

Современная молодёжь и её коммуникация в сети Интернет: поколения Y и Z.

Научный руководитель – Бычкова Марина Николаевна

Тимошенко Николь Васильевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский Томский государственный университет, Факультет психологии, Томск, Россия

E-mail: nikol-timoshenko@mail.ru

В наше время, в век высоких технологий, особое место занимает коммуникация, как сфера науки, которая привлекает к себе внимание многих исследователей. Существует множество концепций в этой области, и порой теория, описывающая действительность одной культуры, не соответствует действительности другой. В последнее время особой популярностью у специалистов в области коммуникаций пользуется «Теория поколений» Уильяма Штрауса и Нила Хоува. Но можно ли применить эту теорию к российской действительности?

В 1991 году в свет вышла книга американских учёных Уильяма Штрауса и Нила Хоува «Поколения», в которой описана теория, объясняющая повторяющиеся в США циклы поколений.

Авторы изучили историю США с начала существования государства и на основе этого утверждают, что существует всего четыре типа поколений, которые циклично сменяют друг друга примерно каждые 20 лет. По их определению, поколение обладает тремя свойствами: представители поколения находятся в одной исторической эпохе; они разделяют общие для данного поколения ценности и модели поведения; они имеют чувство принадлежности к этому поколению. [2]

Автора данного исследования интересуют последние два поколения согласно теории - Y и Z, потому что именно эти поколения подходят под возрастной промежуток современной молодёжи. [1] Для специалистов в области коммуникации - это очень важная аудитория потому, что молодёжь через некоторое время станет основным потребителем товаров и услуг. Следовательно, важно знать все аспекты их продвижения в данную аудиторию.

Поколение Y это люди, рождённые с 1984 по 2000 год. Это поколение цифровых иммигрантов - людей, которые приобщали себя к миру технологий в сознательном возрасте. Т.е. они не разделяют или разделяют, но частично «цифровые ценности» (постоянный доступ в сеть, развитие технологий, мобильность и т.д.).

Поколение Z, «цифровое поколение» - люди, рождённые примерно с 2000 года (у разных исследователей эта цифра колеблется от 1991 года до 2005). Это поколение, которое с самого своего рождения находится под влиянием цифровых технологий. Штраус и Хоув предполагали, что данное поколение будет интересоваться наукой и технологиями.

Теория поколений Штрауса и Хоува изначально была направлена на изучение американской истории, но тем не менее она получила широкую огласку во многих странах мира, в том числе и в России. Изучение данной теории и ее адаптацию для российской действительности начала команда под руководством тогда ещё кандидата наук в области психолингвистики, а ныне генерального директор компании Sherpa S Pro, которая занимается консалтингом и исследованиями, Евгений Шамис. В 2009 году команда Евгения Шамис создала проект Rugeneration - это интернет-платформа, где опубликованы материалы по теории поколений. Руководитель проекта утверждает, что поколения во всех странах схожи, так как схожи их ценности. Это объясняется тем, что есть ключевые события и явления общие для разных стран. [3]

Автором данного исследования была поставлена задача сделать сравнительный анализ присутствия обоих поколений в интернете и выявить их различия и сходства.

Для исследования был проведён анкетный опрос, в котором приняли участие 114 человек в возрасте от 13 до 33 лет, из которых 57 человек относятся к поколению Y и 57 человек к поколению Z.

Был выяснен возраст начала пользования компьютером. Около 2% опрошенных поколения Y имели компьютер при рождении. Нижний предел работы с компьютером у поколения Y - 4 года, верхний - 25 лет. У поколения Z доля рождённых в семьях с компьютерами составляет 31%, при том, что они, в большинстве своём, пользуются компьютером с 2-3 лет. У поколения Z верхний предел знакомства с компьютером - 12 лет.

Исследование показало, что большинство представителей поколения Y начали регистрироваться в социальных сетях в возрасте 13-14 лет. У поколения Z эта цифра едва достигает 10 лет.

В интернете у людей есть возможность конструировать свою личность и изменять своё коммуникативное поведение. Из числа опрошенных поколения Y 38% отметили, что их поведение различается в интернете и в реальности. У поколения Z процент таких людей достигает 60. Стоит заметить, что большинство из поколения Y, чьё общение в интернете отличается от общения в реальности, приближены по возрасту к поколению Z (1994-1999г.р.).

Однако можно сделать вывод, что поколение Y менее коммуникабельно, чем поколение Z. Из поколения Y 76% по большей части переписываются, 24% обмениваются мультимедийными файлами и постами. Респонденты поколения Z, которые пользуются социальными сетями в основном для общения, составили 93%. В подтверждение этому, сложности с коммуникацией возникают у 19% поколения Y и у 10% поколения Z.

Особый интерес для исследователей могут представлять опрошенные 1999 года рождения. Они являются неким переходным состоянием, которое не имеет характерных особенностей определённого поколения.

Американская теория поколений может претендовать на состоятельность в российской действительности. Годом рождения поколения Z в России можно назвать 2000. Люди, рождённые в данный промежуток времени, практически с рождения пользуются различными гаджетами, присутствуют в социальных сетях с раннего возраста и постоянно находятся на связи. Однако нельзя назвать это поколение замкнутым и обращенным на себя: по данным исследования люди этого поколения более коммуникабельны, чем представители поколения Y.

[1] *Согласно Стратегии государственной молодежной политики, утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2006 года N 1760-р, к категории молодежи относятся граждане от 14 до 30 лет. Однако, в последнее время наблюдается тенденция смещения возрастного ценза до 35 лет.*

Источники и литература

- 1) Кужелева-Саган И.П., Носова С.С. «Место встречи» отключить нельзя: поколение у в социальных сетях // социальные сети как площадка организации межличностных коммуникаций и перформанса идентичности цифрового поколения С.78-88.
- 2) Howe, Neil; Strauss, William (1991). Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company.
- 3) Сайт проекта «RuGenerations»: <https://rugenations.su/>

- 4) Стратегия развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 года: <https://fadm.gov.ru/mediafiles/documents/document/98/ae/98aeadb5-7771-4e5b-a8ee-6e732c5d5e84.pdf>