

ЦЕННОСТИ «ЦИФРОВОЙ МОЛОДЁЖИ» РОССИИ: К ВОПРОСУ О СТЕРЕОТИПАХ

Хворова В.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
valeriya_hvorova@mail.ru

Под термином «цифровая молодёжь» скрывается сразу два поколения, объединённых общим фактором развития — цифровой средой. Американские исследователи Вильям Штраус и Нил Хоув в своей совместной книге «Поколения» выделили периоды развития, согласно которым молодёжь делится на два типа: поколение Y — люди, рождённые в 1983 – 2000 годах; поколение Z — с 2001 по 2020 год [3. С.95]. Американская теория была адаптирована отечественными авторами Е.Шамис и А. Антиповым и широко распространена в России [5].

Ценности «цифровой» молодёжи формируются в принципиально новых социокультурных и исторических условиях и под всеохватывающим влиянием медиасферы. Поэтому проблема формирования ценностного поля молодёжи сегодня находится в центре научного внимания. Это повлекло за собой возникновение в обществе определённых стереотипов в отношении нравственного портрета новой молодёжи. Проанализировав результаты собственного эмпирического исследования, проведённого в 2021 году (в исследовании приняли участие 200 человек в возрасте от 15 до 35 лет), мы считаем целесообразным разрушить некоторые клише о ценностных ориентирах современной молодёжи.

Современная молодёжь – поверхностное поколение. Данный стереотип во многом связан с когнитивной характеристикой цифровой молодёжи. В современной науке принято считать, что новое поколение обладает клиповостью мышления. Эта способность позволяет одновременно воспринимать информацию из разных источников. В 2018 году на факультете журналистики Белорусского государственного университета было проведено исследование представителей центениалов, которое показало, что 66% опрошенных работают с информацией, используя одновременно как минимум два устройства (чаще всего ноутбук и смартфон) [1]. Однако эта особенность свидетельствует только о способности молодого поколения мыслить многозадачно, что не говорит об отсутствии установки молодого поколения к глубоким знаниям в определённой области. По данным нашего исследования, 45% респондентов считают образованность значимым человеческим качеством.

Миллениалы и центениалы — поколения ленивых. Кажется, просто принято считать, что молодые поколения более ленивые и безответственные. По данным компании Robert Half, 77% молодых людей заявили, что им «нужно работать усерднее, чем предыдущим поколениям, чтобы построить карьеру и иметь полноценную жизнь» [2]. Также среди «зетов» больше людей предпочитают открывать и развивать собственный бизнес, чем работать по найму. Молодому поколению важно, чтобы их работа представляла определенную ценность — тогда они готовы отдаться ей «с головой».

Цифровая молодёжь — поколение карьеристов, желающих получить всё и сразу.

Часто можно услышать, что молодое поколение не воспринимает начальные позиции и требует несоразмерные заработные платы. Однако преподаватели высших школ отмечают, что представители современной молодёжи очень открыты ко всем бесплатным стажировкам и вообще к любой возможности «обрасти» опытом [2]. Наше исследование показало, что ценности материального мира для миллениалов и центениалов вторичны. Так, в рейтинге личных ценностей материальный достаток двукратно уступает свободе — 5% против 10%. Новой молодёжи важно получать удовольствие от жизни, поэтому между высоким вознаграждением и скромной оплатой интересного дела они выберут последнее.

Современная молодёжь живёт по принципу «бери от жизни всё». Это традиционный стереотип о любом поколении молодёжи. Заметим, что менее справедлив он для современной молодёжной медиареальности. Именно с миллениалов началась мода на здоровый образ жизни в массмедиа. Этот тренд продолжают поддерживать и центениалы. Увлечение фитнесом, правильным питанием и режимом, домашние тренировки в период пандемии в социальных сетях — всё это можно назвать «маркерами» ценностных установок современного поколения. По данным нашего исследования, рейтинг нравственных ценностей молодёжи возглавляет здоровье (37%).

Новое поколение равнодушно к социальным проблемам. Возможно, так было до того, как на мировое сообщество обрушилась пандемия. Молодые люди одними из первых почувствовали на себе последствия пандемии. В мае 2020 года компания Deloitte провела исследование миллениалов и центениалов, в котором приняли участие 27,5 тысяч человек по всему миру. Почти треть опрошенных сообщили в начале мая, что потеряли работу или были отправлены во временный неоплачиваемый отпуск [4]. Наше исследование также опровергает стереотип о социальном равнодушии молодёжи. Результаты показали, что молодёжь волнуется из-за низкого уровня доходов населения (40%), высокого уровня алкоголизма и асоциальных явлений в обществе (16%) и высоких цен (13%).

Миллениалы и центениалы пренебрегают традиционным институтом семьи. Крупнейший теоретик поколения Y, Джин Твендж склоняется к тому, что из-за профессиональных амбиций значительная часть молодёжи утратила интерес к институту семьи и рискует остаться одинокой навсегда [6]. Однако результаты нашего исследования говорят об обратном. Миллениалы и центениалы больше ценят семью (34%), чем карьерные перспективы (13%).

Цифровые коммуникации действительно проникают во все сферы жизни и деятельности молодёжи, влияя на их нравственное становление. О ценностном становлении новых поколений говорить рано. Однако уже сейчас очевидно, что поколения Y и Z стали главной движущей силой развития глобального общества. Ценности, которые они сформируют, станут отправной точкой становления следующих поколений.

Список литературы

1. Касперович О. Медиапредпочтения поколения Z: отказ от традиционных СМИ и жизнь в «цифре» // Mediana.by. 2019. URL: <http://mediana.by/rubriki/issledovaniya/1066-mediapredpochteniya-pokoleniya-z-otkaz-ot-traditsionnykh-smi-i-zhizn-v-tsifre.html> (дата обращения: 05.11.2022).
2. Мордвинова М. Поколение центениалов. 5 главных заблуждений // mel.fm. 2022. URL: <https://mel.fm/blog/mariya-mordvinova/61052-pokoleniye-tsentsenialov-5-glavnykh-zabluzhdeniy> (дата обращения: 06.11.2022).
3. Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1 (1). С. 94-97.
4. Суховойко О. Deloitte исследовала настроения миллениалов во время пандемии // FrankRG.ru. 2020. 16 июля. URL: <https://frankrg.com/20855> (дата обращения: 06.11.2022).
5. Шамис, Е., Антипов, А. Теория поколений // Психология и бизнес. URL: <https://psycho.ru/library/2581> (дата обращения: 05.11.2022).
6. Twenge J.M. iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy – and Completely Unprepared for Adulthood – and What That Means for the Rest of Us. New York: Atria Books, 2017.

