

## МЕНЯЮЩИЕСЯ ЦЕННОСТИ: ПОКОЛЕНИЕ Z И ЕГО ВЗГЛЯД НА МИР

### CHANGING VALUES: GENERATION Z AND ITS VIEW OF THE WORLD

T. Dzyuba

*Summary:* The article presents the results of the study, the purpose of which was to identify the features of the formation of the value potential of generation Z in the context of socio-cultural transformations of society. An analysis of the value system was made by organizing an online survey. The object of the study were 492 respondents aged 17 to 19 years, 51.8% of girls, 48.2% of boys participated in the survey.

*Keywords:* generation of «zoomers», generation Z, values, social environment, Internet generation.

**Дзюба Татьяна Ивановна**  
Преподаватель, Амурский институт  
железнодорожного транспорта —  
филиал ДВГУПС в г. Свободном  
dzubati\_ctgt@mail.ru

*Аннотация.* В статье представлены результаты исследования, целью которого стало выявление особенностей формирования ценностного потенциала поколения Z в условиях социокультурных трансформаций общества. Произведен анализ системы ценностей посредством организации онлайн-опроса. Объектом исследования выступили 492 респондентов в возрасте от 17 до 19 лет, в опросе участвовали 51,8% девушек, 48,2% юношей.

*Ключевые слова:* поколение «зумеров», поколение Z, ценности, социальное окружение, интернет-поколение.

История развития понятия поколения Z — это, по сути, новейшая история. Говоря о сущности понятия, важно отметить принадлежность данного поколения к процессу цифровизации, отсюда и разное название: зумеры, «iGen», «цифровые аборигены», цифровые люди или цифровое поколение, поколение технологий, сетевое поколение, веб-поколение, интернет-поколение. Они родились в период с 1996 года по 2012 год и уже начали оказывать значительное влияние на общество. В этой статье мы рассмотрим ценности, определяющие поколение Z [5].

Появившись на свет, каждый человек, или индивид начинает постепенно, в процессе социализации, усваивать человеческую культуру, приобретать свои особенности, осваивать ценности и нормы общества, которые напрямую зависят от окружающей среды. Социализация начинается с самого рождения, она «охватывает» все процессы: его воспитание, обучение, взаимодействие с другими людьми, приобретение определенных прав и обязанностей, взглядов, привычек и т.д. Человек живет в обществе, в нём он развивается и становится личностью, через него воспринимает определенные знания, ценности, нормы поведения. Кроме того, в процессе социализации индивид обретает социальное самоощущение, то есть, возможность показать, что он разделяет ценности, традиции, поведенческие модели. В процессе всей жизни индивид вынужден адаптироваться к меняющимся социальным ценностям — при переходе из одной социальной среды в другую (смены места жительства, статуса, работы).

Большинство современных социологов рассматривают социализацию как процесс взаимодействия между индивидами, развивающимися в обществе собственные стратегии, и принятыми обществом системами норм

и ценностей. Канадский социолог Г. Роше определяет социологию так: «процесс, в ходе которого человек воспринимает и усваивает социокультурные элементы своей среды, интегрирует их в структуру своей личности под влиянием значимых социальных факторов и таким образом приспосабливается к социальному окружению, среди которого ему приходится жить» [1].

При этом с точки зрения социологии нельзя «сбрасывать со счетов» национальные и культурно-исторические особенности развития стран, так как в каждом конкретном случае (с поправкой) поколение Z будет иметь свои отличительные черты, что связывается с различием в социально-экономическом положении стран, политической обстановке, активности граждан, культурных традициях, социальном капитале, коллективных ценностях и др. Так, например, в африканской бедной семье ребёнок, формально подходящий под демографические характеристики поколения Z, трудится в поле, на фермах и малых предприятиях с детства, выполняет трудоемкие работы не требующие образования и за незначительную плату, тогда как в Европе является более обеспеченным, воспитанным и с хорошими манерами, что абсолютно иным образом сказывается на его социализации. Или, скажем, представитель поколения Z в Китае будет значительно отличаться от современников из иных регионов, поскольку родился в период значительного экономического роста страны и вместе с тем становится более ориентированным на удовлетворение духовных и материальных потребностей — это двигатели внутреннего потребления. А, например, для поколения Z в российском обществе, которое недавно ещё находилось в состоянии распада (аномии) и для которого характерна совершенно иная культура, тенденции и признаки будут иными.

По результатам исследования сбербанка у поколения Z: главный запрос от жизни — быть счастливым, «вкалывать» молодые люди не готовы работа должна приносить удовольствие, доход и не отнимать много времени, жизнь должна быть разнообразной в жизни должны сочетаться работа, семья, увлечения, путешествия, общение с друзьями, иначе жизнь кажется скучной, а человек — «деградирует», в первую очередь хотят сделать комфортной свою жизнь и жизнь близких (2).

Одной из основных отличительных черт «зумеров» является особенность жить в моменте. Если у предыдущих поколений имелись долгосрочные планы, то поколение Z не строит планы и на один год. Поколение «зумеров» очень ценит и отдельного индивида. Раньше общество видело целью создание благоприятных условий для всех людей, преобладал коллективизм, а сейчас нельзя заставить человека работать во благо всего общества, все действия «зумеров» направлены на создание благоприятных условий для самого себя.

Поколение Z выросло в век цифровых технологий, возможно, именно поэтому они более открыты для инноваций и перемен, чем предыдущие поколения. Они быстро осваивают новые технологии и используют их в своей повседневной жизни. Кроме того, они обладают высоким уровнем социальной сознательности и часто активно участвуют в общественной жизни.

Однако, это поколение сталкивается со своими собственными проблемами. Они испытывают высокий уровень тревожности и стресса, что может привести к проблемам со здоровьем и настроением. Кроме того, цифровой образ жизни может создавать проблемы в коммуникации в реальном мире и установлении личных связей.

В рамках, заданных целью настоящего исследования, мы остановимся на изучении характерных черт молодежи, относящихся к поколению Z. Произведен анализ системы ценностей посредством организации онлайн-опроса 492 респондентов в возрасте от 17 до 19 лет, в опросе участвовали 51,8% девушек, 48,2% юношей. Все принявшие участие в опросе респонденты обучающиеся института.

Из 492 опрошенных 314 человек ответили, что в свободное время занимаются общением с друзьями, 253 — тратят свободное время на комфортный для себя отдых, 273 на домашние дела и 280 человек на прослушивание музыки. Все остальные варианты ответов выбрало менее 50% опрошенных. Самыми «непопулярными» хобби стали «политическая деятельность» (5 ответов), посещение религиозных организаций (6 ответов) и работа (8 ответов).

Самые волнующие проблемы поколения Z — личные проблемы (232 ответа), материальные проблемы (192 ответа) и проблемы здоровья (158 ответов). Все остальные проблемы набрали менее 30% ответов от участников опроса. Учитывая варианты ответов, за которые проголосовало более 10 участников, самыми непопулярными у поколения Z проблемами можно назвать проблему миролюбия (34 ответа) и социальную нестабильность (41 ответ).

Для описания понятия «жизненный успех» почти 80% (393 ответа) выбрали для себя семейное счастье, 61% (300 ответов) были отданы здоровью. Интересно то, что варианты ответов «бизнес», «получение денег» и «наличие денег» получили лишь по 1 голосу.

Самыми приоритетными жизненными целями поколения Z можно назвать семью (389 ответов), любовь (317 ответов), здоровье (335 ответов) и дружба (284 ответов). А вот за славу и религию отдало свой голос лишь 16 и 13 человек соответственно.

Самыми частыми вредными привычками поколения Z можно назвать злоупотребление словами-паразитами (195 ответов) и привычка щелкать суставами (161 ответ). Кроме того, 116 ответов отданы за курение, 128 человек из опрошенных считают, что имеют интернет-зависимость и 158 человек имеют привычку употреблять нецензурные слова. Меньше всего человек охарактеризовали себя как имеющими телевизионную зависимость — за этот вариант было отдано 13 голосов. Примечательно, что ровно такое же количество голосов набрал вариант «привычка сплевывать на пол».

Поколение Z уверено, что на состояние здоровья молодежи влияет образ и стиль жизни (378 ответов), следом идет состояние окружающей среды (195 ответов) и питание (177 ответов). За остальные варианты было отдано менее 30% голосов.

50% опрошенных используют интернет для социальных сетей, 28% используют его в учебных целях и 19,3% для просмотра и скачивания разных файлов.

Самая популярная социальная сеть поколения Z — Вконтакте, за нее проголосовало 43,3% опрошенных. На втором месте находится WhatsApp (31,3%). Третье место занимает Telegram (17,7%).

На вопрос о том, что делает поколение Z счастливым, почти все варианты получили более 20% голосов. Самыми популярными стали семья (377 ответов), любовь (325 ответов), верные друзья (283 ответа) и здоровье (279 человек). Примечательно, что варианты ответов «одиночество» и «жизнь без проблем» выбрало всего по 1 человеку в каждом.

На вопрос о жизненных ориентирах мнение опрошенных разделилось более пропорционально, чем в предыдущих вопросах. 28,9% ответили, что их жизненный ориентир «Мы скорее будем жалеть, что чего-то не сделали, чем о том, что сделал», далее «Бороться всегда, бороться до конца и верить в победу», набрав 21,3%. 17,1% выбрали для себя жизненным ориентиром фразу «За мечту всегда надо бороться».

Поколение Z больше всего тревожат проблемы, связанные с учебой (207 ответов). 203 человека проголосовали за беспокойство за свою жизнь и жизнь своих близких. 185 опрошенных переживают, что не смогут реализовать себя в жизни и 139 опрошенных переживают, что могут остаться без материальных средств к существованию. Не включая в анализ ответы, где менее 10 голосов, самыми наименее тревожащими ситуациями были выбраны «ограничения/контроль государства» (23 ответа), а также несовершенство государства в целом и высокий уровень коррупции в нем (33 и 32 ответа) соответственно.

При вопросе о будущем почти 40% чувствуют оптимизм и уверенность, 28,5% не особо об этом задумываются, а почти 20% опрошенных испытывают чувство тревоги и неопределенности.

При описании современного поколения одной фразой чуть больше половины (57,1%) выбрали слово «свобода», 42,1% проголосовали за «самостоятельность» и 35,2% посчитали самой подходящей формулировку

«реалистичность взглядов». Остальные голоса набрали менее 30%.

В заключение опрошенным был задан вопрос об их личных жизненных целях. Больше всего ответов (364 голоса) получило «иметь хорошую семью» и «жить в достатке» (349 голосов). Далее идет хорошая работа (342 голоса). Для 317 и 313 опрошенных жизненной целью является имение своей квартиры и получение хорошего образования соответственно. Для 253 опрошенных жизненной целью является заработать много денег. И 222 ответа было отдано на вариант «жить в гармонии с собой». Все остальные варианты получили менее 30% ответов. Интересен тот факт, что самой «непопулярной» жизненной целью поколения Z стало получение всеобщего признания — ей отдали предпочтение 39 опрошенных.

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В настоящее время для большинства девушек (51,8%) и юношей (48,2%) приоритетными остаются одновременно работа, семья и здоровье. Они стремятся к самореализации и не хотят ограничивать себя рамками традиционных общественных норм. Следующей важной ценностью для поколения Z является свобода и независимость. Они также более открыты к различным политическим и социальным взглядам. Наконец, поколение Z ценит справедливость и честность. Они скептически относятся к власти и ищут возможности для участия в принятии решений, которые затрагивают их жизнь.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Волков Ю.Г., Добреньков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология: Учебник/Под ред. проф. Ю.Г. Волкова. — Изд. 2-е, испр. и доп. с. 247
2. Ожиганова Е.М. ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ Н. ХОУВА И В. ШТРАУСА. ВОЗМОЖНОСТИ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015, №1, С.94–97
3. Репникова К.А. Ценности современной молодежи в условиях нестабильности внешней среды // Контентус. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-sovremennoy-molodezhi-v-usloviyah-nestabilnosti-vneshney-sredy> (дата обращения: 30.03.2023).
4. 30 фактов о современной молодежи. [Электронный ресурс] // AdIndex. URL: [https://adindex.ru/files2/news/2017\\_03/158487\\_youth\\_presentation.pdf](https://adindex.ru/files2/news/2017_03/158487_youth_presentation.pdf)
5. Ли Чуньянь Поколение «Z» в современной системе образования: особенности и актуальные проблемы // Современный ученый. 2022. № 1. С. 190–194.
6. Поколение Z: те, кто будет после / Из интервью А. Сычёвой с психотерапевтом, кандидатом медицинских наук Марком Сандомирским. [Электрон. ресурс] URL <http://www.executive.ru/knowledge/announcement/1450249/>

© Дзюба Татьяна Ивановна (dzubati\_ctgt@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»