. Ионин Л. Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна к информационному обществу. – М., 2007. – С. 236–237.
87. Козлова Ю.В. Городская идентичность в эпоху цифровизации и посттруда // Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. - №5. – с. 41-44.

88. Кох И. А., Алексеева Л. А. Профессионально-ценностные ориентации студенческой молодёжи на примере исследования приоритетов в структуре терминальных и инструментальных жизненных ценностей студентов // Вопросы управления. 2018. №4 (53). С. 113–118.
89. Краснов А.Ю. Престиж профессии и современные трудовые предпочтения россиян // Общество: социология, психология, педагогика. 2018. №9. DOI:10.24158/spp.2018.9.5.
90. Кули Ч. Человеческая природа и социальный порядок. Пер. с англ. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с.
91. Лapidус, Л.В. Особенности проникновения цифровых технологий в жизнь поколения Z: ценности, поведенческие паттерны и потребительские привычки интернет-поколения. / Л.В. Лapidус, А.О. Гостилов, Ш. А. Омарова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2020. – № 83. – С. 271–293.;
92. Ларионова И. В., Максимова О. А. Формирование идентичности молодого поколения в контексте влияния информационно-сетевых технологий // Вестник экономики, права и социологии. – 2017. – № 4. – С. 275.
93. Лебон Г. (1991) Мнения и верования толпы // Философская и социологическая мысль. 1991. № 6. С. 119–152.;
94. Левада Ю.А. Поколение XX века: возможности исследования//Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2001. № 5(55). С.41-44
95. Лекторский В.А. Человек и культура. СПб.: СПбГУП, 2018. С.619-621
96. Леонов Л. М. Из дневников. Собр. соч.: в 6т. – Т.4. – М., 2013. С.643-644
97. Лисаускене М. В. Молодые сибиряки: жизненные ценности и модели поведения «поколения Z» (опыт исследований молодежи Иркутской области в 1991, 2013, 2018 гг.) / М. В. Лисаускене // Siberian Socium. – 2019. – Том 3. – № 1. – С. 46–60. С.48
98. Максимова, О. А. "Цифровое" поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О. А. Максимова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22(313). – С. 6–10.
99. Максимова, О. А. "Цифровое" поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О. А. Максимова // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22(313). С. 6-10.

100. Маленков В. В., Фарахутдинов Ш.Ф. Будущее России в представлениях постсоветской молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2019. Т. 12, № 3 С.107 – 118.;
101. Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состоятельность – экономические амбиции. М.: ИНИОН, 2000. 164 с. С.37-40
102. Мангейм К. Проблема поколений // Новое литературное обозрение, 1998. № 2 (30). С.17
103. Миронов В. В. Современные трансформации в культуре. СПб.: СПбГУП, 2011. С.89-90
104. Миронов В.В. Метафизика не умирает: избранные статьи, выступления и интервью. Москва: РГ-Пресс. 2020. С.142
105. Мифы о «поколении Z». Н. В. Богачева, Е. В. Сивак. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. М.: НИУ ВШЭ, 2019. С.64
106. Муха, В. Н. Идентичность поколений: конфликтный потенциал / В. Н. Муха, К. А. Чернявская // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2021. – № 1. – С. 46-47.
107. Нечаев, В. Д. "Цифровое поколение": психолого-педагогическое исследование проблемы / В. Д. Нечаев, Е. Е. Дурнева // Педагогика. – 2016. – № 1. – С. 42–44.
108. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды: пер. с исп. / Сост., предисл. и общ. ред. А.М. Руткевича. – М.: Весь Мир, 1997. – 704 с.
109. Палагута В.И. Поколение Y и поколение X — кто они и в чем разница / В.И. Палагута, С.И. Сороковой // Научные исследования студентов в решении актуальных проблем АПК. Материалы региональной научно-практической конференции. – Иркутск, 2017. – С. 551–556.;
110. Парахонская, Г. А. Поколенное исследование в социологии и социальной психологии / Г. А. Парахонская // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Педагогика и психология. – 2014. – № 2. – С. 7–15.
111. Плешаков В. А. Теория киберсоциализации человека: Монография / Под ред. А.В. Мудрика. М.: "HomoCiberus", 2011
112. Подстрахова А.В. Поколение "цифрового века": жизненные ориентиры и образовательные ценности // Современные научные исследования и разработки. 2018. Т. 2. № 11 (28). С. 564-567;
113. Поколение Z: проблемы, возможности, перспективы на рынке труда / Е. В. Яшкова, Д.Ю.Вагин, Е.А.Анфимова, В.В.Маланова //

- Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – №7 (33). – Т. 2. – С. 256–261. С.256.
114. Полянская Е.Н. Карьерные ориентации современной российской молодежи // Современные проблемы науки и образования. 2014. №2.
115. Померанцева, Н. Почему студенты и преподаватели невзлюбили дистанционное обучение // Ведомости. 28 мая. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2020/05/28/831354-distantionnoe-obuchenie>
116. Попова О. В. Матрица государственной идентичности в эпоху постправды // Время больших перемен: политика и политики: материалы Всероссийской научной конференции РАПН. Российский университет дружбы народов; под редакцией О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. – 2017. – С. 291–292.;
117. Пэлфри, Дж. Дети цифровой эры /Дж. Пэлфри, У. Гассер. М., 2011. 368 с. С.11
118. Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В.В. Радаев // Социологические исследования. – 2018. № 3. – С. 15-33. С.18
119. Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Изд. дом Высшей школы, экономики. 2019. С.161.
120. Рисмен Д. Некоторые типы характера и общество // Социологические исследования. 1993. № 3. С. 121–129; №5. С.144–151.
121. Россия и Современность: Проблемы совмещения: Опыт рационального осмысления / П.Л. Крупкин. М.: Флинта: Наука, 2010. с.568. С.122
122. Румянцева Т. В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре – СПб.; Речь, 2006. – 176 с.
123. Самаркина, И. В. Локальная идентичность городской молодежи: основные компоненты и место в системе социальных идентичностей (на материалах эмпирического исследования городской молодежи Краснодарского края) / И. В. Самаркина, И. С. Башмаков // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2021. – Т. 23. – № 1. – С. 161–162.
124. Сапа, А.В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС. / А.В. Сапа // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2014. – № 2. – С. 24–30.;

125. Селезнева А. В., Шестопал Е.Б. Социокультурные угрозы и риски в современной России // Социологические исследования. – 2018. – №10 (414). – С.90-99.;
126. Семенова В. В. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии / В.В.Семенова // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. – М.: НЛО, 2005. – 328 с. С. 88–89. С.81, 83
127. Сикорский, Б.Ф. Национальный и социальный характер в жизни общества и человека: Ст. разных лет / Б. Ф. Сикорский; Междунар. акад. информатизации. Отд-ние "Философия информ. цивилизации". - М., 2002. – 83с.;
128. Смирнова Е.А. Трансформация карьерных и профориентационных установок обучающихся: социологическое исследование // Современные научные исследования и разработки. 2017. Т. 2. № 1 (9). С. 460-463.
129. Солдатова Г. У., Рассказова Е.И. Безопасность подростков и Интернете: риски, совладание и родительская медиация // Национальный психологический журнал № 3 (15). 2014. С.36-48. С.44
130. Солдатова Г. У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А. Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. М.: Смысл, 2017. С.91-92
131. Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. – М.: Фонд Развития Интернет. 2013. 144 с.
132. Соловьева, Л. Н. Цифровая идентичность как новый вид идентичности человека информационной эпохи / Л. Н. Соловьева // Общество: философия, история, культура. – 2018. – № 12(56). – С. 40–43.
133. Сологубова, Г. С. Составляющие цифровой трансформации: монография / Г. С. Сологубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 147 с. С.13-14
134. Социология молодежи / Под ред. Р.В.Ленькова. – М.: Издательство Брайт, 2015. – 416 с. С.164
135. Стёпин В.С. XXI век – радикальная трансформация типа цивилизационного развития. Доклад на XVII Лихачёвских чтениях. – СПбГУП, Санкт-Петербург, май 2017 [Электронный ресурс]–  
Режим

доступа:[http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2017/dokladi/StepinVS\\_plen\\_rus\\_izd.pdf](http://www.lihachev.ru/pic/site/files/lihcht/2017/dokladi/StepinVS_plen_rus_izd.pdf).

136. Стёпин В.С. Человек. Деятельность. Культура. СПб.: СПбГУП, 2019. С.725-726
137. Стёпин В.С. Эпоха перемен и сценарии будущего. Избранная социально-философская публицистика. М., Институт философии РАН, 1996. С.8
138. Стиллман Д. Поколение Z на работе. Как его понять и найти общий язык / Д.Стиллман. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 272 с. С.21-23
139. Страусс А. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / А. Уэбстер, Дж. Корбин. Пер. с англ. Т.С. Васильевой – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – С. 53.
140. Тапскотт, Дж. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все / Дж. Тапскотт, Э. Уильямс. М., 2009. 392 с. С.72
141. Тард Г. (1999) Общественное мнение и толпа. М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП+», 1999. 414 с.
142. Титов В. В. Национально-государственная идентичность как пространство политических смыслов и образов // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – №1. – С.42-54.;
143. Толкач А.А. Социальный характер современной студенческой молодежи в контексте психологии поколений // Научные труды Республиканского института высшей школы. Минск, 2018. № 18–3. С. 79-86.;
144. Тощенко Ж.Т. Социология жизни. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. С.179
145. Тромпенаарс Ф. 100 ключевых моделей и концепций управления / Ф. Тромпенаарс, П.Х. Куберг. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 640 с. С.14
146. Тучина О. Р., Бурлаченко Л.С. Глобальная и национальная идентичность молодежи в контексте представлений о будущем // Электронный сетевой политематический журнал "Научные труды КубГТУ". – 2020. – № 3. – С. 520–526.;
147. Тучина О.Р. Карьерные ориентации молодежи в контексте представлений о будущем // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. Т. 21. № 3. С. 125–137. DOI: 10.31429/26190567-21-3-125-137.
148. Ушенков Е. Е. Установки современной молодежи на инновационную деятельность: по материалам социологических

- исследований // Социология. 2021. №7 (3). С. 80–88. DOI:10.32603/2412–8562-2021-7-3-80-88.
149. Фромм Э. Психоанализ и религия; Искусство любить; Иметь или быть? Пер. с англ. - Киев: Ника-Центр, 1998. – 400 с.;
150. Фромм Э. Бегство от свободы; Человек для себя: [пер. с англ.] / Эрих Фромм. - М.: АСТ, 2004. - 571 с.;
151. Фромм Э. Здоровое общество. М.: АСТ, Астрель, 2011. – 446 с.
152. Харари Ю.Н. 21 урок для XXI века. М.: Синдбад, 2019. С.323
153. Ценностный мир современного человека: Беларусь в проекте «Исследование европейских ценностей» / Под ред. Д.М. Булышко, А. Н. Данилова, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2009;
154. Ценностный мир современного человека: Беларусь и ее соседи в международных проектах по изучению ценностей /Под ред. Д.М. Булышко, А. Н. Данилова, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2013;
155. Ценностный мир современного человека: проект «Исследование европейских ценностей», волна-2018 / Под ред. Д.М. Булышко, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2019.
156. Ценностный мир современного человека: страны Восточного партнерства, Европейский союз и Россия в международных проектах по изучению ценностей / Под ред. Д.М. Булышко, А. Н. Данилова, В.В. Правдивца, Д.Г. Ротмана. Минск: БГУ. 2016;
157. Цэцэгмаа Ц., Энхбаяр Ч., Алтанчимэг З. Отношение к труду и форма занятости поколений X, Y, Z: сходства и различия // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 5 (83). Часть 2. С. 6-10. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2019.83.5.028>.
158. Шайхисламов Р.Б. Социокультурная система и личность (теоретико-методологический анализ). М.: Социально-гуманитарные знания, 2005. - 176 с.
159. Шайхисламов Р.Б., Асадуллина Г.Р., Коровкина Н.В., Садретдинова Э. В. Социальный характер: вопросы методологии и методов исследования // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2019. № 5 (62). - С. 233-244.;
160. Шайхисламов, Р. Б. Родина в «Мы-концепции» молодого поколения. / Р.Б. Шайхисламов // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2021. – № 2. – С. 116–130.;
161. Шайхисламов, Р.Б. Социальный характер подростков как ключевой аспект изучения «поколения Z». / Р.Б. Шайхисламов // В сборнике: Поколение Z: социальный характер, идентичность и ориентации современных подростков, сборник статей



- Всероссийской научной конференции с международным участием. – Уфа, 2019. – С. 228–232.;
162. Шаповалова, И. С. Духовно-нравственные выборы в жизненных стратегиях молодежи: опыт социологического исследования. / И.С. Шаповалова, А.В. Кисиленко // Среднерусский вестник общественных наук. – 2018. – Т. 13. – № 6. – С. 14-28.
163. Шаповалова, И. С. Общие тренды и уникальные социализационные траектории региональной молодежи (монография). / И. С. Шаповалова, А. В. Кисиленко, И. С. Заводян. – Белгород: ООО «ЭПИЦЕНТР», 2020. – 254 с.;
164. Шаповалова, И. С. Онлайн перспектива в образовательных траекториях молодежи. / И.С. Шаповалова, Ю.Ю. Генкин (Филонова) // Научный результат. Социология и управление. – 2019. – Т. 5. – № 4. – С. 91-102.
165. Шаповалова, И. С. Самосохранительное поведение молодежи: и жили они долго и счастливо? / И.С. Шаповалова // В сборнике: XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Под общей редакцией Ю.Р. Вишневого, М.В. Певной. – Екатеринбург, 2020. – С. 181-188.;
166. Шаповалова, И. С. Социальный портрет молодежи в общероссийском и региональном контексте. / И. С. Шаповалова, А.В. Кисиленко // В сборнике: Социология государственного и муниципального управления. Социологический альманах: Материалы X Орловских социологических чтений. – Орел, 2019. – С. 235–240.
167. Швецова, М.Н. Образ семьи в представлениях поколения детей и родителей (поколения Y и Z). / М. Н. Швецова, М.Р. Собченко // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. – 2018. – № 2. – С. 36–41.;
168. Шевченко Н. А. К вопросу о структуре Мы-концепции личности и группы // Социальная психология: вопросы теории и практики. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием памяти М. Ю. Кондратьева – М., 2020. – С.553-556.;
169. Шуман Г., Скотт Ж. Коллективная память поколений // Социологические исследования. 1992. № 2. С. 47–60
170. Шурбе, В.З. Поколение хай-тек и «новый конфликт» поколений / В.З. Шурбе // Социологические исследования. – 2013. – № 4 (348). – С. 100–106.;

171. Щеглова С. Н. Права детей и дети о правах (социологический анализ. М. Социум. 1998. 87с.;
172. Колосова Е. А. Потребительская социализация детей и подростков: возрастные особенности // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2017. № 2 (8). С. 74–79.
173. Щербакова, Д. В. Дистанционные технологии преподавания в ВУЗе / Организация работы с молодежью в информационном обществе: матер. междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург, 19–21 ноября 2020 г. / под ред. Г. В. Ковалевой. — СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД», 2020. – с. 505-509
174. Ядов В.А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. – СПб. 2006. С.76
175. Ядова М. А. Молодежь в условиях пандемии COVID-19: возрастные преимущества и ограничения / М. А. Ядова // Siberian Socium. 2021. Том 5. № 2 (16). С. 20-28.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Асадуллина Гузелия Рауфовна** – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и работы с молодежью, старший научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Бесчасная Альбина Ахметовна** – доктор социологических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы, г.Санкт-Петербург

**Гайсина Люция Мугтабаровна** – доктор социологических наук, профессор кафедры социальных и политических коммуникаций Уфимского государственного нефтяного технического университета, ведущий научный сотрудник Башкирского государственного университета, г. Уфа

**Гайфуллин Андрей Юрьевич** - кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и работы с молодежью Башкирского государственного университета, г. Уфа

**Данилов Александр Николаевич** - доктор социологических наук, член-корреспондент Национальной академии наук Беларуси, профессор, заведующий кафедрой социологии факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета, Минск, Республика Беларусь

**Ефлова Мария Юрьевна** - доктор социологических наук, профессор кафедры общей и этнической социологии Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань

**Заводян Ирина Сергеевна** - старший преподаватель кафедры социологии и работы с молодежью Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород

**Козлова Юлия Владиславовна** - кандидат психологических наук, доцент, старший научный сотрудник лаборатории «Социально-гуманитарные исследования» Нижегородского государственного лингвистического университета, г. Нижний Новгород

**Колосова Елена Андреевна** – кандидат социологических наук, доцент социологического факультета Российского государственного гуманитарного университета, г. Москва

**Коровкина Наталья Владимировна** – старший преподаватель кафедры социологии и работы с молодежью, научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Майорова-Щеглова Светлана Николаевна** - доктор социологических наук, профессор факультета социальной коммуникации Московского государственного психолого-педагогического университета, г. Москва

**Максимова Ольга Александровна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и этнической социологии Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань; старший научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Озерова Карина Адгамовна** - кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и этнической социологии Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Казань; старший научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Садыкова Регина Римовна** - аспирант кафедры социологии и работы с молодежью, научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Садретдинова Эвеллина Винеровна** - кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и работы с молодежью, старший научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Шайхисламов Рафаэль Бадретдинович** – доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и работы с молодежью, главный научный сотрудник Башкирского государственного университета, г.Уфа

**Шапвалова Инна Сергеевна** - доктор социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социологии и работы с молодежью Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород

**Щербакова Дарья Васильевна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург.

*Научное издание*

**ПОКОЛЕНИЕ Z:  
МНОГООБРАЗИЕ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ,  
ОРИЕНТАЦИЙ, ПОВЕДЕНИЯ**

**Коллективная монография**

*Под общей редакцией  
доктора социологических наук, профессора  
Шайхисламова Рафаэля Бадретдиновича*

*За достоверность информации, изложенной в монографии,  
ответственность несут авторы*

*Лицензия на издательскую деятельность  
ЛР № 021319 от 05.01.99 г.*

Подписано в печать 30.12.2021 г. Формат 60х84/16.  
Усл. печ. л. 13,11. Уч.-изд. л. 13,68.  
Тираж 500 экз. (1-й завод 28 экз.). Изд. № 156. Заказ 496.

*Редакционно-издательский центр  
Башкирского государственного университета  
450076, РБ, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*

*Отпечатано на множительном участке  
Башкирского государственного университета  
450076, РБ, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.*