

Поколенческая проблематика в цифровую эпоху: философская проекция

Р. И. Мамина^{1✉}, И. И. Толстикова²

¹Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В.И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

²Национальный исследовательский университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия
✉maminaraisa@yandex.ru

Введение. Одним из значимых направлений аналитических и прогностических исследований цифрового общества и тенденций его развития специалисты называют поколенческую тематику. Среди факторов, обусловивших актуализацию данной тематики – феномен нового вида взаимодействия, который объединяет мир физический и виртуальный, его определяют, как phygital-взаимодействие. Особенности нового вида взаимодействия показаны на примере поколения Z, которое уже живет в phygital-мире и лучше всех к нему адаптировано. В статье анализируются ценностные ориентиры и приверженности нового поколения, выявляются мировоззренческие и коммуникативные характеристики, а также поведенческие модели, которые это поколение несет с собой в мир повседневных и деловых практик современного социума с целью изучения поколенческой проблематики в условиях новых реалий.

Методология и источники. Методологически работа базируется на аксиологическом и культурфилософском анализе поколенческой тематики.

Результаты и обсуждение. На основе представленного в статье обзора основных подходов к определению понятия «поколение», его сущностных признаков и отличительных характеристик выявляются специфические особенности нового поколения, его мировоззренческие и ценностные установки, определяются основные тенденции его развития и функционирования.

Заключение. В реалиях цифровой эпохи актуализируется значение поведенческой культуры нового поколения, которое не просто ориентировано на себя, но и провозгласило персональную свободу как главную ценность в реальных и виртуальных практиках своего бытия. Поэтому, с одной стороны, объективируется задача формирования ценностного каркаса личности у представителей нового поколения, с другой – формирование и культивация в общественном сознании нормативно-этических регулятивов, отражающих как традиционные ценности, так и новые ценности новой эпохи. В целом, формирование системы ценностных оснований современного этапа общественного развития обеспечивает этическое поведение на всех уровнях взаимодействия, а также выступает стабилизирующим фактором. Эти вопросы имеют не только межпоколенческий, но и цивилизационный характер.

Ключевые слова: цифровое общество, поколение Z, digital-взаимодействие, phygital-взаимодействие, теория поколений, аксиологический анализ, система ценностных ориентиров, коммуникативные характеристики, деловая среда.

Для цитирования: Мамина Р. И., Толстикова И. И. Поколенческая проблематика в цифровую эпоху: философская проекция // ДИСКУРС. 2019. Т. 5, № 6. С. 29–41. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-6-29-41



Конфликт интересов. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 08.10.2019; принята после рецензирования 01.11.2019; опубликована онлайн 25.12.2019

Generational Issues in the Digital Age: Philosophical Projection

Raisa I. Mamina¹✉, Irina I. Tolstikova²

¹*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

²*ITMO University, St Petersburg, Russia*

✉maminaraisa@yandex.ru

Introduction. One of the significant areas of analytical and prognostic research of the digital society and its development trends, experts call generational issues.

Among the factors that caused the actualization of this theme is the phenomenon of a new type of interaction that unites the physical and virtual worlds, it is defined as phygital interaction. The features of a new type of interaction are shown by the example of the Z generation, which already lives in the phygital world and is best adapted to it. The paper analyzes the value orientations and commitments of the new generation, reveals the ideological and communicative characteristics, as well as the behavioral models that this generation brings with it to the world of everyday and business practices of modern society in order to study generational issues in the context of new realities.

Methodology and sources. Methodologically, the work is based on the axiological and cultural-philosophical analysis of generational themes.

Results and discussion. Based on the overview of the main approaches to the definition of the concept of "generation", its essential features and distinctive characteristics presented in the paper, the specific features of the new generation, its worldview and value attitudes are identified, the main trends in its development and functioning are determined.

Conclusion. In the realities of the digital age, the significance of the behavioral culture of a new generation is being actualized, which not only focuses on itself, but also proclaims personal freedom as the main value in real and virtual practices of its being. Therefore, on the one hand, the task of forming the value framework of personality among the representatives of the new generation is objectified, and on the other, the formation and cultivation in the public consciousness of normative and ethical regulations reflecting both traditional values and new values of the new era. On the whole, the formation of a system of value bases for the modern stage of social development ensures ethical behavior at all levels of interaction, and also acts as a stabilizing factor. These issues are not only inter-generational, but also civilizational in nature.

Key words: digital society, generation Z, digital interaction, phygital interaction, generation theory, axiological analysis, value system, communication characteristics, business environment.

For citation: Mamina R. I., Tolstikova I. I. Generational Issues in the Digital Age: Philosophical Projection. DISCOURSE. 2019, vol. 5, no. 6, pp. 29–41. DOI: 10.32603/2412-8562-2019-5-6-29-41 (Russia).

Conflict of interest. No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 08.10.2019; adopted after review 01.11.2019; published online 25.12.2019

Введение. Исследования кардинальных изменений, происходящих в обществе под влиянием современных коммуникативных технологий, а также поведенческие стратегии участников коммуникативного дискурса – это предмет особого внимания современного научного сообщества, поскольку мир повседневных и деловых практик социума – это область, в которой формируется система ценностных ориентиров и целевых установок инди-

вида, а значит и будущее новой цивилизации. В этой связи поколенческая тематика – одно из достаточно значимых направлений аналитических и прогностических исследований современного социума и тенденций его развития в условиях цифровых реалий.

Среди качественно новых характеристик этих цифровых реалий – феномен взаимодействия цифрового и физического миров, его определяют, как *phygital*-взаимодействие. «Сегодня для человека нет границ между цифровым и физическим мирами: мы используем цифровые технологии, чтобы управлять своей “физической” жизнью, и одновременно сами активно влияем на цифровой мир (в том числе и на медиа)» – эти слова принадлежат Карлу Вейлу, генеральному директору агентства Momentum Worldwide, одному из тех, кто первым использовал термин «*phygital*» применительно к новому виду коммуникативного взаимодействия [1, с. 50].

Специалисты характеризуют виртуальный мир как обладающий такими свойствами как нематериальность воздействия, условность параметров, эфемерность и др. В условиях *phygital*-взаимодействия законы виртуального мира не всегда согласуются с законами реального мира. Соответственно меняется и система ценностных координат современного человека, и его ориентиры, отсюда не только проблема взаимодействия разных поколений, но и закономерно возникающий вопрос, который носит отнюдь не риторический характер: каков он, человек цифровой эпохи, каковы его основные потребности, ценности и ориентиры? Что он, этот новый человек, считает наиболее важным в своем существовании и что хочет привнести в окружающий его мир?

В рамках представленной статьи особенности нового вида взаимодействия показаны на примере поведенческих практик нового поколения – поколения Z, которое уже живет в *phygital*-мире и лучше всех подготовлено к его новациям. Это обстоятельство обуславливает необходимость выявления системы ценностей и ценностных приоритетов нового поколения, детерминирующих его мировоззренческие и коммуникативные характеристики, а также тенденции его развития с целью определения возможностей эффективного взаимодействия разных поколений в повседневной и деловой жизни и в целом дальнейшего изучения поколенческой проблематики и ее специфики, обусловленной реалиями цифровой среды.

Методология и источники. Представленные в работе выводы опираются на методологию философии культуры и философской теории ценностей. В рамках поколенческой тематики культурфилософская составляющая исследования реализуется в представлении *phygital*-взаимодействия – нового коммуникативного феномена цифровой революции. Его рассматривают как философию новой стадии развития общества – цифрового общества, как новую систему взаимодействия в новом мире, когда цифровое пространство проникает в физическое и интегрируется с человеком. Ценностная или аксиологическая компонента исследования проявляется в анализе ценностей и ценностных ориентиров нового поколения, отражающих специфику новых реалий.

Статья базируется на литературе, посвященной теории поколений, относящейся как к первоисточникам – Н. Хоув и В. Штраус [2], так и к современным научным исследованиям по теме – Д. Тапскотт [3], Е. Шамис и Е. Никонов [4], Дж. Палфри и У. Гассер [5], Д. Стиллман [6].

Результаты и обсуждение. *Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса.* Поколенческая тематика и, в частности взаимодействие разных поколений – это тема, которая имеет глубокие исторические и социокультурные корни. Однако всесторонний теоретический ана-

лиз проблемы появился сравнительно недавно в совместных работах американских ученых – известного экономиста и специалиста в области демографии Нейла Хоува и историка Вильяма Штрауса. Первая из них – «Поколения: История Будущего Америки» (1991) [2]. Авторы пришли к общему выводу, что системы ценностей людей, выросших в разные исторические периоды, различаются, и связано это с тем, что ценности человека формируются не только в семье, но и под влиянием общественной жизни и всего контекста той социальной среды, в которой происходит взросление ребенка. В результате они выделили нескольких типов поколений, представляющих XX в. и начало XXI в.: это GI, или поколение победителей, или Величайшее поколение (рожденные с 1900 по 1923 гг.); молчаливое поколение (1923–1943); бэби-бумеры (1943–1963); поколение X (1963–1983); поколение Y (1983–2003) и подробно описали собирательный образ типичного представителя каждого поколения американской нации, при этом, согласно их теории, ценности подрастающего поколения формируются, как правило, в возрасте 12–14 лет.

Само понятие «поколение» Штраус и Хоув определяют, как совокупность всех людей, рожденных в определенный промежуток времени, испытывающих влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания с похожими ценностями. Поколение можно идентифицировать, если оно соответствует трем основным критериям: во-первых, представляет одну историческую эпоху, что подразумевает переживание одних тех же исторических событий примерно в одном и том же возрасте; во-вторых, все представители отдельно взятого поколения разделяют определенные убеждения и демонстрируют общие модели поведения; и, в-третьих, представителей одного поколения объединяет чувство общей принадлежности к данному поколению. Теория поколений Штрауса и Хоува описывает повторение поколенческих циклов: каждые четыре поколения составляют цикл. Временной промежуток, в котором представлено одно поколение, составляет около 20 лет. Цикл авторы называют *saeculum*, что в переводе с латинского означает «длинная жизнь» или «естественный век», длительность цикла – 80–90 лет, примерно столько, сколько живет человек. По завершении цикла начинается новый цикл, при этом пятая генерация обладает ценностями, схожими с первой. Именно поэтому поколение Y авторы концепции рассматривают как следующее Великое поколение, соответственно поколение Z, т. е. согласно теории Хоува и Штрауса, – это «следующее молчаливое поколение». Насколько это справедливо – слово за аналитиками, специализирующимися в данной области.

Теория поколений Хоува–Штрауса, несмотря на отдельные критические замечания и неоднозначные оценки, получила достаточно широкое признание не только в США, но и далеко за пределами этого континента. Большинство специалистов, ориентированных на теорию поколений, на основе исследований, осуществленных в пределах национального опыта своих стран, пришли к общему выводу, что эта теория работает независимо от социокультурного ареала, в рамках которого она была апробирована. В то же время, как подчеркивают аналитики, процессы глобализации и электронной «сетевизации» детерминировали процессы быстрого стирания ценностных различий между представителями одного и того же поколения, живущими в разных концах земного шара.

Сегодня поколенческая тематика и ее специфика в условиях новых реалий широко представлена в работах таких известных авторов, как Д. Тапскотт, М. Пренски, М. Бауэрлейн, Н. Карп, Г. Смол и Г. Ворган, Д. Стиллман и др. В частности, имя канадского учено-

го Дона Тапскотта, известного всему цивилизованному миру как автора и первого разработчика понятия «цифровая экономика», вынесенного в название его книги «Digital Economy» (1994), связано также с введением понятия «сетевое поколение» (NET-generation или N-generation). Профиль этого поколения он подробно описал в своих книгах «Расту в цифровую эпоху: появление сетевого поколения» (хотя на момент написания книги это новое поколение составляло только 30 % населения США) и «Вырасти в цифровую эпоху: как сетевое поколение изменяет твой мир» [3].

Однако, развитие теории Хоува – Штрауса привело не только к углубленному исследованию теории поколений со стороны мирового научного сообщества, но и к появлению различных синонимических названий одних и тех же поколений. Так, поколение Миллениум получило свое название благодаря книге Хоува и Штрауса «Восхождение поколения Миллениума», посвященной поколению, которое должно было заканчивать школу в новом тысячелетии. Позднее появилось второе название – «Поколение Y». Сегодня это второе название имеет основной индекс цитирования, поскольку позволяет идентифицировать данное поколение как следующее «по алфавиту» после поколения X и, соответственно, поколение Z, как идущее после поколения Y. В то же время существуют и другие синонимические названия этих новых поколений, в которых отражается специфика времени, например, поколение Y часто определяется как поколение Next, N-geners, поколение селфи, а поколение Z – как центениалы, поколение цифры, а теперь еще и как phygital-поколение и др.

Теория поколений Хоува и Штрауса в России. Адаптация теории поколений Хоува и Штрауса применительно к российской действительности была выполнена группой специалистов под руководством Евгении Шамис и Евгения Никонова в рамках проекта «RuGenerations – теория поколений в России», который начался в 2003 г. В рамках проекта были осуществлены системные исследования по России и странам СНГ, которые также показали, что ценности поколений во всех странах схожи, особенно в настоящее время, поскольку ключевые события и явления в мире детерминированные развитием информационно-коммуникативных технологий и являются общими для разных стран. Смена поколений происходит практически в одном режиме по всему миру, представители каждого поколения, живущие в настоящее время в нашей стране, рассмотрены через призму убеждений и поведенческих моделей каждого поколения, которые формировались в определенной социально-экономической и политической среде нашей страны и, соответственно, имеют свои конкретно-исторические ценности [4].

Однако не все российские специалисты относятся к этой теории позитивно. По мнению ряда критиков, представленная теория имеет весьма обобщенный характер и не учитывает ни психологические особенности личности, ни личные мотивы, ни социальные ориентиры. В этой связи следует отметить, что в теории поколений речь идет о типологических характеристиках поколений, поэтому, как и в других подобных построениях, например типологии личности, типологии темперамента, типологии характера и т. п., здесь не учитываются ни отдельные характеристики, ни индивидуальные особенности представителей той или иной типологической принадлежности, поскольку типологический анализ предполагает выявление общих, наиболее характерных черт объекта исследования. В частности, в теории поколений – это поколенческие ценности и приоритеты, а также поведенческие модели каждого из представленных поколений на межличностном, деловом и представительском уровнях взаимодействия.

Однако в условиях новых реалий, наряду с перечисленными поколениями, которые составляют структуру современного социума, как западные, так и отечественные специалисты говорят еще об одном новом поколении – поколении Альфа, детях, родившиеся уже после 2010 г. Средний представитель этого новейшего поколения сейчас еще не достиг подросткового возраста, поэтому выделить социально-психологический портрет этого поколения очень сложно, но аналитики уже сегодня говорят о некоторых закономерностях их поведения. Например, благодаря функции голосового набора гаджетов, современные дети легко обходятся без помощи родителей и довольно рано становятся самостоятельными субъектами интернет-коммуникации со всеми вытекающими из этого последствиями как позитивного, так и негативного характера. Поэтому поколение Альфа и его специфические особенности – тема, которая еще будет отдельным предметом исследовательской практики, тем более, что его временные границы обозначены очень условно, а для целого ряда аналитиков они совпадают с временными границами поколения Z.

В настоящее время тема взаимодействия поколений и, прежде всего особенности взаимодействия с поколением Z (phygital-поколением), приобретает знаковый характер, поскольку отражает специфику реалий цифрового общества на современном этапе его развития.

Поколение Z: особенности взаимодействия в деловой среде. Цифровые технологии и связанные с ними трансформации дали название не только современному этапу в развитии современной цивилизации – цифровая эпоха, но и определили изменение ценностных приоритетов современного социума. Акцент на индивидуальные ценности, культ публичности, персонализация, ориентированность на деятельность в сети как новые ценности новой цивилизации весьма существенно отразились на всех поколенческих уровнях взаимодействия. В настоящее время внимание исследователей сконцентрировано на особенностях поколения Z, поскольку именно это поколение с его иной системой ценностных координат постепенно становится полноправным членом современного социума.

В этой связи весьма продуктивным является анализ профилей поколений Y и Z, который показывает, что на первый взгляд эти поколения мало отличаются, поскольку их ценности во многом определены миром цифровых технологий. В частности, если обратиться к портрету поколения Y, описанному Д. Тапскоттом [3], и сравнить эти характеристики с поколением Z, то очень многие из них практически совпадают.

Однако и Тапскотт, и другие ученые, занимающиеся проблемами современного социума, в том числе и поколенческой тематикой, полагают, что дети XXI в. имеют особый статус, и связан он с появлением нового способа коммуникации. Так, Дж. Палффри и У. Гассер, ученые Беркмановского Центра проблем изучения Интернета и общества, авторы известной книги «Дети цифровой эры», представляющей собой подробное исследование влияния цифровой культуры на новое поколение, в частности отмечают, что дети новой эры проводят большую часть жизни в сети Интернет и не делают различия между жизнью в сети жизнью вне ее [5, с. 10]. В свою очередь другой известный американский специалист, Д. Стиллман, занимающийся проблемами поколений в течение последних 20 лет, в своей работе «Поколение Z на работе», сравнивая поколение Z с его предшественниками, также подчеркивает, что «новая генерация вообще не видит разницы между виртуальным и реальным» [6, с. 81]. При этом доказательную базу этого утверждения составили результаты двух национальных исследований, исполненных в рамках проекта «Взаимоотношения поколения Z в трудовом коллективе» (Институт корпоративной производительности США).

Таким образом, самое значительное из отличий поколения Z, по мнению специалистов, заключается в том, что «новая генерация вообще не видит разницы между виртуальным и реальным». Эту отличительную особенность цифрового поколения следует прокомментировать отдельно. Ее появление обусловлено качественно новыми характеристиками Глобальной паутины нового образца (Web 3.0), в частности «взаимодействие Интернета с физическим миром» (Т. О’Рейли). Новый вид взаимодействия – Phygital-взаимодействие рассматривают как объединение двух реальностей – физической (Physics) и цифровой (Digital). Среди специфических особенностей: нелинейность, возможность передавать объемную многоплановую информацию, доступную в любое время в любом месте, причем не только для восприятия, но и для дальнейшей передачи через посты, сторис, прямые трансляции и т. п. Тема Phygital-взаимодействия в настоящее время является предметом особого внимания специалистов и рассматривается в узком, расширенном и широком смыслах.

В частности, в узком смысле Phygital понимается как инструмент, дающий новые возможности в коммуникационном пространстве. Расширенный подход рассматривает Phygital как методологию взаимодействия, связанную в первую очередь с организацией бизнес-коммуникаций. В самом широком смысле Phygital понимается как цивилизационный контент, как философия новой стадии развития общества – цифрового общества, как система взаимодействия в новом мире, когда цифровое пространство проникает в физическое и интегрируется с человеком.

В рамках поколенческой тематики Phygital рассматривается аналитиками с позиций цивилизационного контента, при этом определяется как ключевая характеристика поколения Z, которое не только «не видит разницы между виртуальным и реальным», но и не мыслит себя вне phygital-среды. Отсюда и его новое название – phygital-поколение. В качестве ключевых Стиллман называет также и другие новые характеристики нового поколения: «персонализация», «практичность», «синдром упущенной выгоды», «виртуальная экономика», «сделай сам», а также «мотивированность» и достаточно подробно их анализирует. В целом же речь идет о том, что все эти характеристики так или иначе детерминированы особенностями phygital-взаимодействия. Например, такая характеристика, как «персонализация» в условиях деловой среды проявляется, в частности, в направленности представителей поколения Z на персонализацию должности, должностных инструкций, подготовки, переобучения и др. Индивидуальный подход, как подчеркивает Стиллман, востребован вплоть до обратной связи, поскольку новое поколение выросло в условиях игровых практик, где обратная связь осуществляется немедленно. Поэтому они не привыкли, не могут ждать окончания работы над проектом или квартальным отчетом, им важно постоянное подтверждение их значимости на рабочем месте.

Одним из решений проблемы значимости обратной связи для поколения Z является применение геймифицированных систем в условиях рабочей среды. Геймификация – использование игровых механик в неигровых процессах, которые способствуют вовлеченности персонала в рабочий процесс, стимулируют интеллектуальный и творческий потенциал каждого отдельного работника. Однако в первую очередь, по оценке аналитиков, речь идет о преимуществах такого подхода применительно к новому поколению с его потребностью постоянного поощрения. Список возможных «наград» в каждой компании может быть свой, причем в качестве наград могут быть использованы «лайки» и другие

виды виртуальных и психологических оценок в отличие от традиционной системы поощрений, где наиболее распространенным средством являются деньги и материальные призы. Такой подход, хотя и значительно сокращает расходы поощрительного фонда компании, однако требует постоянного совершенствования механизма обратной связи, основанного на факторе справедливости [7, с. 36–37].

Однако следует особо отметить, что независимо от того, идет ли речь об обратной связи в рамках геймифицированных или негеймифицированных систем, обратная связь в новых условиях – это важный инструмент управления взаимоотношениями на всех уровнях взаимодействия, всецело отвечающий вызовам времени.

Подводя определенные итоги рассмотрения поколенческой проблематики в реалиях современной деловой среды, следует еще подчеркнуть, что и западная, и российская исследовательские практики убедительно доказали, что ориентация на базовые ценности разных поколений, включая ценностные ориентиры поколения Z, являются залогом эффективного управления взаимоотношениями и формирования благоприятного морально-психологического климата в компании. Дальнейшее развитие поколенческой тематики в новых условиях имеет большую практическую значимость не только в рамках современного кадрового менеджмента и бренд-менеджмента компаний, но и всего комплекса современных бизнес-процессов.

Нормативно-этические регулятивы и их значение в условиях цифрового общества. Исследуя социально-психологический портрет поколения Z, аналитики, отмечая прогрессивные характеристики нового поколения и новации, которые оно несет с собой в деловой мир, всерьез озабочены тем, что в новых условиях идет процесс размывания ценностных ориентиров этого поколения, и прежде всего традиционных ценностей. В частности, это мировоззренческий разрыв с родителями, девальвация ценностей семьи и таких, казалось бы, незыблемых основ человеческого бытия в социуме, как уважение к истории, почитание старших, понятия дружбы, чести, достоинства, уважительное отношение к женщине, уважение личного пространства и его производных – тайны личной переписки, авторского права и др.

Цифровой технологический детерминизм, обусловивший изменение шкалы ценностей молодого поколения на фоне информационной перегрузки, привел к тому, что многие его представители менее ответственные, менее исполнительны, обладают довольно низкими коммуникативными способностями, не умеют брать на себя ответственность за взаимоотношения с другими людьми, которая проявляется в том числе и в неумении работать в команде. Такая особая направленность нового поколения на себя, обусловленная, подчеркнем еще раз, прежде всего технологической природой цифровой коммуникации, во многом определила свободу как главную поведенческую ценность поколения Z в реальных и виртуальных практиках его бытия. Однако, несмотря на то, что в современной инновационной, личностно-ориентированной культуре одна из главных ценностей и поведенческих особенностей нового поколения состоит в демонстрации приверженности этой свободе, специалисты подчеркивают, что «определенным нормам должна подчиняться самая духовно независимая личность – без этого невозможна совместная жизнь людей, требующая, чтобы свобода каждого была ограничена свободой других, в противном случае поведение человека становится асоциальным – хулиганским, преступным, как минимум эпатажным, и свобода вырождается в произвол» [8, с. 166].

В настоящее время, когда подчинение нормам в условиях повседневных реалий имеет весьма условный характер, а взаимодействие в сети зачастую – это просто неуправляемый хаос, значимость этих норм становится непреходящей. Отсюда актуализация поведенческой культуры, включая культуру поведения в сети – цифровой культуры, важной составляющей которой является цифровой этикет. Цифровой этикет реализует сущностные характеристики этикетной коммуникации в пространственных измерениях digital- и fhigital-среды, при этом следует отметить, что если поведенческая культура в сети находится в процессе своего оформления, и многие правила становятся уже общепринятыми в среде пользователей, то fhigital-взаимодействие, к сожалению, все еще находится в серой зоне, поскольку, например нормы, ограничивающие спонтанные поведенческие практики пользования гаджетами в условиях повседневности все еще не выработаны, а бездумное поклонение «цифре» превратило молодое поколение в так называемое «общество опущенных голов».

Поэтому, несмотря на инновации, которое вносит новое поколение в развитие деловой среды, сегодня именно деловая среда противостоит разрушению традиций и условностей ее культуры, которое несет с собой новая генерация, ориентированная на себя и свою поведенческую свободу. В качестве стабилизирующих ценностных оснований деловой среды в новых реалиях выступают деловой этикет, корпоративная этика, профессиональные этические кодексы, корпоративная культура и в целом современная деловая культура. Однако в настоящих условиях речь должна идти не только о роли и значении нормативно-этических регулятивов в практиках делового общения, но и об их значении в практиках повседневной поведенческой культуры в социуме. Поэтому с необходимостью встает вопрос об актуализации воспитательной составляющей современной образовательной системы, в частности вузовской.

Поколение Z: актуализация воспитательной компоненты вузовского образования в условиях цифровой среды. В контексте цифровизации все трансформации образовательной среды и, в частности высшего образования, представляют собой кардинальные изменения, которые реализуются в содержании образовательного процесса, в новых формах и форматах подачи учебного материала, в методиках преподавания, в технологическом и ресурсном обеспечении, в системе проверки качества получаемых знаний и умении применять их на практике.

В частности, кардинальные изменения в содержании профильно-ориентированного образовательного процесса высшей школы обусловлены в первую очередь формированием новой научной картины мира, которая складывается в естествознании в конце XX – начале XXI в. Конвергентные технологии NBICS (нанотехнологии, биотехнологии, информационные технологии, когнитивные и социальные технологии) изменили парадигму познания. Единство научного знания в цифровую эпоху представляет собой единство синтетического, аналитического и социально-гуманитарного знаний и приобретает качественно новый характер. Его определяют как конвергентный, соответственно и парадигма современного научного знания оценивается как конвергентная [9].

Применительно к высшей школе конвергентный характер научного знания выражается в том, что в новых условиях система вузовского образования наряду с непосредственно предметными знаниями, которые всегда составляли основу профессионального вузовского знания, в настоящее время должна прирасти междисциплинарными, отражающими новую парадигму научного знания. В то же время формирование междисциплинарного знания требует как совершенствования профессиональных компетенций, так и создания «сквоз-

ных», профессионально-ориентированных компетенций обучающейся молодежи, обеспечивающих профессионализм будущих молодых специалистов. Еще одним важным направлением образовательной траектории XXI в. является взаимодействие вузов с работодателями, что также направлено на формирование универсальных компетенций молодых специалистов в процессе их обучения.

В свою очередь значение социально-гуманитарной составляющей новой парадигмы научного знания с необходимостью активизирует значение воспитательной компоненты образовательного процесса. При этом речь идет не только о формировании поведенческой и цифровой культуры нового поколения в практиках реального и виртуального взаимодействия, но в первую очередь о его нравственном воспитании, составляющем фундирующее основание межличностной, деловой, национальной и общечеловеческой культуры в целом.

В связи с этим встает вопрос о приведении к общему знаменателю ценностных приоритетов, которые демонстрируют представители нового поколения – традиционных общечеловеческих ценностей, а также ценностей и ценностных ориентиров цифровой цивилизации. Поэтому общеобразовательные гуманитарные дисциплины, содержательно адаптированные к новым условиям, должны рассматриваться как дисциплины обязательного порядка, поскольку они направлены на формирование мировоззренческих установок и коммуникативных практик нового поколения, а также качественно новых умений и навыков, детерминированных развитием новой цивилизации: в «Атласе новых профессий» они определены как надпрофессиональные.

«Атлас новых профессий» был выпущен по итогам исследования Агентства стратегических инициатив (АСИ) совместно с Московской школой управления «Сколково» под названием «Форсайт 2030». В нем обозначены более 160 новых профессий, а также устаревающие профессии по 19 важным отраслям и направлениям. Однако, по мнению составителей Атласа, в будущем специалисты не смогут ограничиться получением одного диплома вуза, важны будут также надпрофессиональные навыки и умения. К этим навыкам в рамках Атласа отнесены не только «системное мышление», «управление проектами и процессами», «способность к творчеству», «межотраслевая коммуникация», «программирование», «работа в режиме неопределенности», имеющие конвергентные свойства когнитивного характера, но и «работа в коллективах и командах», «клиентоориентированность», «мультиязычность и мультикультурность», определяющие коммуникативные компетенции молодых специалистов в конвергентном значении.

Названные навыки и умения обеспечивают их обладателям гарантии профессиональной востребованности и расширяют пространство их индивидуальной свободы, защищая их собственные ментальные конструкции в условиях новой реальности. Понимание серьезности этой проблемы объективирует необходимость поставить перед научно-педагогическим сообществом вопрос о разработке презентационных компетенций будущих молодых специалистов, в частности стратегии и тактики самопрезентационного поведения в новых коммуникационных средах для предъявления социально одобряемой идентичности. Сегодня апелляция к непосредственному опыту взаимодействия с представителями молодого поколения дает скорее негативные результаты, нежели способствует эффективной коммуникации, особенно в межпоколенческой профессиональной среде.

Таковы некоторые аспекты трансформаций в содержании образовательного процесса высшей школы, в том числе и в социально-гуманитарной сфере, направленные на воспита-

ние системы ценностных ориентиров нового поколения, в частности обучающейся молодежи и формирование ее Phygital-профиля, соответствующего вызовам новой цивилизации.

Заключение. Представители поколения Z родились и живут в реалиях цифровой среды, которая снижает или полностью снимает дифференциацию по географическому, этнокультурному и прочим признакам, характеризующим представителей прежних поколений. Они родились и выросли в пространстве одной культуры – культуры виртуального мира. Как правило, им нравится одна и та же еда, мода, развлечения, они говорят на одном языке – языке «устно-письменной» речи, бытующей в Интернете, а при написании комментариев к текстам в блогах, чатах и на веб-форумах часто используют так называемый сетевой новояз, что делает информацию недоступной для большинства членов других поколений. Цифровая грамотность нового поколения вызывает уважение, но их поведение не всегда объяснимо для других генераций. Они формировались в большей степени под воздействием виртуального мира и его возможностей, условностей его параметров и его эфемерности и поэтому они живут по принципу «здесь и сейчас», не умеют и не хотят планировать, но быстро подстраиваются и адаптируются ко всему новому, изменчивому.

Для характеристики современного информационно активного и постоянно меняющегося мира, как и для моделей поведения в пространстве этого мира, специалисты применили термин VUCA. Он является акронимом английских понятий – *Volatility* – изменчивость, нестабильность, *Uncertainty* – неопределенность, *Complexity* – сложность, *Ambiguity* – неоднозначность. VUCA – это мир изменчивый, нестабильный, для эффективного существования в этом мире человеку нужно обладать такими когнитивными и коммуникативными характеристиками, как гибкий ум, способность к быстрому анализу, нестандартное мышление, креативность, высокий уровень интеллекта, хорошая межличностная чувствительность, умение с любопытством воспринимать новое [10] и, что особенно важно, умение ориентироваться на нормы этического поведения как одного из важных критериев самореализации в повседневной и в деловой среде.

В этой связи известный немецкий экономист К. Шваб, автор концепции четвертой промышленной революции, и другие апологеты цифровой экономики, такие как Д. Тапскот, Д. Тиколл и др. подчеркивают, что в мире, где больше нет ничего постоянного, одной из важнейших ценностей становится доверие [11, 12]. Однако, поскольку уровень доверия, по оценкам аналитиков, в настоящее время достиг своего минимума как в экономике, так и всех других общественных институтах, в новых условиях, в условиях VUCA-мира с его нестабильностью и неустойчивостью актуализируется необходимость, с одной стороны, формирования ценностного каркаса личности у представителей нового поколения, с другой – формирования и культивации в общественном сознании нормативно-этических регулятивов, отражающих как традиционные ценности, так и новые ценности новой эпохи, что обеспечивает не только этическое поведение на всех уровнях взаимодействия, но и в целом выступает фактором стабилизирующего значения. Эти вопросы имеют не только межпоколенческий, но и цивилизационный характер.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вейл К. Пугает ли меня то, что издатели становятся нашими конкурентами? А как это может не пугать?! // Коммерсантъ. Секрет фирмы. 2010. № 6. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1374408> (дата обращения: 14.09.2019).

2. Strauss W., Howe N. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. N. Y.: Morrow, 1991.
3. Tapscott D. *Grown up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. N. Y.: McGraw-Hill, 2008.
4. Шамис Е., Никонов Е. *Теория поколений. Стратегия Беби-Бумеров*. М.: Синергия, 2017.
5. Палфри Дж., Гассер У. *Дети цифровой эры* / пер. Н. Г. Яцюк. М.: Эксмо, 2011.
6. Стиллман Д., Стиллман Дж. *Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык* / пер. Ю. Кондукова. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
7. Зикерманн Г., Линдер Дж. *Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников* / пер. И. Айзятловой. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
8. Каган М. С. *Философская теория ценности*. СПб.: Петрополис, 1997.
9. Баксанский О. Е. Стратегические цели NBICS-конвергенции знания, технологии и общества // *Биомедицинская электроника*. 2016. № 1. С. 5–13.
10. Мир VUCA и подходы выживания в нем, URL: <http://becmology.ru/blog/management/vuca.htm> (дата обращения: 02.10.2019).
11. Шваб К. *Четвертая промышленная революция* / ред. А. Меркурьева. М.: Эксмо, 2016.
12. Тапскотт Д., Тапскотт А. *Технология блокчейн: то, что движет финансовой революцией сегодня* / пер. К. Шашковой, Е. Д. Ряхиной. М.: Эксмо, 2017.

Информация об авторах.

Мамина Раиса Ильинична – доктор философских наук (2007), профессор кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5, Санкт-Петербург, 197376, Россия. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: аксиосфера современного социума, коммуникативные практики, кросскультурное сотрудничество, цифровые коммуникации, цифровой этикет, инновационные образовательные траектории. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3301-636X>. E-mail: MaminaRaisa@yandex.ru

Толстикова Ирина Ивановна – кандидат философских наук (1997), доцент (2000), ординарный доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Национального исследовательского университета ИТМО, Кронверкский пр., д. 49, Санкт-Петербург, 197101, Россия. Автор 115 научных публикаций. Сфера научных интересов: коммуникативные практики, диалог культур, интернет-коммуникации, культурное наследие, инновационные образовательные методики, межкультурное взаимодействие, информационное пространство культуры. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-7102>. E-mail: tolstikova_irina@mail.ru

REFERENCES

1. Weil, C. (2010), *Pugaet li menya to, chto izdateli stanovyatsya nashimi konkurentami? A kak eto mozhet ne pugat'?! [Does it scare me that publishers are becoming our competitors? And how can it not frighten?!]*, *Kommersant*, *Sekret firmy*, no. 6, available at: <https://www.kommersant.ru/doc/1374408> (accessed 14.09.2018).
2. Strauss, W. and Howe, N. (1991), *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*, Morrow, N. Y., USA.
3. Tapscott, D. (2008), *Grown up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*, McGraw-Hill, N. Y., USA.
4. Shamis, E. and Nikonov, E. (2017), *Teoriya pokolenii. Strategiya Bebi-Bumerov* [Theory of generations. Baby Boomer strategy], Sinergiya, Moscow, RUS.
5. Palfrey, J. and Gasser, U. (2011), *How Children Grow Up in a Digital Age*, Transl. by Yatsyuk, N.G., Eksmo, Moscow, RUS.

6. Stillman, D. and Stillman, J. (2018), *Gen Z Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*, Trans. by Kondukov, Yu., Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, RUS.
7. Zichermann, G. and Linder, J. (2014), *The Gamification Revolution: How Leaders Leverage Game Mechanics to Crush the Competition*, Transl. by Aizyatulova, I., Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, RUS.
8. Kagan, M.S. (1997), *Filosofskaya teoriya tsennosti* [Philosophical theory of value], Petropolis, SPb, RUS.
9. Backsanskiy, O.E. (2016), "Strategic goals of NBIC-convergence: the convergence of knowledge, technology and society", *Biomedical Radioelectronics*, no. 1, pp. 5–13.
10. VUCA World and Survival Approaches in It (2016), available at: <http://becmology.ru/blog/management/vuca.htm> (accessed 02.10.2019).
11. Schwab, K. (2016), *The Fourth industrial revolution*, in Merkur'eva, A. (ed.), Eksmo, Moscow, RUS.
12. Tapscott, D. and Tapscott, A. (2017), *Blockchain Revolution*, Transl. by Shashkova, K. and Ryakhina, E.D., Eksmo, Moscow, RUS.

Information about the authors.

Raisa I. Mamina – Dr. Sci. (Philosophy) (2007), Professor at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5 Professor Popov str., St Petersburg 197376, Russia. The author more than 100 scientific publications. Area of expertise: axiosphere of modern society, communication practices, etiquette space of corporate culture, cross-cultural cooperation, digital communications, digital etiquette, innovative educational trajectories. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3301-636X>. E-mail: MaminaRaisa@yandex.ru

Irina I. Tolstikova – Can. Sci. (Philosophy) (1997), Docent (2000), Associate Professor at the Faculty of Technological Management and Innovations, ITMO University, 49 Kronverksky pr., St Petersburg 197101, Russia. The author of 115 scientific publications. Area of expertise: communicative practices, dialogue of cultures, Internet communications, cultural heritage, innovative educational methods, intercultural interaction, information space of culture. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-7102>. E-mail: tolstikova_irina@mail.ru