

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет педагогики, психологии и
социальных наук

Кафедра «Методология науки,
социальных теорий и технологий»

Направление подготовки 39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки: Социология социальной сферы

Форма обучения: очная

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Социально-культурные характеристики поколения “Z”»

Студент

*Дудина Юлия
Александровна*

Руководитель

Очкина А.В.

Нормоконтролёр

Очкина А.В.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Очкина А.В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

_____ Синев Е.Н.

подпись

Пенза 2020

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Поколение как социальный феномен.....	7
1.1.История России в поколениях.....	7
1.2. От поколения фронтовиков до поколения без будущего.....	13
1.3. Цифровая культура поколение Z.....	18
Глава 2. Сравнительный анализ социально-культурных характеристик поколений.....	25
2.1. Взгляды и ценности представителей молодого поколения(по результатам анкетного опроса)	25
2.2. Взгляды и ценности представителей других поколений (по результатам интервью).....	35
2.3. Образ «Поколения Z» в Интернет-пространстве	46
Заключение	55
Список литературы.....	58
Приложения.....	63

Введение

На данный момент российская общественность претерпевает ряд сильнейших изменений во многих сферах жизни, которые значимо отразились как на идеологии, так и на социально-культурных аспектах формирования личности. В условиях экономической и геополитической непостоянности группой, наиболее подверженной изменениям, становятся молодые люди – особая социальная общность, находящаяся в стадии формирования и становления структуры ценностей, взглядов, интересов, а также выбора профессионального и жизненного пути, что во многом определяет будущее общества. Нынешней молодежи, первому поколению постсоветского времени, предстоит решить множество задач в самых различных областях и сферах, именно от них будет зависеть то, как будет развиваться страна, что достанется потомкам.

В последнее время всё большую популярность набирает теория поколений Штрауса и Хоува. Теория описывает сменяющие друг друга поколенческие циклы, повторяющиеся каждые четыре поколения. Временной промежуток, в который рождаются представители одного поколения, составляет примерно 20 лет, длительность такого цикла – 80–90 лет. По окончании цикла начинается повторение: пятая генерация обладает ценностями, схожими с первой. Дети, рожденные на стыке генераций, испытывают влияние двух групп ценностей и образуют так называемое переходное или эхопоколение. Поколения нового цикла повторяют характерные особенности соответствующих поколений предыдущего, в связи с чем, смену поколений сопоставили с сезонностью природы и выделили четыре основных типа: «осень»-«Герои»– деятельные, уверенные в себе борцы, не столько создающие новые ценности, сколько отстаивающие существующие; «зима» «Приспособленцы» неуверенные, одинокие, лишённые внутреннего «стержня», предпочитающие приспосабливаются к существующей системе; «весна» «Идеалисты» – революционеры, оптимисты,

создающие новое светлое будущее; «лето» «Реакционеры» непостоянные, циничные, разочарованные реалиях выстроенной системы, отвергающие моральные ценности.

Сейчас в России живут и действуют представители следующих поколений:

- Поколение GI (1900–1923 г.р.), фактически уходящее, увы, поколение;
- молчаливое поколение (1924–1943 г.р.);
- поколение Беби-Бумеров (1944–1963 г.р.);
- Поколение X (1964–1984 г.р.)
- Поколение Миллениум или Y (1985–2000 г.р.)
- Поколение Z (с 2001 г.р.)

В упомянутой теории представителей молодого поколения обозначают, как «поколение Z». Социологи по-разному определяют возраст данной категории. Многие считают, что это те, кто родился не ранее 2005 года, другие относят к поколению «Z» молодых людей 1995 — 2010 годов рождения.

Независимо от определения возрастных границ, нельзя не признать, что на сегодняшний день данное поколение определяет будущее любого общества, а значит, внимание к его изучению более чем оправдано. Крайне актуальным является изучение ценностных ориентаций, жизненных приоритетов, профессиональных предпочтений современного молодого поколения. Социокультурные ценности выполняют роль культурных стандартов, общественных нормативов, отталкиваясь от которых люди определяют благо, добродетель и красоту, а значит от них зависят дальнейшее развитие событий.

Помимо общей социальной сущности каждого человека, нельзя забывать об индивидуальных особенностях и чертах, выделяющих его из всего сообщества. Именно так обозначается индивидуальность, представляющая собой совокупность социальных и природных качеств, отличающих каждого конкретного человека от других представителей общества. В данном исследовании важно найти и выделить те качества, которые отличают

представителей рассматриваемого поколения Z от представителей других поколений.

Целью бакалаврской работы является выявление основных социально-культурных характеристик представителей поколения Z.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- 1) Выявить социально-культурные черты представителей поколения Z.
- 2) Определить исторические события, сыгравшие наибольшую роль в самоидентификации представителей поколения Z.
- 3) Охарактеризовать факторы, в наибольшей степени повлиявшие на формирование индивидуальности представителей поколения Z.
- 4) Оценить основные различия во взглядах представителей молодого и более старших поколений.
- 5) Выявить и проанализировать образ молодого поколения в сознании российского общества, образцах массовой культуры и в СМИ.

Объектом исследования данной работы являются представители поколения Z, а именно молодёжь в возрасте от 16 до 24 лет. В качестве предмета выступают характерные социально-культурные черты представителей поколения Z.

Гипотезы исследования:

1. Молодые люди идентифицируют себя как представителей одного поколения, к которому они относят людей не старше 25 лет.
2. Современная молодёжь не прислушивается к мнению старших родственников, редко советуется с ними, так как привыкли принимать решения самостоятельно.
3. Главным историческим событием, с помощью которого молодые люди определяют свою поколенческую общность, является появление и широкое использование социальных сетей.
4. Большинство представителей поколения Z считают себя более решительными, чем их родители, склонными к инфантилизму, (т.е.

проявляющими детские качества во взрослой жизни), зачастую путают реальный и виртуальный мир.

5. Образ молодого поколения в интернет-статьях и рейтинговых информационных источниках, в основном, негативный. Много говорится о том, что молодое поколение мало читает книг, слишком зависимы от социальных сетей, не имеют твёрдых ценностных ориентиров.

В работе были использованы следующие методы исследования: анализ научной литературы по теме исследования, обобщение, сравнение, анкетный опрос, полуструктурированное интервью и качественный анализ документов, в том числе и контент-анализ.

Работа состоит из двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Глава 1. Поколение как социальный феномен

1.1. История России в поколениях

Значительный вклад в изучение российской теории поколений внёс Теодор Шанин (30.10.30-04.02.20). Он является одним из важнейших представителей социологического знания в России конца 80-х годов прошлого века, Т. Шанин занимался вопросами исследования крестьянства, «третьего мира», являлся автором множества научных работ и публикаций. В 90-х и 00-х принимал участие в реорганизации общественных наук в России.

Обращаясь к теме изучения поколений, учёный прежде всего акцентирует внимание на то, какими временными отрезками принято изучать историю, поскольку чаще всего это представлено в столетиях. Подобная нарезка определяет, что конкретно затрагивается, а также характер этих явлений. При этом, зачастую «отбрасываются» в сторону одна часть проблематики, а во внимание берутся другие ключевые моменты.

Если выделять из общей истории определённый век, существует риск упустить из виду причинно-следственную связь, а значит необходимо рассматривать определённый период «в обе стороны» и получить истинную картину причинности. Т. Шанин считал, что подобные срезы, используемые в виде понятий, в большой степени определяют то, что будет происходить далее. А значит, история -это определённая совокупность факторов и то, какими глазами мы её видим, зависит от принятой нами концепции её видения. В этом плане между отечественными историками и философами долгое время не утихал спор, надо ли применять классовый анализ или достаточно ограничиться цивилизационным.

Социолог же предлагает рассматривать исторический процесс с иной концепции, а именно сквозь поколенческую призму, поскольку первоначально именно такой вариант был признан тысячелетиями- примером автор ставит Библию, в которой описано поимённо, то, как становился человеческий род, а значит и история.

Другим примером могут служить легенды, так как структура их построена на передвижение от одного человека к другому, от правителя к правителю, от одного представителя поколения к другому и так далее.

Одной из первых попыток создать структуру системного понимания истории связано с именем Ибн Халдуна, арабского философа и историка, разработавшего циклическую картину истории. Он описывал следующий цикл, который, по его мнению, обязательно действовал и существовал: дикие племена атакуют богатые районы, занимают их, создают новые королевства. После чего наступает обогащение, результатом которого становится дегенерация и новые дикие племена идут в атаку. Эта идея также, конечно, построена на поколениях.

Таким образом, этот пример стал одним из первых исторических циклов, основанных на идее смены поколений. Примерами подобного образа мышления можно назвать знаменитых философов и учёных нашего времени, а именно XVIII-XIX веков. Активно употребляли понятия поколений И. Кант и Дж. С. Милль, и если обращаться к их трудам, можно увидеть много общего в их способе мышления.

В конце XVIII - начале XIX века поколенческая теория развивается по двум основным направлениям. С точки зрения демографической науки поколения рассматривались как цикл длиной от 15 до 30 лет, так как именно за этот период человек взрослеет, обретает профессию (занятие) и создаёт собственную семью. Взросление новых поколений приводит к смене исторических акторов и, следовательно, характеристик исторических процессов.

Тогда же происходили первые попытки понять, за какой промежуток времени эти исторические изменения происходят. Второе направление центром исследований поколений сделало понятие «социальный опыт». Одним из представителей развития современной исторической социологии можно назвать немецкого философа Мангейма, который определил поколения, как круг людей, гуманизированных общим опытом. Он исходил из

позиции, что людей в большой степени сближает схожий опыт, и близость эта проявляется не во всём, но и её достаточно для выделения групп по общему опыту. Он и будет определять их характер, схожее понимание действительности, жизненный подход и так далее. Именно в этом проявляется связь истории и поколения, влияющего на неё.

Таким образом, чтобы понять, как и куда движется история, необходимо определить, что влияло на людей определённого периода, какие происходили события и как они определяли мышление прошедших через это людей. В качестве примера можно привести любое поколение войны или кризиса, отразившегося на памяти и на жизненном укладе людей, после которого они будут особенно подходить к решению жизненных задач. Это способ понять, как трансформировалась действительность, а под её влиянием и люди, их мышление, в чём различие между разными группами людей, родившихся в разные периоды. Раскрыть причинность этого можно через те события, под влиянием которых происходила молодость этих людей. Для определения, зачастую, не нужно рассматривать всю жизнь человека, достаточно лишь изучить особенно значимый период, как правило от пятнадцати до тридцати лет. Так как в более зрелом возрасте мышление уже не настолько гибкое и влияние внешних изменений на разум ослабевает. Поэтому, поняв и рассмотрев, то, что происходило в этот период в жизни человека, мы можем определить, что объединяете представителей одного поколения.

Представители социологической школы Мангейма также обращали своё внимание к изучению проблематики поколений. Её представители продолжили упомянутую выше линию мышления и обращали особое внимание на то, как совокупность условий определяет дух поколения, всех или большинства людей, принадлежавших одной группе, прошедших одни и те же процессы, добавив к этому вопрос поколенческих союзов. Мангейм определял особые элиты в каждой из таких групп, которые особенно резко и точно выражают то, через что данное поколение прошло; то, как это поколение осознало себя и действительность.

В тот же период схожие мысли, но на другой философской основе, развивала группа испанских экзистенциалистов, представителем которых являлся Ортега-и-Гассет. Главной мыслью его было то, что человек сам создает себя и свою действительность, а не сами по себе объективные условия; подчеркивал он и то, что происходит это через поколенческие структуры. Учёный считал - это происходит примерно каждые пятнадцать лет, и процесс может быть ускорен в свете неких драматичных событий.

На базе этих аналитических и теоретических предпосылок в течение последних десяти лет осуществлялась серьёзная эмпирическая работа по изучению такого явления, как «коллективная память». Американскими учёными была предпринята попытка определить, насколько верны предположения Манхейма или Ортеги. Выяснить, действительно ли существует особая память серьёзных событий, как происходит процесс мышления людей категориями и как это взаимосвязано с произошедшими событиями.

Данные исследования показали, что люди, имеющие схожую историю жизни, имеют и схожие взгляды, не связанные только с другими их характеристиками, такими, как принадлежность к определенным социальным классам, или цивилизациям. Это подтверждает тот факт, что базовая общность рождения в определенный период, и прохождения через схожие этапы создает определённое единение, близость мышления и понимания.

Первое упоминание социологического исследования поколений в отечественной социологии появилось в январе 1961 года в опросах «Лицо поколения» Б. А. Грушина [6]. По наблюдениям Т. Шанина одной из особенностей рассматриваемого общества является преимущественно художественное осознание интеллигенций логики и сущности социальных процессов. В этом учёный видит отличия самопознания российского общества XIX века от такого же процесса на Западе: российское общество осознавало себя через образы, подаренные поэтами и писателями, тогда как западное

стремилось к рациональному знанию, мыслило в себя в экономических и социологических терминах.

Т. Шанин считает, что не случайно целая серия понятий и умозаключений, связанных с поколениями, пришли к нам именно из литературы, примером этого являются «птенцы гнезда Петрова». Так Александр Сергеевич Пушкин характеризовал поколение, жившее в период правления Петра. В качестве ещё одного примера можно привести оценку цикла между поколениями И.С. Тургенева, который сравнивал «донкихотов» с «гамлетами», где последние отождествляются с героем Шекспира из-за особенности впадать в размышления и проявлять активность в мысли, но не в действии. Противопоставлением им будут являться другие, сменяющие их цикл за циклом, как на смену времени декабристов, выступившим, для него в роли «донкихотов», пришло время «гамлетов», период, когда каждый образованный русский старался больше читать Фихте и размышлять.

Важнейшую роль в нашей истории играют войны, как центральные элементы понимания и определения действительности. Примером этому служит очень распространённое употребление в русской речи таких терминов, как «Поколение 1812 года», «Поколение 1941-45 годов», «Поколение «афганцев»».

Важность поколений и практики их жизни, по мнению Т. Шанина, можно увидеть не только в малых группах элиты, но и в более широких массах населения. В его работе, посвящённой теме крестьянства, отражено, насколько революция 1905-1907 годов повлияла на события 1917 года, так как дети того времени, видевшие карательные экспедиции своими глазами, надолго сохранившие в памяти этот опыт, к 1918-му году уже были солдатами в шинелях. И то, что попытки организовать эффективную Белую армию провалились в 1918-21 годах, случилось именно из-за исторической памяти поколения, жившего в период молодых крестьян и национальных меньшинств, которому пришлось переносить жесткость, погромы и казни 1905-1907 годов.

«Когда вы смотрите на картину революционного движения, вы видите там большое количество поляков, грузин, евреев. Это те, кто в 1905-1907 прошли через карательные действия, через погромы - через все то, что воспитало группу людей, особенно молодых людей, и потом проявилось в кристаллизованном виде в 1917-20 годах.»- говорил учёный.

Одной из актуальных проблем на сегодняшний день, является вопрос о том, почему поколенческое понимание истории, с одной стороны, постоянно звучит в ежедневном разговоре, например, когда россияне между собой обсуждают прошлое, а с другой стороны, среди историков эти понятия употребляются намного реже или не упоминаются совсем. Проблема же данной концепции как аналитического инструмента в том, что одновременно существуют и повторяются те периоды, когда важность разделения общества на поколения резко увеличивается. Это периоды кризисов, раскола, когда вопрос разницы между поколениями становится центральным, но также есть периоды, когда это становится менее важным.

Одновременно с этим в нашей повседневной жизни понятие «поколения» употребляется постоянно, опосредованно или нет, но в действительности оно играет значительнейшую роль. Т. Шанин был согласен с той точкой зрения, что мир плюралистичен, и поэтому невозможно загнать его в формы монизма:

«То, что происходит, является результатом целой серии причинностей, которые связаны друг с другом, и связь разных причинностей дает не только одну причинность плюс вторую или один результат плюс второй, но определенную дельту, которая меняет эту действительность и дает в этом смысле разные результаты» [24].

По мнению учёного, поколенческая история не является единственным объяснением причинно-следственной связи в истории, а значит и смотреть на мир только исходя из подобной позиции принципиально ошибочно. Однако не учитывать влияния поколений и влияния поколенчества на наше понимание истории и на саму историю является риском упустить понимание сути

происходящего. Поэтому необходимо внимательно изучать ее, чтобы создавать понимание исторических процессов на базе плюрализма нашего видения, а также действительности, которую мы видим.

1.2. От поколения фронтовиков до поколения без будущего

О чрезмерной зависимости русской истории от поколенческого шага первым написал Теодор Шанин, сформировавший в своих трудах некоторые базовые идеи подобного подхода. Однако нельзя не обратить внимание, что особенностью российского общества является то, что в нашей стране, более чем где бы то ни было, самые значимые и серьёзные изменения происходили именно на границе смены поколений.

Стоит уяснить, что поколение — явление социальное, а не биологическое: люди рождаются непрерывно, хоть и неравномерно, и при рождении, сами по себе ни к одному поколению не принадлежат. Поколения появляются позже под влиянием исторических обстоятельств, которые объединяют совершенно разных людей, родившихся приблизительно в одно и тоже время, в поколения. Безусловно, важную роль выполняют схожие исторические условия, существующие более или менее длительное время. Однако есть некие события, которые «окрашивают» собой эпоху и таким образом превращают статистическую выборку в поколение.

По этой причине, в реальной жизни в поколение объединяются вовсе не по дате рождения, а по времени, в которое происходила наиболее активная социализация, то есть в возрасте от пятнадцати до тридцати лет. Поколением можно назвать тех, кто вступал в самостоятельную жизнь при сходных условиях и пережил совместно уникальный социальный опыт. По мнению автора, разные поколения неравноценны по своему вкладу в исторический процесс и есть конструктивные поколения, формирующие цивилизацию, а есть деструктивные, разрушающие её.

Согласно теории Теодора Шанина, поколенческий шаг составляет около пятнадцати лет. Такое разделение можно использовать, как ориентир для исследования истории советской и постсоветской культур.

1910–1925: Фронтовики

Поколение, родившееся «до и после революции», скосила война, которая, как один из переломных моментов, и создала из этих людей единую общность. На мировоззрение этих людей значительно повлияли такие события, как Большой террор и Великая Победа.

Победа сделала из поколения фронтовиков второе издание декабристов. Офицеры и солдаты, вернувшиеся с фронта и перенесшие все тяготы ратнического труда, одолевшие невиданного до тех пор врага, преисполнились достоинства, которое было несовместимо с Большим террором, настигнувшим их повторно после войны. Можно сказать, что фронтовики создали «советскую цивилизацию», поставив весной и холодным летом 1953 года точку в разворачивании русской революции, коей стал арест Берии, отказ от массового террора и развенчание культа личности. Фронтовики дождались оттепель, но она зародилась не при Н.С. Хрущёве, а раньше, ещё в окопах Сталинграда и на подступах к Берлину и явилась символическим завещанием следующим поколениям.

1925–1940: Шестидесятники

Шестидесятники — первые и потому самые «аутентичные» наследники большевиков, «рафаэлиты» оттепели. Именно она стала тем самым главным и ярким событием всей их жизни, повлияв на судьбу многих людей.

Их лишь слегка задело влияние Большого террора (если не прямо, то через родителей), но собственное вхождение в большую жизнь для них проходило во времена, которые Анна Ахматова называла «вегетарианскими». В них сочетались одновременно гордость и стыд за отцов, шок от открывшейся правды жизни и при этом довольно щадящий общественный режим, который допускал проявление свободы. Всё это сделало из шестидесятников поколение романтиков и мечтателей, сумевших поверить в

то, что в стране возможны перемены в лучшую сторону. Эта вера «выстрелила» через поколение, частично воплотившись в идеалах перестройки. Сами шестидесятники так и не смогли воплотить свои идеалы в жизнь и остались в памяти истории поколением, воспевшим гимн свободе и вслед за этим сошедшим со сцены.

1940–1955: Семидесятники

Семидесятников можно назвать поколением застоя, так как главным событием жизни этого первого послевоенного поколения стала брежневская эпоха. Этому поколению, пережившие войну родители, попытались создать максимально комфортные по тем временам условия жизни. О Большом терроре, как и о Войне, они могли слышать только от старших родственников и родителей. Социализировались они в условиях относительной свободы, осознать значения которой в силу своего возраста они не успели. Тем не менее, активный период жизни этого поколения совпадает с политическим переворотом, устроенным советскими ортодоксами.

«Это было поколение, на мировоззрении которого сказалась больше не столько сама Пражская весна, сколько ее подавление советскими танками. Оно учло урок и выбрало путь прагматизма и конформизма, предпочитая бороться за совершенствования личного и семейного быта, а не за совершенствование общественного строя. Семидесятые годы стали временем расцвета советского мещанства, что в целом подтверждало мировой тренд по созданию глобального потребительского общества. Семидесятники превратились в массу своей в безыдейный псевдокоммунистический консьюмеристский планктон.»- пишет В. Пастухов. [35]

1955–1970: Поколение перестройки

Перестройка, как основное событие, повлиявшее на это поколение, стала своего рода революцией, полностью перевернувшей жизнь страны и предопределившей судьбу следующих поколений. Люди этого времени, в отличие от мечтательных шестидесятников не вдохновилось романтическими внешними идеалами, выкрасивших перестройку в цвета свободы. В основу их

представлений был заложен страх от постепенно ослабевающей империи, вылившийся в саму перестройку.

Ценность Свободы к этому поколению в полной мере так и не пришла, так как за это право им не надо было бороться. Событием, действительно оставившим на них «отпечаток», стал распад СССР, после которого многие так до сих пор и не оправились.

Автор считает, что «перестройка для них так навсегда и осталась «праздником со слезами на глазах», вызывающим не столько восторг, сколько недоумение. Ещё одних «шестидесятников» из внуков «оттепели» не получилось, на место романтизма пришла практичность, что во многом обусловило разрушающий характер перестройки и последующих за ней событий.

1970–1985: Разочарованное поколение

На смену «перестроечному», пришло поколение циников, что вполне объяснимо «лихими 90-ми», в условиях которых им пришлось формироваться. У людей этого периода уже не было той идейности, но в них всё ещё присутствовал дух советского времени, не смотря на весь тот бандитский беспредел и стяжательство, через который им пришлось пройти. Главным событием их жизни стала приватизация, а целью- наверстать упущенное.

Они адаптировались к нынешней России раньше, чем к власти пришёл новый президент. На этих людях правительству удалось построить новую социальную опору, которая обеспечила пятнадцать лет стабильного режима, единственное, что они не предусмотрели, это то, что на смену им придут те, кто ещё циничнее.

1985–2000: Потерянное поколение

На первое действительно постсоветское поколение возлагались большие надежды, как на людей «свободы». Многие до сих пор полагают, что не тронутые советской пропагандой умы, смогут построить новую страну, и станут той самой революционной или контрреволюционной молодежью, за которой стоит будущее.

По мнению Владимира Пастухова, «в жизнь вступает безвременно состарившееся поколение, у которого нет даже своего собственного будущего. Это поколение мегапотребителей, первым впечатлением жизни которых был ранний Путин. Оно смутно помнит беспредел 90-х, а СССР ему кажется вообще доброй старой сказкой.» Авторитаризм, особенно в формате «суверенной демократии», является для него привычной и естественной средой обитания.

«Девиз этого поколения — урви от жизни все. Это убежденные консьюмеристы. Главным событием их жизни стал нефтяной бум, обеспечивший ему небывалый и ничем не оправданный уровень жизни... Их амбиции сопоставимы только с их аппетитом. Из всех видов свобод наиважнейшей для себя они считают свободу потребления. Это поколение лишних людей, которому кажется, что оно востребовано. Оно является социальной базой всех провластных радикальных движений, но не потому, что любит власть, а потому, что любит красивую и комфортную жизнь. Оно не только поддерживает перерождение авторитаризма в неототалитаризм, но и всячески провоцирует его. Поколение надежды оказалось поколением исторического тупика. Удел лучших его представителей — эмиграция, либо внешняя, либо внутренняя.» [7]

2000–2015: Поколение без будущего

Люди, родившиеся в России в начале нынешнего века, могут оказаться поколением будущего не только по тому, что им только предстоит влиться в общественную жизнь, но и потому, что, по всей вероятности, именно этому поколению предстоит воплотить в себе будущее страны. Здесь автор ссылается на Дмитрия Быкова, по своему преподавательскому опыту, отметившего отличие нынешнего поколения от старшего, причём в лучшую сторону. Он предположил, что в условиях более жесткой диктатуры вырастают более целостные и дееспособные поколения. Писатель заметил, что «воспитывает не вектор, а величина». Поэтому, чем тяжелее время, тем сильнее поколение и наоборот.

Времена становятся всё более непростыми, возможно, главным событием в жизни нового поколения будет новая война, в лучшем случае мировая, а не местная. Социализироваться им предстоит в давящей атмосфере нарастающего пренебрежения к просвещению и науке, которое все меньше будет схоже с началом двухтысячных. Похоже, Россия в очередной раз проверит народ на силу характера.

Каждый день будет ставить новое поколение перед нравственным выбором. Те, кто выберет добро, будут твёрдо стоять на своём, так как воспитаны они будут в идеалах силы, которая способна не подстраиваться под жестокую реальность, а менять её в свою пользу. Они станут участниками политической жизни в ближайшие пять лет и именно в их руках окажется выбор дальнейших путей развития страны.

1.3. Цифровая культура и поколение Z

В 90-е годы прошлого столетия большое распространение получили публикации классических работ Нейла Хоува и Вильяма Штрауса. В которых были изложены основные положения современной поколенческой теории. Согласно ей, люди, родившиеся в определенный период времени (в среднем 16–20 лет), имеют схожие жизненные ценности и социально-психологические особенности, поскольку каждое поколение социализируется в определенных исторических условиях. На этот процесс оказывают влияние масштабные события, социально-культурные и экономические характеристики страны, семья и жизненные обстоятельства каждого человека. При этом ценности, усвоенные на раннем этапе социализации, могут напрямую определять потребительское поведение. [5]

Сегодня в научных исследованиях нет единого мнения касательно содержания понятия «поколение Z» и его возрастных границах. Изначально считали, что люди, родившиеся с 1977 года и до 2010, составляют одно поколение, именуемое Y (синоним- Миллениалы), из-за чего все социальные

исследования были обращены именно их изучению. Затем, начали выделять совершенно новую демографическую когорту -поколение Z, так как у неё проявились отличные от Y ценностные ориентации и социально-психологические черты. Некоторые зарубежные социологи к Z относят молодых людей, родившихся в период с 1995 по 2010 год, в то время как другие авторы обозначают данный промежуток – с 1997 по 2015 год.

В России также существуют два подхода к определению границ возраста поколения Z. Одни учёные считают, что к этому поколению относятся люди, родившиеся с середины 1990-х и до 2010 года. Другие, датируют этот промежуток начиная с 2000 и до 2015 года.

Поскольку развитие информационных технологий происходит крайне быстро, это значительно меняет многие структуры повседневности. Поколение Z стало первыми, кто родился и вырос в мире компьютеров, сотовых телефонов и смартфонов, широкого использования Интернета с юного возраста, поиска информации в Google, социальных сетей, чатов, форумов, сообществ. Все эти технологии, по мнению исследователей, в большей степени повлияли на формирование данного поколения.

По наблюдениям Вашингтонского исследовательского центра, именно постоянное использование смартфона является основной характеристикой поколения. Больше половины молодых пользователей проводят с телефоном 10 и более часов, на каждого, в среднем, приходится 37 мобильных приложений, не считая заводских. В сутки используются порядка 12 приложений, при этом 80% времени активны пять самых необходимых. Среди таких отмечают Facebook, Chrome, YouTube. Молодёжь составляет подавляющее большинство от всех интернет-пользователей (около 85%). Только на просмотр видео в Интернете они тратят около 3-х, из-за чего четверть практически постоянно находится в режиме онлайн. Молодежь использует Интернет в качестве инструмента познания, для общения с друзьями и для новых знакомств. А с расширением мобильных технологий практика использования социальных сетей стало неотъемлемой частью

повседневности большинства Z, так как доступ к ним есть сейчас практически у каждого. Возможности современных смартфонов позволяют удовлетворять информационные и коммуникативные потребности: быстрый доступ к ресурсам Интернета, непрерывную связь и общение с друзьями и близкими. Всё это несомненно создаёт психологическую зависимость от гаджетов и социальных сетей. У поколения Z отличается также восприятие информации – они быстро ориентируются в огромном её потоке, быстрее думают и оценивают большие информационные блоки. [23]

Поколение Z привыкло к мгновенному удовлетворению информационных запросов, им не нравится возвращаться к одному вопросу несколько раз, а также читать большие объёмы текста. Среди главных социально-психологических характеристик молодёжи исследователи отмечают гиперактивность и желание быстрого результата. Одновременно с этим, они могут целенаправленно строить алгоритмы поиска и концентрироваться на интересной для них информации. Данные качества хорошо востребованы в профессиональной деятельности, так как они способствуют приобретению навыков и быстрому получению знаний. Также значимой психологической характеристикой является склонность к аутизации, как к отличному от других восприятию мира.

Так, в 2014 году четверть американских подростков от 13 до 17 лет стали меньше пользоваться Фейсбуком. За период с 2012 года по 2013-й количество пользователей данной социальной сети среди подростков также сократилось в половину: с 42% до 23%. В то же время, число пользователей Instagram стало увеличиваться с 12% до 23%. Как показывают исследования поколение Z всё чаще предпочитает анонимные платформы для социальных сетей, как, например, Snapchat и Tinder. В основном, общение с друзьями для нескольких поколений происходит посредством соцсетей и мессенджеров. Помимо общения, молодёжь просматривает фотографии, делает репосты, ставит «лайки» на понравившиеся публикации. Для поколения Z технологии социальных сетей стали центром своего социального мира. Более 80%

подростков, с доступом в интернет, используют социальные сети. В нашей стране популярностью среди социальных сетей пользуются «ВКонтакте» (98% для Y и 99,8% для Z). На втором месте— Instagram (67% у Y и 61% у Z). Среди основных достоинств используемых приложений молодые люди ценят скорость и надёжность, что является важным фактором при выборе той или иной платформы. [28]

Предшествующие поколения считали, что детство и юность этапы «подготовки» будущего взрослого человека. Даже формулировка вопроса «Кем ты хочешь стать, когда вырастешь?» —словно предполагает, что на данный момент отвечающий никем не является.

За последние 10–20 лет значительно поменялись подходы к воспитанию, во-первых, оно стало более осознанным, а во-вторых, более гуманистически направленным. Благодаря технологическому прогрессу, возраст теперь не является показателем опыта и ума, от чего период юности получил иное восприятие. Поколение Z вырастает в семьях, где личность и мнение ребенка значимо с самого его рождения, его слушают и слышат, окружая вниманием и заботой. По данным газеты «New York Times», на сегодняшний день родители уделяют детям в три раза больше времени, по сравнению с 1975 годом. Именно из-за такого подхода, с каждым годом недостаток играет всё меньшую роль в развитии ребёнка, что положительно сказывается на его самооценке и вере в собственные возможности.

По данным опроса ВЦИОМ, 75% людей от 18 до 24 лет считают жизненный опыт родителей для себя бесполезным. Они не желают продолжать их путь, и прислушиваться к наставлениям, вместо этого выбирая свою собственную линию развития. Поэтому, опыт и знания, накопленные предыдущими поколениями, сейчас утрачивают свою ценность, на замену им идёт творчество и умение приспосабливаться к различным жизненным ситуациям. [29]

Каждый представитель «Z» умело владеет современными гаджетами, и способен за несколько секунд найти в Интернете нужную информацию, получая экспертные знания совершенно в разных областях. Примерка на себя подростками сколь угодно великих ролей находит отражение и в культуре — иллюстрацией чего может выступить фильм «Ученик» Кирилла Серебренникова.

Ещё одним значительным отличием молодежи конца прошлого века и начала нового тысячелетия являются субкультуры. Многие из них, такие как готы, панки, эмо и др. — группы со своим стилем поведения и дресс-кодом — практически исчезли. На смену им пришли тренды, которые могут объединять самых разных людей по всему миру.

Современную молодёжь можно назвать индивидуалистами, это ещё одно показательное различие с их сверстниками прошлых лет, поскольку они менее склонны объединяться с «стаи». Основной причиной этого можно назвать появление виртуального пространства, где для знакомства и общения личное присутствие не нужно. Подавляющее большинство «Zoom-еров» — почти 75% — предпочитают проводить свободное время «online». В среднем, ежедневно они тратят на YouTube и соцсети порядка четырех часов. Именно поэтому, о данном поколении часто отзываются, как о социальных индивидуалистах: поскольку им не привычно работать в компаниях с классической структурой по принципу главенства, из-за обострённого чувства индивидуальности им тяжело подчиняться авторитетам. Среди цифрового поколения успех имеют бренды, которые подчёркивают и стремятся к идеалам самовыражения и значимости каждого по-отдельности.

Пока миллениалы только начинают адаптировать для себя стремление к натуральности, пришедшее на смену эпохи гламура, цифровая молодёжь исповедует естественность как нечто неотъемлемое. Для них это не модное течение, а норма, данная с рождения. Именно поэтому, современные

подростки не пытаются что-то приукрасить или представить себя в лучшем свете.

Раньше, сложно было представить фотографию певицы на обложке альбома с хмурым лицом, без макияжа, одетой в бесформенную одежду — но именно так поступают кумиры поколения Z. В списках самых востребованных моделей мира нет красоток с кукольной внешностью, и фешн-индустрия все больше отдаёт предпочтение моделям с нестандартными, асимметричными, необычными чертами лица, на которых еще 10 лет назад не обратили бы внимание. [32]

Среди владельцев аккаунтов Instagram моложе 20 лет много тех, кто демонстрирует свою жизнь без прикрас: на фоне панельных домов и разбитых дворов, в «живых» позах и без дежурных улыбок. Склонность детей цифровой эпохи к реалистичным, неклассическим идеалам красоты проявляется и в том, что 75% из них называют YouTube своим любимым сайтом (исследование Dana communications). Фаворитами YouTube всё чаще становятся «обычные» люди, в которых подписчики видят себя и которых воспринимают как экспертов во многих областях, включая красоту и стиль.

Таким образом, можно определить, что поколение Z использует социальные сети и другие сайты не только как инструмент для укрепления связей с друзьями, но и для самовыражения, для поиска единомышленников по всему миру. Для них, Интернет — это привычный инструмент, позволяющий осуществлять коммуникацию с людьми. В связи с этим, важными отличительными чертами молодых людей является предпочтение общения «на расстоянии», личному, саморазвитие как основная цель жизни, стремление к естественности и желание менять устоявшиеся взгляды.

В результате освоения технологий и умению использовать их для коммуникации, Generation Z можно смело назвать поколением, хорошо подготовленным к глобальной бизнес-среде, они значительно отличаются от

предыдущих поколений и в скором времени именно по их правилам будет жить весь мир.

Глава 2. Сравнительный анализ социально-культурных характеристик поколений

2.1. Взгляды и ценности представителей молодого поколения (по результатам анкетного опроса)

Первым этапом исследования стал анкетный опрос молодёжи г. Пензы в возрасте от 16 до 25 лет. При расчёте выборочной совокупности использовалась квотная выборка по возрасту респондентов, в общей сумме составив 327 человек (при доверительной вероятности 95% и погрешности в 4,5%). Среди респондентов оказалось 51,3% молодых людей и 48,7% девушек разных возрастов. Подробнее распределение выборочной совокупности по возрастным показателям представлено в Приложении 3, рисунок 3.1., анкета- в Приложении 1. Целью анкетного опроса было выявление ценностных ориентаций представителей поколения «Z», их культурных предпочтений и взглядов.

Результаты анкетирования показали, что больше половины опрошенных (56,3%) в той или иной степени слышали о таком термине, как «Поколение Z», 42,5% - ранее не сталкивались с данным понятием, 1,2% затруднились ответить. Данные показатели говорят о средней распространённости данного термина, а, следовательно, и теории поколений среди молодёжи.

К своему поколению респонденты в основном относят людей в возрасте до 25 лет- 40,4% ответов. Вторым по популярности стала возрастная градация до 20 лет- 27,5%, на третьем месте –до 18 лет (24,9%). Лишь 4,7% отнесли к своему поколению людей до 30 лет, 2,5%- ответ на вопрос принёс затруднения. Чем моложе были участники опроса, тем меньший диапазон возраста они указывали, и наоборот.



Рисунок 4.1

В следующем вопросе молодёжи было предложено выбрать характеристики, касающиеся молодого поколения, ответы распределились определённым образом:

Продолжите фразу: «Представители моего поколения...»



Рисунок 4.2

Как видно на диаграмме, участники опроса согласились со следующими характеристиками относительно себя: «Более решительны, чем их родители»- 41,8%, «Быстро вникают и много работают с новой информацией»- 38,3%, «Более толерантны, чем их родители»-37,2%, «Зачастую путают реальный и виртуальный мир»-33,8% респондентов, «Склонны к инфантилизму»- 32,1%, «Из-за большого потока информации запоминают только самое важное»- 25,9%. 24,7% отметили варианты «Больше склонны к самообразованию» и 23,5% «Одновременно могут выполнять несколько дел». Затруднились дать ответ 3,7%, ни одно из утверждений не подошло -1,2%.

На вопрос о том, есть ли у молодого поколения герои и кумиры, утвердительно ответили более половины (42,5- «Скорее да, чем нет» и 41,3%- «Да»). Остальные 9,9% выбрали ответ «Скорее нет, чем да», и «Нет» 2,5%. Из наиболее распространённых лидеров отвечающие отметили «YouTube/Instagram блогеров»- 94,9% всех ответов, «Реперы, певцы и музыканты»- 60,2% «Актёры сериалов и фильмов»- 53,8%. Далее по популярности ответов идут «Спортсмены»- 28,2%, «Исторические деятели» и

«Писатели и поэты»- по 5,1%, «Политики»-2,6%. Из данных результатов следует, что основным «рычагом воздействия» на молодёжь являются социальные сети (YouTube и Instagram), это подтвердили и сами молодые люди, в вопросе №9, в котором именно «Постоянное пребывание в Интернете» стал вторым по популярности ответом.

Следующий вопрос, представленный на диаграмме, был направлен на выявление ключевых ценностей современной молодёжи:



Рисунок 4.3

Среди основных жизненных ценностей наиболее популярными стали «Семья»-68,8% всех ответов, «Образование»-43,8%, «Здоровье»-42,5% ответов, «Карьера»-38,8%, «Отношения» –27,5%. Менее популярными стали «Деньги-24,9%, «Самопознание»-17,5%. Самыми немногочисленными вариантами стали: «Путешествия» и «Творчество»-13,8% «Спорт»-11,3%, и – «Наука»-2,5%. По данным ответам следует, что на первом месте стоят социальные (благополучие, социальное положение), а также витальные ценности(здоровье).

В основном, переломным возрастом в жизни молодых людей, по их мнению, стали от 12 до 16 лет – (43,8%) и 17 до 21 – (33,8% ответивших). Ранее детство отметили только 2,5% человек, от 22 лет и старше выбрало 4,9% затруднились дать ответ 12,6%, что говорит о том, что значимые события в жизни ещё не произошли. Наибольшее влияние на становление личности оказали: «Жизненные обстоятельства»-26,3% ответов, «Определённые люди»- 23,8% человек, «Окружение»-11,3%, «Семья, родственники»- 9,9%. В меньшей степени повлияли, «Хобби, увлечения» и «Телевидение» по 2,5%. Меньше всего выбрали – «Образовательные учреждения», «Самообразование» «Литература»-1,2%. «Всё, из вышеперечисленного»- указали 19,1% респондентов, «Другое» – 2,2%.



Рисунок 4.4

Данные результаты свидетельствуют о том, что наибольший личностный рост представителей Поколения Z приходится на средние и поздние подростковые годы, большое влияние на это оказывают обстоятельства, с которыми молодые люди сталкиваются в процессе

взросления, определённые люди, окружающие их семья и родственники, так как именно с ними они проводят большую часть жизни.

В числе маркера для всего поколения выделили «Взгляды на жизнь»- 32,9% «Постоянное пребывание в Интернете»- 23,8%, 17,7% «Образ жизни», и 15,5% «Непохожесть на остальные поколения». «Внешний вид, стиль» отметили 10,1% ответивших.



Рисунок 4.5

Среди наиболее привлекательных профессий из списка представленных отвечающие выбрали: «Дизайнер»-24,9% ответов, «Менеджер» 18,8% и «Организатор» мероприятий – по 11,4% ответов, «Учитель/педагог» 21,3%, «Социолог/психолог» 32,5%. Меньшую популярность набрали «Юрист»- 23,8%, «Врач/мед. работник»-34,9%, «Работник полиции» 31,3%, «Программист» -22,6%, замыкает список «Политический деятель»-12,5% ответа, «Военный»- 2,6%. Затруднились с выбором 2,6% человека. Полученные ответы доказывают то, что для молодых людей важнее не столько финансовая составляющая, сколько интерес и склонность к профессии (так как в числе наиболее популярных оказались не самые высокооплачиваемые специальности).

Молодые люди ответили, что при принятии важных решений прежде всего предпочитают советоваться с родителями (так ответили 34,9%) и со своей второй половиной (31,4%), лишь 14,9% респондентов указали, что предпочитают принимать решения полностью самостоятельно, ни с кем не советуясь. В последнюю очередь представители молодого поколения будут советоваться с друзьями (6,3%) и родственниками (3,5%). Затруднились дать точный ответ на вопрос 10,1%.

Регулярно поддерживают общение со старшими родственниками больше половины всех ответивших, из них 61,3 % постоянно видятся и общаются по телефону, 8,8% часто созваниваются. Периодически созваниваются и видятся 22,5% молодёжи, совсем не связываются со старшим поколением 3,7%, столько же общаются крайне редко.

Мечты современных молодых людей очень разнообразны, тройку лидирующих ответов возглавили мечты, связанные «С семьёй» - 35,4%, на второй позиции «С самореализацией»- 20,3%, третью строчку занял ответ «С карьерой»-15,2%.

Среди событий, причастных к современному поколению, респонденты выбрали прежде всего «Широкое использование Интернета»- (69,9% всех ответов), «Появление социальных сетей» (48,8%), «Правление В. В. Путина» указали 43,9%. В меньшей степени респонденты отнесли себя к «Мировой глобализации» (21,3% ответов), «К реформам образования» (13,8%), «К лихим 90-м» 7,5 %, «Ко всему вышеперечисленному» - 6,3%. Затруднились дать ответ 7,4%.

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, К КАКОМУ СОБЫТИЮ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ, МОЖНО ОТНЕСТИ ВАШЕ ПОКОЛЕНИЕ?



Рисунок 4.6

Оптимистический прогноз в вопросе о способности молодого поколения изменить мир в лучшую сторону дали подавляющее большинство опрошенных («Скорее да, чем нет»-38,7% ответивших, «Да» -31,3%). Лишь 7,7% затруднились дать ответ, и 19,8% усомнились («скорее нет, чем да»), «Нет» ответили 2,5%. Что в целом, говорит о желании у Поколения Z менять существующее положение дел в лучшую сторону.



Рисунок 4.7

В анкетировании приняли участие молодые люди от 16 до 18 (38,8% человек), от 21 до 22 лет (19,9% человек), от 19 до 20- 27,6% и от 23 до 24 лет 13,7% человек. Среди респондентов большинство представителей женского пола- 156 человек и 121 мужского.

На основании результатов анкетирования можно сделать заключение о том, что молодые люди считают себя более решительными и толерантными, чем их родители. Респонденты признали, что в отличие от них обладают меньшей способностью к запоминанию большего количества данных. Это они объясняют тем, что стали первым поколением, полностью выросшим в эпоху Интернета.

Молодые люди полагают, что для них открывается больше свободы и возможностей для выбора пути самореализации, именно поэтому они более решительны и менее консервативны, чем родители. Тем не менее, перегруженность информацией приводит к формированию у них фрагментарной памяти и к возникновению проблем с сосредоточенностью.

Тот факт, что сами молодые люди среди общих для них характеристик на первом месте указали «Взгляды на жизнь» и лишь на втором — «Постоянное пребывание в Интернете», говорит о том, что у них есть собственные взгляды и позиции, которые могут значительно отличаться от мнения родителей и старших родственников.

Поколение Z вполне можно назвать более независимыми от мнения родителей, поскольку только треть опрошенных пойдёт за советом к ним, столько же попросят совета у своих сверстников, но, тем не менее, доля тех, кто примет решение полностью самостоятельно, в два раза меньше. Можно заключить, что типичный представитель этого поколения в принципе настроен ориентироваться на чьё-то мнение при принятии решения и просто выбирает ту точку зрения, которая ему ближе.

Общение с представителями старших поколений молодёжь всё ещё поддерживает, но с появлением и развитием новых технологий, позволивших совершать видео-звонки, личные встречи стали осуществляться гораздо реже.

Всё чаще молодые люди отдают предпочтение дистанционному способу разговора, что не лучшим образом влияет на преемственность поколений.

Несмотря на то, что ценности и мечты молодых людей поменялись не значительно, теперь, помимо лидирующих традиционных ценностей — Семья и Здоровье — одну из главных позиций занимает стремление к самореализации. Именно это является определяющим фактором при выборе молодыми людьми образования и дальнейшей карьеры, ставших особенно значимыми, так как они помогают «Z» найти свой путь и самих себя.

Мы предложили респондентам самостоятельно назвать значимое событие последних десятилетий, которые могло бы повлиять на их поколение постмиллениалов. Главной целью данного вопроса было выявить наличие и содержание такого события, не подсказывая респондентам варианты ответов. И такие события были нами выявлены. Безусловно, повсеместное использование глобальной сети Интернет и появление социальных сетей заняли первые места, тройку замыкает президентство В. В. Путина, длящиеся с перерывом с 2008 по 2012 год.

Представители изучаемого поколения считают поздние подростковые годы переломными в своём развитии по тому влиянию, которое этот период оказал на их жизнь.

Поскольку процесс взросления поколения Z не нарушался никакими историческими событиями и переломами, они выросли более погруженными в собственные переживания, чему также способствовало развитие технологий, благодаря которым отпала необходимость частого общения «в живую». Возможность виртуализации повседневных взаимодействий сделала из современной молодежи более замкнутых обществе, но при этом раскованных и общительных в социальных сетях людей. Однако не смотря на некую отрешенность, Zoom-еры желают перемен больше, чем другие поколения.

Наши респонденты воспринимают тот исторический период, в котором живут, как монотонный и стабильный, главные исторические события для них — развитие информационных технологий. Они единодушно полагают, что

именно использование информационных технологий, свободное существование в сети Интернет, виртуальные коммуникации являются объединяющим для их поколения признаками. По крайней мере именно они формируют общие для поколения ценности и образ жизни.

2.2. Взгляды и ценности представителей других поколений (по результатам интервью)

В качестве следующего метода исследования нами был выбран метод полуструктурированного интервью, в котором приняло участие 10 человек разных возрастов, от 17 до 72 лет.

Целью данного метода исследования было сравнить жизненные ценности поколений, понять, какие события наложили отпечаток на их жизнь и сформировали их, как личность, а также понять, что отличает одно поколение от другого и где пролегает поколенческая грань.

Прежде всего мы поинтересовались, как люди оценивают возрастные границы своего поколения. На вопрос о том, людей примерно какого возраста они отнесли бы к представителям Вашего поколения, респонденты отвечали следующим образом:

А., 1948 г. р.: «От 60 до 75 лет»

Т., 1973 г. р.: «Я бы отнесла к своему поколению людей примерно от 40 до 55 лет.»

И., 1983 г. р.: «Для меня важным событием стало поступление в ВУЗ в 18 лет. Ещё сильно меня изменило замужество и рождение ребенка. Наверное, к своему поколению я отношу тех, кто примерно в это же время учился в вузе, ну, и тех, у кого дети по возрасту близки к моим. Хотя тут ж как получится. Условные сокурсники, короче»

Ю., 2003 г. р.: «Приблизительно до 20 лет.»

Как можно видеть, по мнению респондентов поколенческий шаг в среднем составляет не более 15 лет, что несколько расходится с теорией Штрауса и Хоува, по которой данный показатель составляет 20 лет. [14]

Для выявления общих ценностей и идеалов поколения, мы спрашивали респондентов о том, кто был кумиром для них и их ровесников, кто считался героем и образцом для подражания.

Пожилых респондентов вопрос совершенно не удивлял, скорее, радовал, они охотно на него отвечали. «Baby Boom»: «Для нас были популярны певцы и актёры, как зарубежные, так и отечественные, часто по несколько раз слушали пластинки с записями. Нравились актрисы популярных на тот момент фильмов, например, Элина Быстрицкая. Восхищали те, кто обладал каким-то талантом, не только к музыке, но и в спорте, фигурное катание по телевизору всегда смотрели много людей, семьями перед телевизорами собирались».

Обращает на себя внимание то, что представители поколения «бэбби-бумеров» очень уверенно говорили об общих для поколения героях и кумирах, а представители более молодых поколений выражали сомнения в том, что у такой большой группы людей, как поколение, могут быть общие герои. «X»: «Думаю, что общих кумиров для всех не было, каждый находил кого-то для себя. Насколько я помню, многие восхищались Юрием Гагариным и для них он был образцом». «Y»: «Да, многие восхищались популярными актёрами того времени, исполняющих главные роли. Фильм «Гардемарины» стал одним из таких».

А вот самые молодые респонденты вообще не понимали, как возмни общие для поколения кумиры и герои. «Z»: «Я для себя подобных кумиров не вижу, за других сказать мне сложно.»

Для каждого времени были свои герои и кумиры, певцы, актёры популярных фильмов, герои книг и выдающиеся люди, меняющиеся с каждым поколением. Сейчас, у молодёжи нет единых «образцов» для подражания, каждый ищет себя самостоятельно, копировать кого-то не в моде, в приоритете самопознание и раскрытие своей индивидуальности.

Мы спрашивали также о том, какие общественные события, произошедшие в период их взросления, повлияли на становление их личности. Получены следующие ответы:

А., 1948 г. р.: «Ничего особо не отразилось. Взрослел каждый по-своему. Я уехала из дома впервые в 17 лет, после школы все шли в основном работать. С 18 лет я проработала 40 лет на одном месте. Мы спокойно прожили, возможно, потому что мы не привыкли к лучшему и к роскоши, поэтому пережили все потрясения без особого урона. На нашей семье то сильно не отразилось. Перестройка также прошла мимо, власть менялась. Единственное, что коснулось — денежные обвалы, было очень обидно, но к государственному банку доверие не потеряла».

Т., 1983 г. р.: «Наверное, я бы отнесла к такому событию переезд в Россию, в скором времени после которого я вышла замуж. Ещё одним таким событием, я бы назвала период обесценивания всех сбережений граждан по всей стране в 90-е годы. С тех пор я не особо доверяю банкам, даже государственным.» Ю., 2003: «Наверное, пока что это период с 12 до 16 лет, на меня очень повлиял круг моего общения».

Мы спрашивали также, что, по мнению респондентов, объединяет представителей их поколения:

А., 1948 г. р.: «Запасливость, мы жили скромно, в такой среде, что не разбрасывались, с тех пор осталась «бережливость». Скромность, трудолюбие. Главное для нас было ведение домашнего хозяйства, семья и домашний очаг, дети и стабильность.» Т., 1973: «Мне кажется, что общей чертой всех людей примерно моего возраста является бережливость и умение экономить, не жить одним днём и в случае чего всегда иметь запас. Я считаю, что нас также объединяет общее детство, та атмосфера, в которой мы росли».

И., 1983 г. р.: «У»: «Я считаю всех нас объединяет образ жизни, выбор в пользу живого общения до сих пор». Ю., 2003: «Я считаю, что нас объединяют взгляды на жизнь, зависимость от социальных сетей».

З., 1953 г. р.: «Трудно выделить что-то одно, но, пожалуй, вспоминается сенсация — первый полёт человека в космос. Это воспринималось как великое достижение, я восхищалась умом конструкторов. После этого прочно укрепилась вера в то, что Советский Союз главный. Нас даже на работе водили на документальные фильмы, в которых сравнивалась военная техника и в конце фильма говорилось: «У нас есть чем защищать, кому защищать и что защищать».

В., 1971 г. р.: «Наиболее мне запомнился конечно, денежный обвал. Сильного дефицита товаров 90-х годов я, к счастью не ощутила, но зачастую приходилось отстаивать большие очереди, например, за колбасой».

Е., 1981: «Честно говоря, я не особо замечала происходившие в стране события, такие, как распад СССР, например. Но мне запомнился дефолт 98-го года, я была студенткой и хорошо прочувствовала, как важно заранее распределять финансы и то, что родителям тяжело меня обеспечивать, а, значит, надо быть экономнее и пришлось себя в чём-то ограничивать. Ещё для меня очень запомнилось широкое использование сотовых телефонов, при первой же возможности мы его приобрели».

А., 2001 г. р.: «Конечно, это появление социальных сетей и глобализация. Также власть В. В. Путина, так как никого другого мы не видели.»

То, каким образом респонденты отвечали на данные вопросы, свидетельствует о том, что несмотря на происходившие в стране перемены, они не напрямую повлияли на людей. Особенно это заметно на примере поколений «Х» и «Y», в своих интервью они отвечают, что были далеки от власти, «всё шло как шло, мы бы всё равно ни на что не смогли повлиять».

Лишь такие события как «девальвация» денег и «лихие 90-е» отразились на нескольких поколениях. После таких финансовых потрясений, многие люди стали откладывать деньги, заботиться о будущем, с недоверием относится ко вкладам в банки, даже в государственные.

Молодое же поколение, в силу возраста не перенесшее крупных финансовых потрясений и кризисов, если и получит родительский опыт о бережливости и накоплении финансов, то подойдёт к нему скептически, с собственной позиции. Поскольку молодые люди, в большинстве своём, ещё не научились нести ответственность за других членов семьи, их не заботит «подушка безопасности» в виде накоплений, они привыкли жить «здесь и сейчас» и получать максимальное удовольствие от жизни, не задумываясь о последствиях, это сильно отличает их от тех же, «беби-бумеров», которые с детства привыкли к ограниченным ресурсам.

И хотя результаты опроса показали, что среди ценностей молодого поколения всё так же лидируют «семья», «образование» и «здоровье», при анализе интервью выяснилось, что с каждым поколением, наблюдается тенденция смещения ценностей от «традиционных» — семья и дети, к ценностям современным: самореализации, карьера, самопознание.

Различаются также представления у представителей разных поколений о привлекательности различных профессий.

А., 1948 г. р.: «В то время инженер была очень уважаемая профессия, в основном мужская, но были и женщины-инженеры. Уважаемая профессия была медик, военные, это считалось престижно и редко. Я же закончила курсы машинописи, работала всю жизнь машинисткой в типографии».

Т., 1973 г. р.: «В то время я не заметила каких-то особых предпочтений в профессиях. Для себя я не планировала куда-либо поступать, просто доверилась воле судьбы. Подружка предложила поступать вместе с ней на кондитера, я согласилась. Конечно, моя мама хотела, чтобы я шла на бухгалтера или поступила в аграрный техникум, но я для себя решила иначе».

И., 1983 г. р.: «Мне кажется каждый мечтает о своём, у нас многие поступали на экономический и юридический.» Ю., 2003: «Для меня привлекательны сферы биологии и медицины, также перспективной кажется политическая деятельность, так как благодаря ей можно что-то изменить.»

Анализируя ответы на данный вопрос, можно сделать вывод о том, что раньше мало кто выстраивал свою профессиональную стратегию, люди полагались на волю судьбы «подруга позвала, я и пошла» — ответили представители сразу нескольких поколений («беби-бум» и «X»), роль высшего образования была высока, но это было не доступно каждому и считалось редкостью, люди с наличием высшего образования вызывали уважение, образование служило мощным социальным лифтом. Большинство людей выбирало рабочие профессии, такие, как водитель или работник завода. Частым примером были курсы, на которые молодые люди шли после 8 класса.

Со временем, уже к 90-м годам образование стало более доступным и распространённым, превратилась в цель практических всех молодых людей. Сегодня молодые люди за несколько лет вперёд готовятся к поступлению в ВУЗ, занимаются подготовкой с репетиторами и знают, куда хотят поступить. Правда, с появлением ЕГЭ количество поступающих в колледжи не уменьшается, многие молодые люди предпочитают получить высшее образование по окончании колледжа, обходя систему, но часть из них по определённым причинам идёт работать. Для части молодёжи высшее образование уже не играет такой значимой роли, как раньше, многие придерживаются мнения, что оно никак не помогает в жизни.

Мы спрашивали, с кем наши респонденты советовались при принятии важных решений, чтобы выяснить, как работают для разных возрастных групп межпоколенческие связи.

Респонденты 40-50-х годов рождения настаивали на том, что принимали решения самостоятельно. Представители более молодых поколений, которые сегодня принято относить к поколениям X и Y, охотно признавались, что советовались в сложных случаях с родителями, с мамой, прежде всего.

А вот представители поколения Z предпочитают советоваться, выслушивать разные мнения, а потом решать самостоятельно. Многие респонденты говорили, что советуются со своими любимыми — молодым человеком или девушкой.

При принятии важных решений представители всех опрашиваемых поколений ответили, что спрашивали разрешения или советовались с родителями, поскольку финансово от них зависели. Ответ представителя поколения «Z» отличается от остальных тем, что молодые люди предпочитают больше решать самостоятельно, выбирая подходящий для себя вариант из тех советов, которые дадут близкие люди, не только родители, но и вторая половинка, поскольку у большинства подростков в возрасте 15-16 лет уже имеются первые романтические отношения.

Мы также спрашивали наших респондентов о мечтах и желаниях, распространённых среди их сверстников.

Респондент 1950 г. р.: «Найти хорошую работу и обрести семейное счастье. Старались учиться и находить работу, каждый мечтал обрести собственное жильё, но здесь уже кому как повезло. Хотелось жить лучше, но мы рассчитывали только на себя.»

Т., 1973 г.р.: «Х»: «Так, как я родилась в Киргизии, после распада СССР русских стали вытеснять коренные народы, очень возрос незаконный мелкий бизнес, поэтому многие молодые люди после школы мечтали уехать. Главной мечтой для всех было найти себя в этой жизни, и хотя образование было более доступно, чем раньше, не многие сильно к нему стремились, оно не играло столь важной роли тогда.»

И., 1983 г. р.: «Мечтали поступить в ВУЗ, так как многие к этому стремились уже и ещё со школы начинали подготовку. Ещё, в то время мы мечтали о том, чего у нас не было, например, красивая модная одежда».

Ю., 2003 г. р.: «Наверное, большинство из нас мечтает о самореализации, но есть и те, кто мечтает о популярности и лёгких деньгах»;

Сравнивая мечты современных молодых людей и молодёжи прошлых лет, можно отметить как сходство, так и различие. Безусловно, в любое время каждый человек мечтает «устроиться», но каждое поколение вкладывало в это слово разный для себя смысл: «беби-бумеры» раньше, чем остальные получали самостоятельность, соответственно, они раньше взрослели, цели

ставили более достижимые и традиционные. Они искали прежде всего стабильность для себя, которая выражалась в семье и работе, и то и другое предполагалось на всю жизнь. «Рассчитывать только на себя» — их девиз по жизни.

«Х»-ы, не менее самостоятельные, чем их родители, но уже не такие смелые, как они. Многие из них уже не считают себя «победителями», но воспитанные в идеалах традиционности также мечтали о хорошем для себя, не претендуя на что-то большее. Для них всё также важна стабильность, поэтому они стремились к ней с юных лет, избегая центров общественных переворотов.

Мы спрашивали также об общении наших респондентов с близкими родственниками. Представители поколения «беби-бумеров» подтвердили, что не только виделись, но часто жили вместе или очень близко, близко общались со старшими, учились у них.

Более молодые поколения уже не подчёркивали столь близкие связи со старшими, хотя и не отрицали, что довольно тесно общались, хотя бы в детстве.

Т., 1973 г. р.: «Да, так как мы жили в селе, а бабушка в городе, я часто оставалась на лето у неё. Также мы с бабушкой совместно путешествовали. Я бы не сказала, что многое почерпнула, ведь была тогда маленькой и в основном общалась с соседскими ребятами, но точно помню, что я помогала бабушке, насколько это было возможно. После переезда общение наше существенно сократилось, изредка стали общаться письмами».

И., 1983 г. р.: «Да, часто виделась, так как мы жили рядом. По рассказам бабушки о её жизни я могла сравнить, насколько лучше мы сейчас живём, чем они тогда». Ю., 2003: «Общаюсь редко, так как живём не рядом. Рядом с бабушками я вспоминаю о детстве»

Мы спрашивали, что, по мнению респондентов, дали обществу представители их поколения. Вопрос звучал так: «Как Вы считаете, изменило ли Ваше поколение мир в лучшую сторону?»

«Беби-бумеры» делали акцент на гордости тем, что родились в СССР, величайшей державе в мире, по их словам. Примерно также звучали слова более молодых представителей поколеси Х: «Я не думаю, что наше поколение как-то повлияло на ход истории страны или мира, но я всегда гордилась той страной, в которой родилась» (Т., 1973 г. р.)

Более молодые респонденты говорили о тех изменениях в обществе и технологиях, с которыми они столкнулись. И., 1983: «Я бы сказала, что вряд ли мы что-то сильно изменили, скорее мы являемся переходным поколением, нам уже в осознанном возрасте пришлось перестраиваться на «рельсы технологий»

Ю., 2003: «Если не мы, то следующее поколение точно изменит. Но и наше поколение к этому стремится».

Мы спрашивали респондентов, как на них отразилась общественная атмосфера, в которой они жили.

Т., 1948: «Так как я выросла в многодетной семье, я для своих детей хотела лучшей жизни. В мои школьные годы была запрещена Церковь и всё, что с нею связано. А Пасха была для семьи очень важным праздником, всегда убирались накануне, накрывали стол, поздравляли друг друга на улице, при встрече. Я поехала на служение в церковь с тётёй, простояли всю ночь, несмотря на то, что это было запрещено. Ходили комсомольцы, отслеживать нарушителей, меня записали. На утро, когда я пошла в школу, в рупор объявили мою фамилию. Возможно, из-за этого мы более верующие. От родителей нам достался страх войны, мама рассказывала, как всю жизнь боялась звуков летящего самолёта, который напоминал о Войне. Запомнились и постоянные сообщения о надвигающейся угрозе (со стороны Китая, например) порой, держали в напряжении.»

В., 1971 г. р.: «Я считаю, что наше поколение меньше доверяет государству, после пережитого. Люди стали извлекать материальную выгоду из всего. Деньги стали, порой, важнее человеческих отношений»

Ю., 2003: «Я стала больше интересоваться политикой и планирую принимать активное участие в жизни страны, не бояться высказывать свои взгляды и мнения».

Для определения того, какое событие повлияло на людей определённого времени, необходимо понять, что из произошедшего, действительно запомнилось и отразилось на жизни народа. Для «бумеров», это постоянные тревожные новости и готовящемся нападении со стороны других стран, поскольку самым главным для них осталась ценность мира без войны. Они благодарны правящей власти, так как считают, что мирная жизнь их заслуга.

Поколение «Х»-ов по-другому называют «разочаровавшееся» по той причине, что воспитанные в идеалах «лучшего государства» и вступившие во взрослую жизнь с надеждой на успех и благосостояние, они встретились с обманом и крахом всех надежд, произошедшем в 90-х годах. Оказавшись ни с чем, они перестали верить государству и предпочитают иметь запас на будущее, всегда готовясь к новому «удару».

«Миллениалам» распад СССР не запомнился, поскольку тогда они учились в школе, но, будучи студентами, им пришлось ощутить последствия, в виде ограниченного бюджета и вытекающей отсюда необходимости экономить. С обретением роли взрослого, они не раз вспоминали те времена и понимали, как важно грамотно управлять деньгами.

«Зумеры»- выросшие при относительном спокойствии, пережившие в совсем юном возрасте финансовый кризис 2008 не так обеспокоены стабильностью, у них есть Интернет, где они высказывают своё мнение и общаются с единомышленниками. Обладая такими ресурсами, они с юных лет чувствуют несправедливость в мире и, изменяя себя, пытаются менять мир, верят в то, что однажды у них это получится.

Мы задавали респондентам о демографических идеалах их сверстников. Например, задавали такой вопрос: «Сколько детей было в планах у Вашего поколения?»

А., 1948 г. р.: «У большинства было по 2 ребенка, некоторые даже трое».

В., 1971 г. р.: «Х»: «Каких-то планов ни у кого не было, как повезёт, но большинство останавливались на двоих детях.» Е., 1973 г. р.: «Наверное, здесь каждый сам для себя решает, но ребёнок был очень важен для семьи».

Ю., 2003: «Скорее всего 1 или 2, но я об этом пока серьёзно не задумываюсь, так как до этого ещё далеко».

И, наконец, мы спрашивали респондентов о том, чем их поколесите отличается от всех остальных.

З., 1953 г.р.): «Мы сейчас материально лучше живём, чем раньше. Я сравниваю своё детство и юношество, как жили мои родители, мы определённо живём лучше. Мы были более трудолюбивыми, крепче что ли... Постоянно думали о будущем, откладывали средства на будущее детей, чтобы не остаться без ничего. Сейчас много умной молодёжи».

Т., 1973 г. р.: «Можно сказать, что мы чуть ленивее наших родителей, так как у нас появились многие удобства. Я считаю, что наше поколение более стабильное, да и в целом мы добрее. Сейчас молодёжь не такая самостоятельная, как были мы. А мы, пожалуй, не настолько трудолюбивы, как наши родители. Молодое же поколение не думает наперед, не просчитывает заранее ходы. Они быстро принимают решения. И конечно, у них больше возможностей, чем у нас тогда».

Е., 1981 г. р.: «Молодёжь смелее нас, нынешние дети родились «с телефоном в руке», быстрее всему обучаются. Наши родители успевали больше, чем я. Несмотря на то, что к пришли на помощь гаджеты и техника, они были выносливее, так как время диктовало свои правила и каждый был готов на 100% выложиться, они в первую очередь думали о себе и о близких».

А., 2001 г. р.: «Основное отличие в том, что поколение, которое старше более консервативно, они стремятся сохранить то, что было раньше. У нас с ними интересы отличаются, наши уже более обширны, новые взгляды. Взрослые живут прошлым, а молодёжь (по крайней мере многие) живут здесь и сейчас. Наше поколение более настроено на изменение существующей

порядка вещей, несправедливости в мире, мы хотим отстаивать свои права и делать этот мир лучше».

Ответы представителей всех поколений на этот вопрос в целом схожи, респонденты утверждают, что предыдущие поколения жили в условиях ограниченных ресурсов, у них не было тех гаджетов и технологий, которые вошли в широкий обиход многим позже. Эти люди привыкли выполнять тяжёлую физическую работу своими руками и не искать лёгких путей. Помимо трудолюбия, участники интервью отметили готовность отодвинуть свои интересы ради блага детей, работу на износ для их благосостояния и лучшего будущего.

Современное молодое поколение своё основное отличие от других видит во взглядах и интересах- они не относят себя к консерваторам, больше настроены на перемены и верят в свою роль в улучшении мира и преодолении существующей несправедливости. И поскольку они рождены при моновласти, и имеют регулярный доступ в Интернет, именно эти факторы повлияли на их желание перемен во власти и склонности к протесту, часто проявляющемуся через социальные сети.

Результаты данного метода показали, что молодые люди действительно сильно отличаются от предыдущих поколений, несмотря на, казалось бы, «позднее взросление», выражающееся в более продолжительной жизни с родителями, они быстрее познают мир, раньше обретают собственную позицию и уже с юных лет знают, что, в существующем мире их не устраивает.

Они не видели «Перестройки», «Денежного обвала» и «Лихих 90-х», из которого прошлые поколения почерпнули большой жизненный опыт, временами горький. Для молодёжи на сегодняшний день важнее опыт собственной жизни и личных событий, сформировавших из них тех, кем они являются, поэтому, рассказы и наставления родителей будут отодвинуты на задний план.

Всё чаще сами родители признают тот факт, что новая молодёжь «умнее», чем они, но при этом, сопутствующей характеристикой порой

является: «без тормозов». Выросшие в эпоху расцвета онлайн и видео игр, привыкшие, к вседозволенности Интернета, «Z» не видят грани реальной и виртуальной жизни, что зачастую, приводит к печальным последствиям.

2.3. Образ «Поколения Z» в Интернет-пространстве

Завершающим этапом исследования стал качественный анализ документов (в том числе и контент-анализ). За период март-апрель-май были проанализированы статьи, как научные, так и публицистические на тему «Поколение Z», а также рейтинговые новостные сайты: «RT На русском», «РИА Новости», «РБК», «Lenta.ru», «Комсомольская правда».

Для анализа были выбраны следующие темы («цифровые технологии», «западничество»/ «патриотизм», «протест»/ «политическая пассивность», «потребительское поведение»/ «равнодушие к потреблению», «эгоизм»/ «волонтерская деятельность»).

Одной из первых статей на заданную тему была – «Поколение Z-поколение эпохи ФГОС» [30]. В статье описывается портрет современного подростка, основанный на выводах представителей «теории поколений». Автор даёт подробную характеристику психологических и личностных особенностей учеников «Поколения Z», включённую в Основную образовательную программу основного общего образования школы. Кроме этого, в статье предлагаются «подсказки» современным педагогам, которые помогут выстроить адекватный стиль обучения со школьниками, относящимся к «Поколению Z».

Главной особенностью представителей молодого поколения, по мнению авторов, является то, что в отличие от предыдущих поколений- современная молодёжь росла в эпоху активного развития и использования цифровых технологий, когда выход в Интернет осуществим благодаря только лишь наличию смартфона или другого «умного» устройства. Именно это, оказывает ключевое воздействие на характер подростка, разум которого с детства

привык принимать и обрабатывать огромные потоки информации. Исходя из этого, данное поколение мыслит совершенно другими категориями. Они с трудом различают реальный и виртуальный мир, из-за чего возможны различные проблемы. [6]

«Максимум, что они могут прочитать – какую-нибудь статью, но гораздо привычнее для них мини-новости, формат твитов и статусов в социальных сетях. Образ их мыслей отличается фрагментарностью, а в некоторых вопросах поверхностностью.»

Также в статье говорится о высоком потребительском опыте молодого поколения, которое аргументируя многими фактами, могут без особых усилий выпросить у родителей ту или иную вещь.

Основное отличие этого поколения от других будет в их погружённости в себя и виртуальный мир, они являются индивидуалистами, привыкшими слушать в основном себя, лишь изредка опираясь на мнение окружающих, всё чаще будет заметно расслоение в кругу молодёжи, как социальное, так и психологическое. Происходит поляризация, где в меньшинстве те подростки, которые заинтересованы в получении знаний, а в большинстве, те, кому культура и наука не интересна, желающие устроиться в жизни без усилий и получать от неё все блага, ничего для этого не делая.

Что касается жизненных ценностей «Zoom-еров», они уже сейчас отличаются от традиционных и зависят от быстрого изменения жизни, в которой не место «устаревшим» взглядам родителей. Теряются стандарты жизненных целей, из-за чего подростки живут «как в тумане», не видя перед собой границ и ориентиров.

Следующей статьёй для анализа стала «Поколение Z: Теоретический аспект» [33], которая посвящена осмыслению и анализу характеристик представителей поколения Z на основании современных психологических исследований «цифровых детей».

В статье также отмечается особенности тех реалий, в которых формируется современная молодёжь, а именно постоянный и быстрый доступ

в Интернет, что и оказывает ключевое влияние на становление рассматриваемого поколения.

Среди основных характеристик «Zoom-еров» указана повышенная нервная возбудимость и гиперактивность, причиной которых является постоянный неконтролируемый поток информации. Тем не менее, есть и обратная сторона данного явления: с детства вынужденные обрабатывать большое количество новой информации, подростки учатся переключаться с разных видов деятельности, быстрее обучаться и находиться в режиме многозадачности, благодаря чему у них появляется уверенность в себе. А также формируется собственная точка зрения.

Ещё одним «маркером» для молодёжи является «клиповость мышления», а именно, способность воспринимать мир посредством коротких новостей и видеороликов. По результатам исследований, среднее время концентрации внимания молодого человека составляет около восьми секунд, а вместо текста, зачастую, воспринимаются картинки или «смайлики». Именно такая особенность мышления, по мнению автора статьи является объяснением затруднений молодёжи в прочтении больших объёмов литературы, такие привычные для старших поколений, и тому, почему молодёжь предпочитает тезисное изложение информации, и высокая роль «наглядности» (комиксы, дневники, лайфхаки и т.д.).

Касаемо ценностных ориентаций, автор придерживается следующего мнения: «Для современной молодежи традиционные образцы, представляемые старшими поколениями, уже не могут служить однозначными ориентирами в принятии решений по принципиальным вопросам».

Ещё одной теоретической выкладкой для анализа стала статья «Поколение Z: Проблемы, возможности, перспективы на рынке труда» [25], в которой даются характеристики и освещаются особенности поколения Z, отмечается актуальные для них проблемы трудоустройства и адаптации к экономической и социальной среде. Авторы статьи определяют возможности

данного поколения в современном мире и предлагают для них перспективные направления по трудоустройству.

В статье отмечается, что современное поколение, сформировавшееся в эпоху социальных сетей, не приспособлено к физическому труду, а на рекламу у них сформирован мощный иммунитет, поскольку с детства они к ней привыкли. Для них, намного важнее развивать собственную личность, чем пытаться произвести впечатление брендом. Продукция, которая их интересует, должна обладать такими качествами как: польза, экологическая безвредность. Помимо этого, существует прямо противоположная позиция о том, что именно среди молодых людей бренды получают наибольшую популярность. Действительно важно, по мнению авторов, научить молодёжь отличать и видеть грань между реальностью и виртуальным пространством, ведь не смотря на быструю скорость интеллектуального развития, это влечёт целый ряд проблем.

Одной из таких проблем является затруднения с трудоустройством. Ситуация парадоксальна тем, что «Zoom-еры» одновременно самые перспективные, и при этом наиболее уязвимые на рынке труда. Адаптация в экономической и социальной среде для них затруднена, что мешает быть стойкими в любых кризисных ситуациях, а это приводит, зачастую, к теневой занятости. Это происходит и потому, что многие работодатели не видят потенциала в молодом поколении и не воспринимают их, как способных продвигаться по карьерной лестнице работников.

Ко всему этому, свою роль оказывает желание многих молодых людей получать всё и сразу: «Когда недостаточно знаний из области нравственного и психологического воспитания, то не формируются ориентиры того, как правильно жить, того, к чему стремиться, и главное - как достигать поставленных целей.» По мнению авторов статьи, популяризация подобных потребительских идей идёт к нам с Запада, где зачастую в качестве главных ценностей выступают деньги и мода, а целью жизни становится удовлетворение своих потребностей и материальное благополучие.

Для улучшения ситуации, для работодателей предложены такие меры, как: конкретизация целей, вознаграждение за достижение промежуточных компетенций, премирование на основе личного вклада каждого сотрудника, оплата труда исходя из рейтинга и привлечение новых сотрудников за материальные бонусы.

Подводя итог качественного анализа статей, можно сделать вывод о том, что образ Поколения Z, в целом схож, поскольку в различных статьях неоднократно упоминаются такие характеристики, как:

- быстрое включение в интересующую их информацию;
- нацеленность на быстрый результат;
- особенности, вызывающие тревогу у психологов и родителей.
- высокий уровень СДВГ и дефицита внимания
- неусидчивость и нетерпеливость;
- замкнутость, склонность к аутизации;
- повышенная возбудимость.

А среди основных возможностей поколения Z: умение работать с любой информацией; повышенная скорость развития; многозадачность «клиповость» мышления; инфантилизм; ухудшенное запоминание, поскольку вся необходимая информация имеется в доступе в Интернете.

В результате контент-анализа статей по заданной теме на рейтинговых интернет сайтах были получены следующие результаты.

Наибольшее количество материалов, относящихся к современному молодому поколению оказалось на сайтах Риа-новости, РБК и Lenta.ru, большинство из статей относятся к бизнес-сфере, изучение поколения прежде всего представлено с точки зрения финансового поведения молодых людей и особенностей взаимодействия с ними для предпринимателей.

Таблица 1 – Контент-анализ рейтинговых интернет-источников

Интернет-источники	РТ. На рус ско м	РИ А Но вос ти	«Р БК »	«Le nta. ru»	Ко мс ом оль ска я пра вда	Газ ета .ru	Всего:
Единицы наблюдения							
«цифровые технологии»		++	+			+	4
«запад»							0
«патриотизм»							0
«Протест»	+						1
«Политическая пассивность»							0
«Политическая активность»	+		+				2
«Потребительство»		++	+	+			4
«Равнодушие к потреблению»							0
«эгоизм»		+			+		2
«Волонтёрство»							0
Соц. сети	+		+		+	+	4

Экологичность		++	+			+	4
---------------	--	----	---	--	--	---	----------

Таблица 1

После проведения контент анализа статей популярных интернет-источников, посвящённых теме «Поколения Z», можно сделать вывод, что в целом, среди 15 статей, лишь 1 носила негативный окрас, остальные статьи носят скорее нейтральный характер. Объединяет все материалы то, что в них признаётся тот факт, что говорить о достаточной изученности молодёжи ещё рано, поскольку старшие его представители только недавно вышли на рынок труда, а большинство, всё ещё учится в школах и других учебных заведениях.

Часто упоминаются такие характеристики молодого поколения, как: «аутичные», «стойкие к рекламе», «экологичные», «независимые».

Отдельным блоком идут статьи о том, какие представители постмиллениумов в работе. Часто их описывают как «не привыкшие работать в коллективе», «индивидуалисты», «требуют отдельного внимания к себе», «не любят офисы открытого типа», «конкурентоспособные».

Следующим блоком идут экономические характеристики поколения, то, как они потребляют и тратят: «богатые», «экономят, ради лучшего приобретения», «интернет-шопоголики», «не стремятся к покупке своего жилья», «лучше всех подготовлены к кризису».

Важно и то, что во многих интернет-источниках, упоминается о том, что молодое поколение всерьёз обеспокоено экологическими проблемами Земли. Их описывают как «разумных потребителей», «главная проблема для них – изменение климата», «хотят улучшить мир».

Подводя итог анализа, мы пришли к выводу, что основными «слагаемыми», которые идут неразрывно со статьями, касаясь поколения Z являются причастность к цифровым технологиям, потребительский интерес и эгоизм, внимание к экологии, политическая заинтересованность, а значит, образ поколения, транслируемый в рейтинговых интернет-источниках, частично совпадает с полученными результатами интервью и анкетного

опроса, а именно- повышенный интерес к саморазвитию, расслоение среди молодёжи, и влияние цифровых технологий на молодое поколение.

Заключение

В работе выполнены все поставленные задачи, гипотезы подтверждены.

Одной из задач было выявление возрастных границ поколения Z, выдвигалась гипотезой, согласно которой представители этого поколения относят к ней людей не старше 25 лет. В нашем исследовании 40,1% относят к своему поколению людей не старше 25 лет, что отчасти подтверждает Гипотезу 1.

Культурными предпочтениями молодежи является использование возможностей глобальной сети Интернет, просмотр содержание видеохостингов и социальных сетей, например, YouTube и Instagram соответственно, а также просмотр сериалов и фильмов.

В числе поставленных в исследовании задач было выявление факторов, которые, по мнению представителей поколения Z, повлияли на формирование их индивидуальности. Исходя из полученных данных можно сказать, что основными являются: жизненные обстоятельства (26,3%), определённые люди (23,8%) и совокупность всех факторов (18,8%).

Гипотеза 2 о том, что молодое поколение редко прислушивается ко мнению старших родственников частично подтвердилась, поскольку в ходе анкетного опроса и интервью выяснилось, что для молодёжи важно мнение сразу нескольких близких людей, но в конечном итоге выбирают они наиболее близкое для себя.

Гипотеза 3, о том, что появление и использование социальных сетей для «Поколения Z» является одним из объединяющих поколение событий, подтвердилась в ходе анкетного опроса, поскольку такой вариант ответа выбрали 48,8% респондентов.

Гипотеза 4 подтвердилась частично, молодые люди действительно считают себя более решительными, в отличии от родителей (42,5%), но с тем, что большинство из них инфантильны, согласны только около трети респондентов (32,1%), с тем, что молодёжь зачастую путает реальный и виртуальный мир, согласились 33,8%.

Гипотеза 5 о негативном образе поколения Z в Интернет-пространстве не подтвердилась. Несмотря на особое внимание к специфическим чертам молодого поколения, в целом образ молодёжи остаётся более положительным, в прессе о них часто пишут, как о поколении, способном изменить мир к лучшему.

Цель исследования – выявление основных социально-культурных черт была достигнута за счёт выполнения поставленных задач.

Среди таких черт оказались: интровертность, желание изменить мир, постоянное пребывание в Интернет-пространстве, наличие собственной позиции, интерес к политике, стремление к саморазвитию.

Мечты и ценности близки к традиционным, но помимо ответов «Семья» и «Здоровье», представители изучаемого поколения высокую значимость отдают самореализации, поиску себя и обретению собственного «Я», чему могут, по их мнению, способствовать образование, карьера, круг общения и многое другое.

Представителям поколения «Z» важнее чувствовать себя комфортно, они не станут выбирать профессию, руководствуясь наставлениями родителей и родственников, а если и станут, то велика вероятность, что не будут продолжать обучение и выберут то, что нравится им.

Такая черта, как индивидуализм, присуща этой категории не случайно. Склонность к виртуальному общению и привычка дистанцированности оказали в этом не маловажную роль.

Социальное расслоение, присущее каждому предыдущему поколению, для представителей поколения Z уже не так значимо, поскольку им важнее не внешняя оболочка, а наполненность изнутри. «Своих» они идентифицируют по схожим взглядам и ценностям, стилю жизни и в интересах. Для них существует расслоение на тех, кто пытается изменить мир, и тех, кто рассчитывает, что мир изменится ради него. Первые — «думающая молодёжь»: изучает историю, интересуется политикой, не равнодушны к мировым и глобальным проблемам, разбирающиеся в потоке информации и

многое подвергающие сомнению. Вторые — ожидающие лёгких денег, мечтающие о славе, живущие бесцельно и ни о чём не мечтающие.

Подобное разделение прослеживается и в образе поколения в СМИ, в частности в статьях и публикациях, где не редко критикуется система мышления нынешней молодёжи, их нежелание читать, их «интровертность» и отрешённость от проблем реальной жизни. Вместе с тем, в каждой из таких публикаций признаётся, что поколение Z умнее и сообразительнее всех предыдущих, его изучение только началось и, возможно, именно оно станет реформаторами нового мира.

Исследование, действительно, является актуальным, поскольку у изучаемого поколения были выделены характерные социально-культурные черты, требующие определённого подхода к взаимодействию с ними.

Список литературы

1. Азаренок Н.В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире. // Мат. Всерос. юбилейной науч. конф., посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна «Психология человека в современном мире». Том 5. Личность и группа в условиях социальных изменений. / Отв. ред. А.Л. Журавлев. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 110-112
2. Арцимович И.В. Современное поколение: вызовы обществу или времени // Интерактивная наука. 2017. № 12. С. 119–121.
3. Бауман З. Текучая современность / пер. с англ.; под ред. Ю.В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
4. Бражников П.П. Теория поколений в кадровой политики и ее связь с конкуренцией работодателей на рынке труда // Тренды и управление. – 2016. – Июль (т.14, №2). –С.194-2014.
5. Гаврилова А.В. Социально-психологические особенности ментальности нового поколения // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия, психология, педагогика». 2016. Т. 26. Вып. 2. С. 58–63.
6. Грушин Б.А., Чикин В.В Лицо поколения // Молодая гвардия. 1961. №5. С. 9-10.
7. Зайцева Н.А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 2 (3). С. 220–236.
8. Зоркая Н. Современная молодежь: к проблеме «дефектной» социализации // Вестник общественного мнения. 2008. № 4 (96). С. 17–19.
9. Иванова Е.С. Особенности эмоционального интеллекта в подростковом возрасте // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С.37–42.
10. Клепиков В.Н. Потенциал социокультурной модернизации образования в ракурсе нравственноэтического воспитания детей, подростков и молодёжи //

- Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2013. № 3. С.39–46.
11. Мирошкина М.Р. [и др.] Методики исследования базовых характеристик участников современного образовательного процесса // М., 2015. 95 с.
12. Мирошкина М.Р. Разные поколения – разный педагогический подход // Школьные технологии. 2014. № 2. С. 8–20.
13. Нечаев Н.Н., Дурнева Е.Е. Цифровое поколение: психолого-педагогическое исследование проблемы // Педагогика. 2016. № 1. С. 36–45.
14. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1. С. 94–97.
15. Пищик В.И. Поколения: социально-психологический анализ ментальности // Социальная психология и общество. 2011. № 2. С. 80–88.
16. Селюкова М.А. Развитие социальной компетенции как ведущее направление в работе школьной социально-психологической службы с подростками // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С.71–77.
17. Семенова В.В. Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию «поколение» // Дробижева Л.М. (ред.) Россия реформирующаяся: Ежегодник-2003. М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 213–237.
18. Сиденко Е.А. К вопросу адаптации младшего и старшего подростка в социуме // Эксперимент и инновации в школе. 2011. №6. С.3–9.
19. Сиденко Е.А. Особенности старшего подросткового возраста // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2011. № 2. С.30–32.
20. Солдатова Г.В. Пойманные одной сетью. Социально-психологический анализ представлений детей и подростков об интернете. М.: Фонд развития интернет, 2011, 176 с.

- 21.Солдатова Г.В., Нестик Т., Рассказова Е., Зотова Е. Цифровая компетентность российских подростков и родителей: результаты всероссийского исследования. - Фонд Развития Интернет, Москва, 2013. — С.
- 22.Солдатова Г.В. и др. Интернет: возможности, компетенции, безопасность. Методическое пособие для работников системы общего образования. Практикум. Часть 2 — Центр книжной культуры Гутенберг Москва, 2013. — С. 137.
- 23.Чумаков В. По материалам беседы с Е. Шамис и А. Антиповым // Коммерческий директор. 2007.№ 11 (23). С. 56–61.
- 24.Шанин Т. История поколений и поколенческая история России // Человек. Сообщество. Управление. - 2005. - №№5. - С. 6-25.
25. Яшкова Елена Вячеславовна, Вагин Дмитрий Юрьевич и др. Поколение Z: проблемы, возможности, перспективы на рынке труда // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. - 2018. - №№7(33), Том 2. - С. 256-258.
26. Времена года и времена жизни // rugenerations — Российская школа теории поколений URL: <http://rugenerations.su/2009/04/30/времена-года-и-времена-жизни> (дата обращения: 22.04.20).
27. Младшее поколение как социально-демографическая категория: теоретический аспект // Вопросы территориального развития URL: <http://vtr.vscs.ac.ru/article/1519/full> (дата обращения: 01.05.20).
28. Психологические особенности современного поколения // Социальная сеть работников образования «Наша сеть» URL: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/materialy-dlya-roditelei/2016/05/23/psihologicheskie-osobennosti-sovremennogo> (дата обращения: 03.05.20).
29. Поколение Selfi e: пять мифов о современной молодежи // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115996> (дата обращения: 26.04.20).

30. Поколение z — Поколение эпохи ФГОС // Издательская группа Основа URL: http://www.e-osnova.ru/PDF/osnova_1_56_12345.pdf (дата обращения: 17.05.2020).
31. Поколение Z: психологические особенности современных студентов // Электронный архив ДНТУ URL: <http://ea.donntu.org/handle/123456789/21748> (дата обращения: 28.04.20).
32. Поколение Z – что это такое и какие их характерные черты? // Издательская группа Основа URL: http://www.e-osnova.ru/PDF/osnova_1_56_12345.pdf (дата обращения: 24.04.20).
33. Поколение Z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития URL: <http://vtr.isert-ran.ru/article/2604> (дата обращения: 18.04.20).
34. Поколение Z: те, кто будет после // HR-portal URL: <https://hr-portal.ru/article/pokolenie-z-te-kto-budet-posle> (дата обращения: 20.04.20).
35. Теория о поколениях России: от «фронтовиков» — к «поколению без будущего» и дальше // Новая газета URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2015/07/18/64943-teoriya-o-pokoleniyah-rossii-ot-171-frontovikov-187-8212-k-171-pokoleniyu-bez-buduschego-187-i-dalshe> (дата обращения: 10.04.20).
36. Трудоустройство молодых специалистов: ключевые проблемы // НГПУ URL: <http://job.nspu.ru/article.php?id=131> (дата обращения: 25.04.20).
37. Теория поколений // Психология и бизнес URL: <https://psycho.ru/library/2581> (дата обращения: 07.05.20).
38. Центениалы. Поколение, которое захватит мир? // rugenerations — российская школа теории поколений URL: <https://rugenerations.su/2019/01/15/центениалы-поколение-которое-захват/> (дата обращения: 02.05.20).

39. Этика ответственности современной российской молодежи // МГИМО
URL: https://mgimo.ru/files/234861/soc_zarubina.pdf (дата обращения: 29.04.20).

40.30 фактов о современной молодежи: исследование Сбербанка и Validata // Молодёжный журнал Янгспейс URL: <https://youngspace.ru/faq/sberbank-issledovanie-molodezhi/> (дата обращения: 03.05.20)

Анкета:

Уважаемый респондент! Просим Вас принять участие в исследовании и ответить на вопросы анкеты. Внимательно прочтите каждый вопрос и возможные варианты ответов к нему. Выберите ответ, наиболее отвечающий Вашему мнению, и укажите его.

Просим отвечать искренне и работать самостоятельно. Ответы будут использованы в обобщенном виде. Анонимность гарантируется.

1.Знаете ли Вы что-то о таком понятии, как «Поколение Z»?

- 001.Да, приходилось слышать
- 002.Нет, слышу впервые
- 003.Затрудняюсь ответить

2.К Вашему поколению относятся люди...

- 004. до 30 лет
- 005. до 25 лет
- 006. до 20 лет
- 007.до 18 лет
- 008.Затрудняюсь ответить

3. Продолжите фразу: «Представители моего поколения...» (Не более 3-х ответов)

- 009.Зачастую путают реальный и виртуальный мир
- 010.Более решительны, чем их родители
- 011.Более толерантны, чем их родители
- 012.Больше склонны к самообразованию, чем другие
- 013. Быстро вникают и много работают с любой информацией
- 014.Одновременно могут выполнять несколько дел
- 015. Склонны к инфантилизму, т.е. показывают свою детскую натуру во взрослой жизни
- 016.Из-за большого потока информации запоминают только самое важное
- 017.Ни одно из данных утверждений не подходит
- 018.Затрудняюсь ответить
- 019.Другое: _____

4.Как Вы считаете, есть ли у представителей Вашего поколения герои, кумиры или те, на кого они стремятся быть похожими? (при выборе ответов 022-024 переходите к вопросу №6)

- 020.Да
- 021.Скорее да, чем нет

- 022. Скорее нет, чем да
- 023. Нет
- 024. Затрудняюсь ответить

5. Как Вы считаете, люди из какой сферы часто завоёвывают популярность у молодёжи? (не более 3-х ответа)

- 025. YouTube/ Instagram блогеры
- 026. Реперы, певцы и музыканты
- 027. Актёры сериалов и фильмов
- 028. Писатели и поэты
- 029. Спортсмены
- 030. Политики
- 031. Исторические деятели
- 032. Другое _____

6. Выберите, пожалуйста, 3 основные ценности в Вашей жизни на данный момент:

- 033. Карьера
- 034. Образование
- 035. Семья
- 036. Отношения
- 037. Здоровье
- 038. Деньги
- 039. Путешествия
- 040. Самопознание
- 041. Наука
- 042. Творчество
- 043. Спорт
- 044. Другое: _____

7. В каком возрасте произошли события, значительно повлиявшие на становление Вас, как личности?

- 045. Возраст от 3-х до 7 лет
- 046. Возраст от 7 до 11 лет
- 047. От 12 до 16 лет
- 048. От 17 до 21 года
- 049. От 22 и старше
- 050. Затрудняюсь ответить
- 051. Другое: _____

8. Можете ли Вы выделить, что в большей степени оказало влияние на становление Вас, как личности?

- 052. Жизненные обстоятельства
- 053. Окружение
- 054. Определённые люди
- 055. Телевидение
- 056. Литература
- 057. Хобби, увлечение
- 058. Семья, родственники
- 059. Образовательные учреждения
- 060. Всё из вышеперечисленного
- 061. Другое: _____

9. Как Вы считаете, что, в наибольшей степени объединяет представителей Вашего поколения?

- 062. Внешний вид, стиль
- 063. Взгляды на жизнь
- 064. Образ жизни
- 065. Постоянное пребывание в интернете
- 066. «Непохожесть» на остальные поколения
- 067. Другое: _____

10. Какие профессии для Вас наиболее привлекательны? (Не более 3-х ответов)

- 068. Врач/медицинский работник
- 069. Юрист
- 070. Менеджер
- 071. Работник полиции
- 072. Программист
- 073. Дизайнер
- 074. Учитель/педагог
- 075. Социолог/психолог
- 076. Политический деятель
- 077. Организатор мероприятий
- 078. Экономист
- 079. Затрудняюсь ответить
- 080. Другое: _____

11. При принятии важных решений, с кем в первую очередь Вы будете советоваться?

- 081. С родителями

- 082. Со своей второй половиной
- 083. С друзьями
- 084. С родственниками
- 085. С коллегами/знакомыми
- 086. Ни с кем не буду советоваться, решу самостоятельно
- 087. Затрудняюсь ответить
- 088. Другое: _____

12. Общаетесь ли Вы со старшими родственниками (родителями, бабушками и т.д.)

- 089. Да, регулярно общаюсь лично и по телефону
- 090. Да, часто общаюсь по телефону/видеосвязи
- 091. Периодически созваниваемся
- 092. Почти не общаюсь/Очень редко
- 093. Не общаюсь совсем

13. С чем связаны Ваши главные мечты и желания?

- 094. С семьёй
- 095. С самореализацией
- 096. С карьерой
- 097. С путешествиями
- 098. С покупкой/приобретением чего-либо
- 099. С наукой/обучением
- 100. У меня нет желаний
- 101. Затрудняюсь ответить
- 102. Другое: _____

14. Как Вы считаете, к какому событию из перечисленных, можно отнести Ваше поколение? (не более 3-х ответов)

- 103. К развалу СССР
- 104. К «лихим 90-м»
- 105. К правлению В. В. Путина
- 106. К широкому использованию сети Интернет
- 107. К появлению социальных сетей
- 108. К мировой глобализации
- 109. К реформам образования (введение ЕГЭ и т.д)
- 110. Ко всему вышеперечисленному

111. Затрудняюсь ответить
112. Другое: _____

15. Как Вы считаете, способно ли Ваше поколение изменить мир в лучшую сторону?

113. Да
114. Скорее да, чем нет
115. Скорее нет, чем да
116. Нет
117. Затрудняюсь ответить

16. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:

118. От 16 до 18
119. От 19 до 20
120. От 21 до 22
121. От 23 до 24

17. Укажите, пожалуйста, свой пол:

122. Женский
123. Мужской

Благодарим за участие в опросе!

Бланк интервью:

1. Людей примерно какого возраста Вы бы отнесли к представителям Вашего поколения?
2. Как Вы считаете, были ли у представителей Вашего поколения герои, кумиры или те, на кого они стремились быть похожими?
3. В каком возрасте произошли события, значительно повлиявшие на становление Вас, как личности? Что это были за события?
4. Как Вы считаете, что объединяет представителей Вашего поколения?
5. Какие профессии для Вас были наиболее привлекательны?
6. При принятии важных решений, советовались ли Вы с кем-то или же делали выбор самостоятельно? (чье мнение было решающим)
7. С чем были связаны основные мечты и желания молодых людей в Ваше время?
8. Как Вы считаете, изменило ли Ваше поколение в лучшую сторону?
9. Виделись ли Вы со старшими родственниками?
10. К какому историческому событию относится Ваше поколение?
11. Какой отпечаток на жизни людей Вашего времени наложили происходившие тогда события?
12. Укажите, пожалуйста, год Вашего рождения

ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ПО ПОЛУ И ОТДЕЛЬНЫМ ВОЗРАСТАМ
на начало 2018 года

ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ПО ПОЛУ И ОТДЕЛЬНЫМ ВОЗРАСТАМ
на начало 2018 года

Пензенская область
(с учетом НСК)

Возраст (лет)	Все население			Городское население			Сельское население		
	мужчины и женщины	мужчины	женщины	мужчины и женщины	мужчины	женщины	мужчины и женщины	мужчины	женщины
0	11869	6133	5736	8441	4369	4072	3428	1764	1664
1	13595	6870	6725	9857	5013	4844	3738	1857	1881
0-2	39751	20330	19421	28628	14678	13950	11123	5652	5471
3-5	43511	22294	21217	29625	15150	14475	13886	7144	6742
6	13770	7127	6643	9287	4744	4543	4483	2383	2100
1-6	85163	43618	41545	59099	30203	28896	26064	13415	12649
7	13778	7164	6614	9599	4986	4613	4179	2178	2001
8-13	78185	40166	38019	53137	27366	25771	25048	12800	12248
14-15	23240	12006	11234	15446	7926	7520	7794	4080	3714
16-17	22095	11472	10623	14627	7557	7070	7468	3915	3553
18-19	21774	11163	10611	14768	7688	7080	7006	3475	3531
20-24	63888	32673	31215	44223	22491	21732	19665	10182	9483
25-29	95875	48360	47515	72000	35471	36529	23875	12889	10986
30-34	105631	54014	51617	76487	38284	38203	29144	15730	13414
35-39	94995	47686	47309	68376	33932	34444	26619	13754	12865
40-44	91743	44464	47279	64298	30864	33434	27445	13600	13845
45-49	88393	42189	46204	59568	27943	31625	28825	14246	14579
50-54	91972	42875	49097	60061	27208	32853	31911	15667	16244
55-59	108690	48577	60113	70685	30212	40473	38005	18365	19640
60-64	99655	41145	58510	66181	26193	39988	33474	14952	18522
65-69	87796	33611	54185	59964	22033	37931	27832	11578	16254
70-74	41649	14539	27110	28955	9847	19108	12694	4692	8002
75-79	52007	14794	37213	32991	9281	23710	19016	5513	13503
80-84	29693	7623	22070	18642	4696	13946	11051	2927	8124
85 и старше	23564	4568	18996	14633	2872	11761	8931	1696	7235
Итого	1331655	608840	722815	912181	411422	500759	419474	197418	222056
0-14	200906	103240	97666	138252	71003	67249	62654	32237	30417
0-15	212235	109087	103148	145722	74850	70872	66513	34237	32276
0-17	234330	120559	113771	160349	82407	77942	73981	38152	35829
16-54	-	-	341470	-	-	242970	-	-	98500
16-59	-	383473	-	-	261650	-	-	121823	-
трудоспособного	724943	-	-	504620	-	-	220323	-	-
55 и старше	-	-	278197	-	-	186917	-	-	91280
60 и старше	-	116280	-	-	74922	-	-	41358	-
старше трудоспособного	394477	-	-	261839	-	-	132638	-	-

10 и старше	1192512	537438	655074	815605	361895	453710	376907	175543	201364
15-49	595723	297868	297855	421817	208077	213740	173906	89791	84115
16-29	203632	103668	99964	145618	73207	72411	58014	30461	27553

	мужчина	женщина	
16-17	35	32	327
18-19	34	31	
20-24	99	96	

Результаты анкетного опроса.



Рисунок 4.1.



Рисунок 4.2.

Выберите, пожалуйста, 3 основные ценности в Вашей жизни на данный момент:

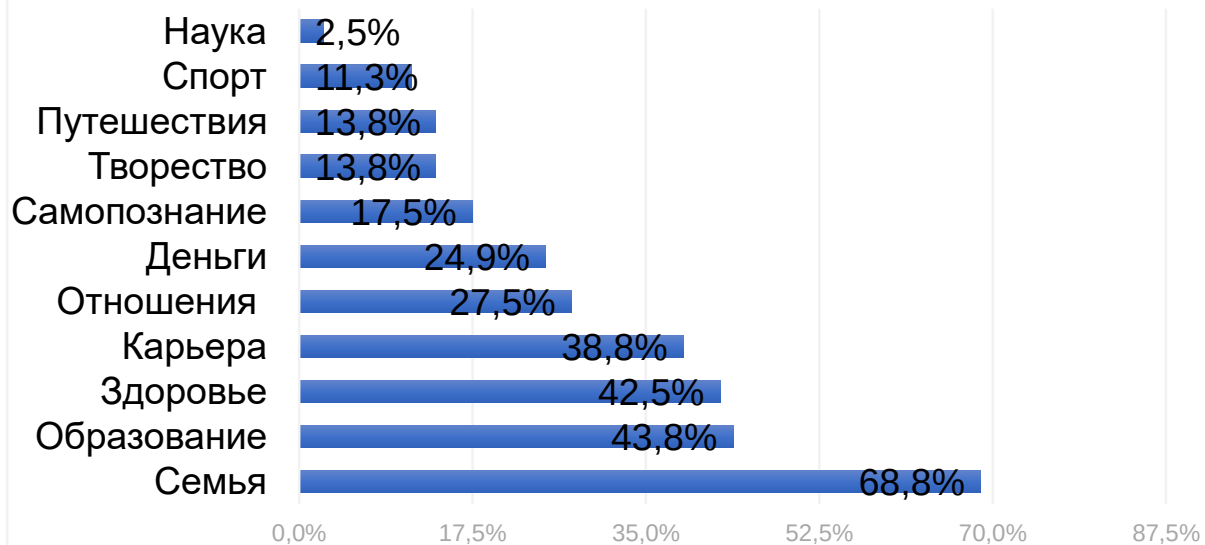


Рисунок 4.3.

Можете ли Вы выделить, что в большей степени оказало влияние на становление Вас, как личности?



Рисунок 4.4.

Как Вы считаете, что, в наибольшей степени объединяет представителей вашего поколения?

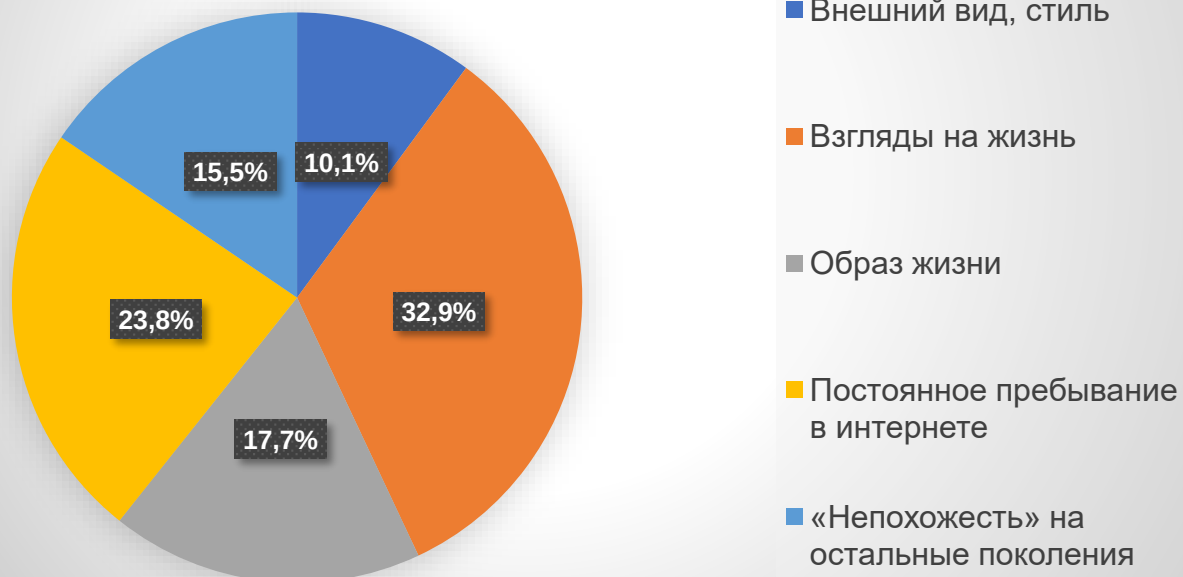


Рисунок 4.5.

КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, К КАКОМУ СОБЫТИЮ ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ, МОЖНО ОТНЕСТИ ВАШЕ ПОКОЛЕНИЕ?



Рисунок 4.6.

Как Вы считаете, способно ли Ваше поколение изменить мир в лучшую сторону?

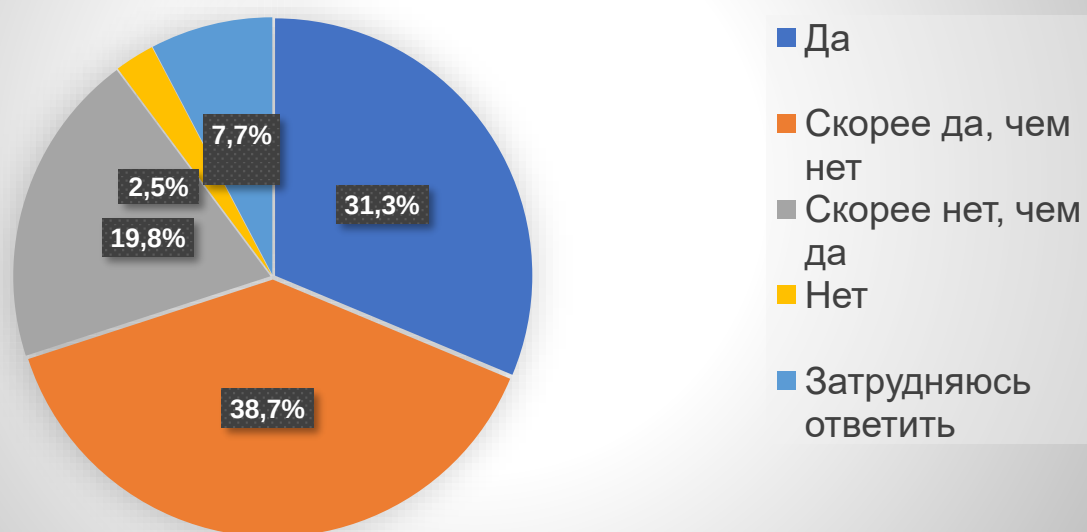


Рисунок 4.7.

Скриншоты статей из рейтинговых Интернет-источников.

Зумер против бумера. Кому легче жить в виртуальной реальности?

03:00 28.02.2020 349



© Фото: Oculus VR

Технологии виртуальной реальности некоторым людям даются очень трудно, вплоть до физиологических проблем. С чем это связано, рассказала радио Sputnik основатель и координатор проекта "RuGenerations – российская школа теории поколений" Евгения Шамис.

Они разрушат этот мир: пугающее поколение Z

08:00 07.01.2020 (обновлено: 08:05 07.01.2020) 171568



© Depositphotos / Gdolgikh

МОСКВА, 7 янв — РИА Новости, Максим Рубченко. Социологи бьют тревогу: во взрослую жизнь вступают представители поколения "зет", которые кажутся пришельцами с другой планеты. Уж слишком сильно их интересы и жизненные ценности отличаются от того, к чему привыкли старшие поколения.

Одиноким, продвинутым и богатым: как поколение Z меняет рынок жилья

11:06 09.08.2019 9071



© РИА Новости / Ульяна Соловьева / Перейти в фотобанк



Владислав Санников

Генеральный директор цифрового агентства недвижимости "33 Слона"

[Все материалы](#)

Людям, которые скоро будут править миром, сейчас еще нет восемнадцати. Это то самое поколение Z, которое еще даже не начало зарабатывать деньги, но уже влияет на все рынки, так как маркетологи вовсю стараются вычислить, что же понравится этим загадочным людям из будущего. О том, как консервативный рынок недвижимости меняется, ориентируясь на интересы постмиллениалов, рассуждает генеральный директор цифрового агентства недвижимости "33 Слона" Владислав Санников.

Новость: **Экономика**

9 апреля 2020

Названо самое подготовленное к кризису поколение россиян

Фото: Владимир Вяткин / РИА Новости ... назвали самое подготовленное к кризису **поколение** россиян. ... Им оказалось **поколение** «зумеров» — люди в возрасте от 18 до 23 лет. ... Также представители **поколения Z** (второе название «зумеров») оказались ... источников своих доходов.

<https://lenta.ru/news/2020/04/09/z/>

Новость: **Экономика**

25 декабря 2019

Бэби-бумеры обогнали молодежь по темпам роста мобильного интернет-трафика

Фото: Depositphotos Tele2 с помощью ... потребления представителей разных **поколений** за 2017–2019 годы. ... Для исследования специалисты проектного ... к данным российской школы теории **поколений**. ... Лидером по объему скачанного интернет-... в 2019 году остаются представители **поколения Z** — дети и подростки, которые родились ... в эпоху активного развития интернета.

<https://lenta.ru/news/2019/12/25/tele2/>

Российская молодежь отказалась экономить на путешествиях

В исследовании сказано, что в стране 60 процентов представителей **поколения Z**, то есть родившихся после 1995 года ... важнейшей статьёй своих расходов. ... Согласно результатам опроса, многим из **поколения Z** нравится путешествовать в одиночку, в том числе с рюкзаком в дальние страны.

<https://lenta.ru/news/2019/09/29/booking/>

Новость: **Экономика**

21 сентября 2018

Бизнес изменит подход к рекламе из-за Поколения Z

Новую потенциальную аудиторию, которая и ... основной, эксперты определяют как **Поколение Z** ... Оно радикально отличается от всех предыдущих **поколений**, потому что потребление информации у него происходит обрывисто, это **поколение**, которое использует до 5 девайсов ... развитию Sostav.ru Маргарита Щербакова. ... Внимание представителей такого **поколения** очень фрагментарно и может задержаться ... продукте или услуге, показать бренд.

<https://lenta.ru/news/2018/09/21/pokoleniez/>

Статья: **Из жизни**

27 июня 2017

Подвинься, миллениал

Фото: Peter Nicholls / Reuters Анна ..., миллениалы и представители **поколения X** ... Расступитесь, миллениалы и представители **поколения X** ... «Идея заключается в том, что есть небольшая генерация между **поколением X** — которых мы видим депрессивными ...», — поясняет профессор Вудман.

<https://lenta.ru/articles/2017/06/27/xennials/>



ОБЩЕСТВО 13 мая, 15:14

Познер рассказал о главном испытании для поколения Z

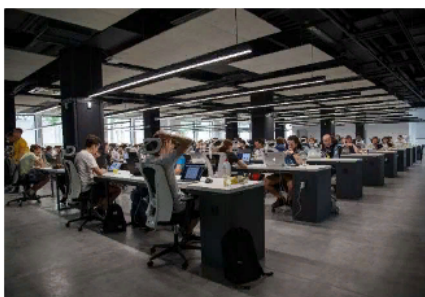
Телеведущий Владимир Познер ответил на вопрос о том, какие опасности ждут поколение Z (людей, родившихся в 1996-2017 годах) и ... историческая миссия этого «цифрового» поколения. ... «Все новые поколения похож...



ОБРАЗОВАНИЕ 15 января, 09:41

Школьники поколения Z.

К поколению Z причисляют детей, которые были рождены в 2000-2019 годах. ... На данный момент это поколение является последним и практически не изученным. ... Специалисты решили выяснить, как же новое поколение...



ДРУГОЕ 3 января, 16:00

Почему поколение Z не любит офисы открытого типа

Сотрудники из поколения Z конкурентоспособны, независимы и ... стали популярны в последнее время. ... Наличие доступа к услугам для зумеров ..., которое оценят сотрудники из поколения Z. ... В частности, риэлторская...



ДРУГОЕ 25 декабря 2019

Как сделать рабочий процесс комфортным для поколения Z

Поколение Z требует этого — в процессе найма и после. ... Вот что можно сделать, чтобы создать рабочую обстановку, более комфортную для поколения Z. ... Общайтесь Описание поколения Z часто обобщают и...

СТАТЬЯ 12.03.2020 14:34

«Пятерочка» против Amazon

Константин Журавлев

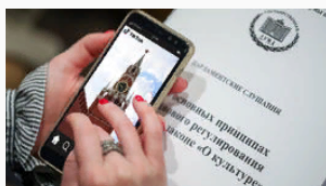


... Это тренд опирается на интересы **поколения Z**, которым важен уже не столько ...
... с селебрити, - замечает Сергей Ломакин. - Для **поколения Z** важно не что ты покупаешь ...

ОБЩЕСТВО | СТАТЬЯ 26.02.2020 10:27

«Может сыграть на руку»: захватят ли российские власти TikTok

Александра Баландина



... в России. Официальный запуск главной соцсети **поколения Z** состоялся в 2016 году на базе ...