

.....

**II МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ICEST-II-2021:
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

.....

«Формирование этических норм поколения Z, как прообраз будущего сетевого бытия информационного/цифрового общества.»

Бреслер М. Г., Галиуллина С.Д., Герасимова Д. И., Сафина Е. А.

Гармоничное развитие будущего устойчивого общества зависит от качества взаимоотношений этого поколения. В частности, решение задачи 4.7 – воспитание молодого поколения. К проблемам индустриального общества, обозначенных в этой задаче устойчивого развития прибавляются новые, связанные с переносом существенной доли коммуникаций в цифровую, информационную сферу. Этические нормы трансформируются при переходе общества на новую стадию цивилизационного развития, к информационному/цифровому обществу. Новые нормы формируются у поколения Z – цифровых аборигенов, изначально живущих в цифровой среде. К ним относятся молодые люди 18–24 лет, студенты университетов, исследованию этических норм, идентичности и ценностям которых посвящена данное исследование.

Актуальность

Цель и задачи

Цель исследования Выявить специфику формирования этических норм поколения Z, как прообраз будущего сетевого бытия информационного/цифрового общества.

Задачи исследования

- отношение к традиционным этическим нормам;
- трансформация дефиниций понятий семья, история;
- формирование собственных норм межличностного и межгруппового взаимодействия в цифровой среде.

В исследовании применен *системный подход*, определяющий каждый элемент, как часть системы, отражающий свойства системы в целом. Метод экстраполяции и научного прогнозирования: на данных исследования основан прогноз развития этических норм ближайшего будущего. Полевая часть исследования – количественные исследования – опросы с участием молодых людей поколения Z – (18-24 лет) – студентов вузов, гуманитарной и технической направлений подготовки, а также контрольных групп представителей более старших поколений Y (25- 40) и X (45-60). Всего было проведено 2 опроса в которых приняло участие 710 респондентов (310 и 400 человек соответственно). Опросы проводились в виде заполнения Google forms. Одновременно с количественным исследованием проводилось и качественное исследование в виде серии фокус-групп.

В результате проведенного качественного (10 глубинных интервью, серия фокус групп) и количественного (два транша анкет – 310 и 400 анкет соответственно – всего 710) выявлено:

1. «Семья», в отличие от нуклеарной семьи XX века воспринимается как агрегация, включающая родственников, близких друзей, очно и заочно (в первую очередь ушедших собственных предков). выявлена численность «семьи» от 30 до 100 человек.
2. Этот феномен – воспринимать предков, не как абстрактные предыдущие поколения, а как членов «семьи» приводит к конкретизации абстрактной категории «история». На фокус группах участники достаточно подробно описывали различные эпизоды жизни членов семьи с конца XIX – начала XX века. При этом лишь связывали события жизни предков с этнической или религиозной принадлежностью лишь тогда эта принадлежность служила существенной причиной для сложившейся судьбы предка
3. В анкетах респонденты идентифицировали себя как граждане России - (52,9%), как представителей этноса – (27%), как членов религиозной конфессии – 4,3 %. Примерно шестая часть опрошенных (15,4%) определили себя как граждане мира, будущие профессионалы, представители молодого поколения и др. При этом на фокус группах с представителями этноса и религиозных конфессий идентифицировали себя меньшинство участников (от 10 до 15%), причем это было отражение скорее коллективной идентичности «семьи», ценности кластера, чем индивидуальные ценности. Респонденты отмечали большую секулярность и интернациональность воззрений после поступления в университет и расширения «семьи» за счет новых друзей – студентов, преподавателей и др.

Результаты

Результаты Next

С учетом возрастных особенностей для изучения этических норм и ценностей был выбран маркер – отношение к музыке, как наиболее универсальному увлечению молодых людей.

У Z позитивно относятся к различным стилям и направлениям музыкального и изобразительного искусства. На фокус – группах участники в целом говорили о роли музыки в их жизни и не проявляли активное неприятие к тем или иным направлениям музыкального искусства. Как видно на рисунке №1 наибольшая часть ответов приходится на вариант №6 «нет любимых стилей – есть любимые авторы – исполнители». Подобный опрос о современной музыке (рисунок №2), более близкой по времени создания молодым респондентам приносит результаты сходные по позитивному отношению к различным направлениям современной музыки и дает ожидаемую большую часть популярной музыки, но также сопоставимые доли отдающих предпочтение самому широкому спектру направлений современной музыки от джаза до этнической музыки.

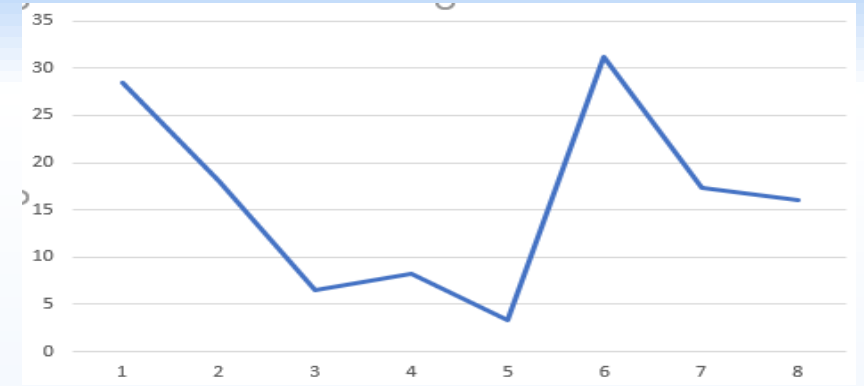


Рис. 1 Ваш любимый стиль симфонической музыки. 1. Классическая симфоническая музыка; 2. современная симфоническая музыка; 3. Различные стили авангарда симфонической музыки; 4. Этнический стиль в симфонической музыки; 5. Этнические (моего этноса) стили симфонической музыки; 6. Нет любимого жанра – есть любимые авторы/исполнители 7. Не понимаю – слушаю все; 8. Не понимаю и не люблю. Собственные исследования.

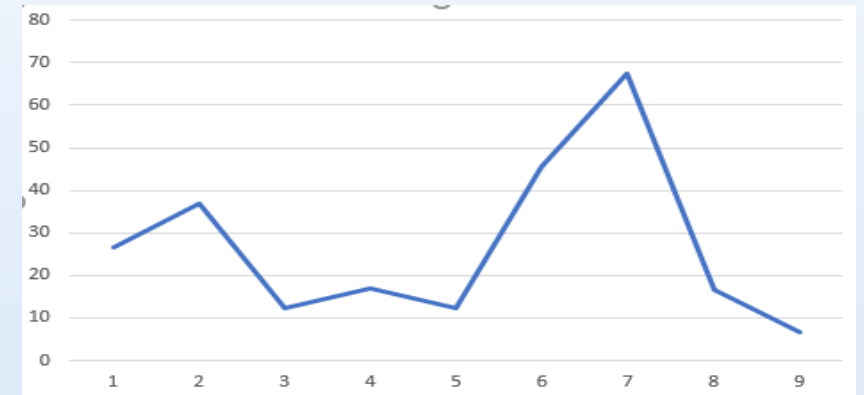


Рис. 2 Ваш любимый стиль современной музыки.

1. джаз; 2. рок; 3. хеви-метал рок; 4. панк-рок; 5. фолк-рок; 6 рэп; 7. поп-музыка; 8. этническая музыка; 9. этническая музыка моего этноса. Собственные исследования.

Результаты Next 2

Позитивное отношение к различным направлениям музыки, что можно экстраполировать на отношение к различным ценностям, идеям и идеалам, определяется и в ответах на ситуационный вопрос: «На вечеринке в вашем доме некий гость включил запись музыкального произведения не популярного у других гостей. Вы...» (рисунок №3) большинство участников выбирают консенсусную модель взаимодействия в отличие от предшественников – поколение Y, для которых различные взгляды на музыкальные стили служили поводом для конфронтации, поводом для конфликта. Терпимость к иным ценностям, на примере отношения к различным музыкальным стилям отмечается и в ответах участников фокус групп. Почти 70% участников говорили о том, что они с равным интересом готовы побывать на концерте симфонической музыки, джазовом или рок-концерте. Обязательным элементом они называли профессионализм исполнителей (60%) и качество самой музыки (70%). В ответах также присутствовали такая мотивация посещения концерта как популярность музыкального произведения и самих исполнителей как в их сообществе, так и социальных сетях.



Рис. 3. «На вечеринке в вашем доме некий гость включил запись музыкального произведения не популярного у других гостей. Вы...». 1. Предложу всем гостям по очереди включить их любимую музыку. 2. Поддержу своего гостя – начну петь, танцевать...3. Попрошу включить нечто более близкое обществу. 4. Попрошу выключить. 5. Попрошу других гостей проявить терпение.



Вывод

1. У поколения Z, «аборигенов цифровой среды», формируются собственные коды, дефиниции понятий «семья», «история». Семья понимается ими как сообщество с интенсивным информационным обменом и множественными коммуникациями. В «семью» входят родственники, друзья, коллеги, а сами коммуникации строятся на принципах сетевой солидарности.

2. Дефиниция понятия «история» у поколения Z представляет собой информационную базу о событиях, которые произошли «до нас» и потому не имеющих прямого отношения к самим Z. Прошлые события воспринимаются в той мере, в которой они затрагивают «семью», то есть через личное восприятие событий прошлого.

3. Поколение Z в целом принимает нормы и правила существующего общества, но в то же время выделяет те, которые наиболее эффективны для создания коммуникаций и распространения информации.

4. Консенсус, стремление к которому выявлено в результате исследований, является следствием прагматизма поколения Z. Так как динамическая стабильность межличностных и межгрупповых отношений позволяет эффективно распространять информацию и увеличивать количество и качество коммуникаций. В то же время, стремление к снижению конфликтного потенциала свидетельствует о кластеризации общества, где коды, ценности, идеи и идеалы различны в различных сетевых сообществах.

+7 905 180 7669

**Михаил Григорьевич Бреслер,
Светлана Дмитриевна Галиуллина,
Дарья Игоревна Герасимова
Елена Александровна Сафина**

Уфимский государственный нефтяной технический университет

E-mail:bremmaster@yandex.ru , moiv-ugntu@yandex.ru