

Коммуникативные компетенции поколения Z и выбор формата обучения в контексте цифровизации

И.И. Толстикова, О.А. Игнатъева, К.С. Кондратенко, А.В. Плетнев

Аннотация— Статья посвящена исследованию коммуникативной компетентности «цифрового поколения», понимаемой как готовности к сетевой профессиональной, образовательной и научной интеграции. Исследование основано на серии опросов, проведенных коллективом автором в 2019-21 гг., в которых затрагивались темы ценностей, ресурсов, сетевой активности, социального конструирования реальности и др. В данной работе проводится анализ особенностей коммуникативных практик представителей поколения Z, вовлеченности в новые образовательные форматы, коммуникативно-поведенческие установки. Основная проблема исследования связана со слабым уровнем готовности представителей поколения Z к профессиональной коммуникации, склонностью «зумеров» к эмоциональным, а не рациональным, обменам, консервативностью и индивидуализмом молодежи. При этом авторы затрагивают специфику коммуникации молодежи, основанную на вовлеченности как в виртуальную, так и реальную среду. Коллектив авторов описывает эту особенность как *hygital-реальность*, в которой размыты границы между физическим и цифровым мирами. Результаты исследования имеют значение для разработки стратегии молодежной политики, маркетинга, научной теории (человеко-машинное взаимодействие, поколенческая тематика, педагогика).

Ключевые слова— поколение Z, коммуникативная компетентность, *hygital-реальность*, цифровизация, социализация, смешанное обучение.

I. ВВЕДЕНИЕ

Работа посвящена коммуникативной компетентности «цифрового поколения», понимаемой в различных аспектах – основаниях (ценности), ресурсах (социальные и цифровые средства коммуникации), отношению к

молодежной среде, учебе, работе, готовности к интеграции в профессиональные и социальные сообщества. Коммуникативная компетентность представляется важным навыком в современных условиях, предоставляющих большое количество способов коммуникации и требующих готовности к мультимедийному взаимодействию. Ввиду этого коммуникативная компетентность будет трактоваться не в психологическом, а в сетевом смысле как готовность к сетевой интеграции.

Поколением Z, «цифровыми аборигенами», «зумерами», «поколением альфа» называют людей, родившихся между 1995-2000 гг. и 2010-15 гг. К транснациональной специфике поколения Z, вероятно, относится незнание мира без социальных сетей, т.е. это первое поколение, живущее в эпоху интернета. Американских зумеров называют «самым закредитованным поколением» [1] ввиду высокой платы за обучение в вузах и длительных кредитов, которые молодежи предстоит выплачивать. Российские «зумеры», в свою очередь, унаследовали посттравматический синдром после эпохи «лихих девяностых». Как американские, так и российские исследователи [2, 3, 4, 5] отмечают низкий уровень социального капитала в молодежной среде, что, вероятно, указывает на перетекание капитала из реальной среды в виртуальную, а также на консерватизм молодого поколения.

Интернет воспринимается российской молодежью весьма специфично – он позволяет узнавать больше о том, что тот или иной представитель поколения Z воспринимает как угрозу. Угроза для молодежи – это источник неопределенности, нестабильности ее жизненного сценария: молодежь в целом склонна воспринимать собственную жизнь через призму последовательного прохождения жизненных этапов (школа, университет, работа по специальности, свадьба, рождение детей, карьерный рост и пр.), и на каждом этапе личность должна обладать максимальной степенью свободы самовыражения, мнения, деятельности и т.д. Интернет в этом смысле является как способом самовыражения (социальные сети), помощником в решении задач, предъявляемых каждым этапом (поиск информации для выполнения учебных заданий, карьера, посещение сайтов знакомств и пр.), так и способом осмысления и максимально возможного

Статья получена 13 сентября 2022. Исследование проводилось при поддержке ресурсного центра "Центр социологических и интернет-исследований Научного парка СПбУ" (проект № 106-23650).

И.И. Толстикова, к.ф.н., доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО, г. Санкт-Петербург, Россия, (e-mail: tolstikova_irina@mail.ru).

О.А. Игнатъева, к.с.н., доцент кафедры политического управления Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия, (e-mail: olga7919@mail.ru).

К.С. Кондратенко, к.ф.н., доцент кафедры политического управления Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург, Россия, (e-mail: kondratenkoks@inbox.ru).

А.В. Плетнев, к.с.н., доцент кафедры философии и социологии Санкт-Петербургского университета МВД РФ, г. Санкт-Петербург, Россия, (e-mail: venger.vin@rambler.ru).

отстранения от угроз.

Данное исследование посвящено коммуникативной компетентности поколения Z. Эта тема тесно связана с проблемой спецификации коммуникации молодежи, в частности, слабой изученности влияния интернета на коммуникацию в реальной жизни. С одной стороны, поколение интернета не может не переносить структуры взаимодействия из виртуальной среды в реальную (к примеру, Instagram¹ влияет на коммуникативную ценность самовыражения, а интернет в целом – на эффект вертиго) и из реальной – в виртуальную (обсуждение повседневных проблем, решение учебных и деловых задач и пр.). Чтобы не углублять эту дискуссию, далее будет описана такая характеристика «зумеров», как *phygital*, т.е. поколения с максимально размытыми границами между физической и цифровой сферами. Дать общую характеристику сетевых взаимодействий и коммуникативной компетентности в этих сетях – основная задача данного исследования.

II. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

С позиции необходимости понимания практик взаимодействия молодежи как возрастной когорты и объекта общественных отношений очевидна постановка задачи исследования коммуникативной компетентности молодежи и определение различий её проявлений в зависимости от среды – виртуальной или реальной.

Коммуникативная компетентность как социальный феномен конструируется в процессе межличностного и группового взаимодействия. Она представляет собой результат интересубъективных взаимодействий, конструируемый в процессе познания реальности и выстраивания представлений о ней и отражает постоянно изменяющуюся социальную реальность индивида [6]. Исследованиям коммуникативной компетентности личности в условиях изменяющейся социальной реальности посвящены работы Е.В. Чанковой [7, 8, 9] в которых рассматриваются содержательные основания коммуникации, а также факторы, влияющие на коммуникативную компетентность: нестабильность общественных связей, изменение субъективных представлений о реальности, усложнение рефлексии, направленной на поддержание собственной социальности посредством коммуникации [10].

Понятие «компетентность» в последние пятьдесят лет широко исследуется на междисциплинарном уровне: в психологии (диагностический подход Ю.М. Жукова [11], педагогике (И.А. Зимняя [12] и др.), менеджменте (Сереегина И.И. [13] и др.), лингвистике (Д. Хаймс [14], теория идеального коммуниканта Н. Хомски [15]). Коммуникативная компетентность «как выбор и реализация программ речевого поведения в зависимости от способности человека ориентироваться в той или иной обстановке общения; умение классифицировать

ситуации в зависимости от темы, задач, коммуникативных установок, возникающих у учеников до беседы, а также во время беседы в процессе взаимной адаптации». (М.Н. Вятютнев [16]). В социологии понятие коммуникативной компетентности разрабатывается Зотовым В.В., Шарковым Ф.И. [17], Соколовым А.В., и др. В российской литературе вопросы применения смешанного обучения, гибкой образовательной стратегии и индивидуализации учебного процесса, напрямую связанные с новыми коммуникативными компетенциями, рассматриваются М.Р. Мирошкиной [18], В.А. Мазилковым [19]; факторы, определяющие специфику поколения Z, определены в работе Н.В. Богачевой и Е.В. Сивака «Мифы о поколении Z» [20] и позволяют согласиться с выводами Дж. В. Коутса «о том, что создание учебных программ, ориентированных на умение ученика эффективно взаимодействовать с миром - залог успеха в XXI веке» [21] и тезисом М. Каку [22] о важной роли мотивированного самообразования в процессе обучения из-за четко выраженной ориентации поколения Z на «полезные» знания.

Анализ профилей поколений XXI века, вызванный изменением ценностных приоритетов современного общества, непосредственно связан с цифровыми технологиями и порожденными ими трансформациями. Особый интерес по понятным причинам, и прежде всего потому, что «дети новой эры проводят большую часть жизни в сети Интернет и не делают различия между жизнью в сети жизнью вне ее» [23, р. 10] и что «новая генерация вообще не видит разницы между виртуальным и реальным» [24, с. 81], вызывает поколение Z, становящееся полноправным членом современного социума.

III. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данная статья представляет собой результаты лонгитюдного социологического исследования особенностей поколения Z, проведенного в три этапа: первый этап – это 2019-2020 гг., второй этап – это 2020-2021 гг. и третий этап – это 2021-2020 гг. Задачи каждого этапа подчинялись специфическим исследовательским вопросам и конъюнктуре социальной ситуации. Так, например, задачи исследования второго этапа были связаны с особенностями адаптации поколения Z в условиях пандемии COVID-19.

Теоретико-методологическим основанием лонгитюдного исследования является социальный конструктивизм, основанный на работах П. Бергера и Т. Лукмана. Эпистемологической ориентацией нашего исследования служит интерпретивизм с его индуктивной логикой конструирования теории. В основу интерпретации выявленных социальных фактов положены работы Н. Хове, В. Штрауса, Д. Стиллмана, Д. Тэпскота, М. Пренски и Е. Шамис.

Первый этап лонгитюдного исследования был основан на выборке из 300 студентов (представителей старшей группы поколения Z), также для воплощения дизайна

¹ Организация признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

исследования была проведена фокус-группа среди представителей поколения Y для выявления их оценки своих последователей (представителей поколения Z). На втором этапе было сконструировано две анкеты и проведено два анкетных опроса на выборке из 201 студента вузов Санкт-Петербурга. В 2021 году был проведен анкетный опрос старшеклассников в возрасте от пятнадцати до семнадцати лет, т.е. младшей границы поколения Z. Выборка школьников составила 231 респондент. Небольшой размер выборки связан со сложностью доступа к данной возрастной группе. Целью третьего этапа являлось проведение сравнительного анализа поведенческих установок старшей и младшей возрастной группы внутри поколения Z. На всех этапах гендерное распределение выборки было следующим: 45% респондентов – женщины и 55% – мужчины. Эта доля выборки соответствует гендерной структуре жителей России в возрасте от 15 до 30 лет [31]. Выборка, составленная из жителей г. Санкт-Петербург (особенно студенческой молодежи) в целом отражает интересы студенческой молодежи России, так как на протяжении всей истории северная столица служит аттрактором для активной и талантливой части населения нашей страны. Среди школьников тоже высокая доля жителей региона, так как последние двадцать лет приращение населения Санкт-Петербурга идет в том числе и за счет регионов.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ 2019-2021 ГГ.

В ходе первого этапа лонгитюдного исследования особенностей возрастной когорты поколения Z (2019-2020 гг.) была поставлена цель выявить ценностный профиль поколения Z. Данные кодировались по бинарному принципу: «да» - 1, «нет» - 0. Единица присваивалась первой из шести выбранных поведенческих установок (ценностей). На основе опроса 302 респондентов была выявлена следующая шкала ценностей: самовыражение 32%, взаимопомощь 24%, построение карьеры 14%, эмпатия 13%, толерантность 11%, признание 6%. Полученная шкала ценностей была протестирована на основе случайной выборки из 20 респондентов (по 5 респондентов из каждого вуза). В результате подсчета была получена та же шкала ценностей. Результаты эмпирического исследования подтвердили факт, что ценность «самовыражения» является самой важной ценностью для поколения Z. Очевидно, что данная ценность является выражением крайнего индивидуализма, однако последующие ценности в шкале являются частично коллективистскими – это взаимопомощь (24%) и эмпатия (13%). В 2021 г. эта же задача была поставлена при исследовании ценностного профиля старшеклассников. Обе возрастные страты поколения Z назвали наиболее значимой для себя ценностью «самовыражение». Второй по значимости ценностью студенты назвали «взаимопомощь», а школьники - «построение карьеры». Третьей по важности ценностью для студентов является

«построение карьеры», а для школьников «эмпатия». Этот результат свидетельствует о возрастающей индивидуализации поколения Z. Они все больше опираются на инструментальные ценности и стремятся к индивидуальному результату.

Большой интерес для практики организации цифрового взаимодействия с молодежью представляют ответы на вопрос, какой цифровой платформой чаще всего пользуется молодежь. Самой посещаемой цифровой площадкой в России для обеих возрастных страт поколения Z стала «ВКонтакте» (23% студентов, 31% школьников). На втором месте у студентов «Инстаграм» 18%, у школьников «Ютуб» 28,1%. Третьей по популярности платформой студенты назвали различные информационные системы - 13%, а школьники - Instagram 25,4%. Следует отметить, что результаты для школьников были более концентрированными, так как три самые популярные платформы в сумме охватили 84,5% школьников. Эти результаты указывают на цифровые платформы, на которых власти должны создавать виртуальные представительства и коммуникационные платформы. Основные усилия должны быть направлены на деятельность на платформе ВКонтакте. ВКонтакте — самая популярная цифровая социальная сеть в России. Он стал еще более популярным в 2022 году после запрета Facebook и Instagram в России из-за их экстремистских постов.

При изучении представителей студенческой молодежи в 2020 году особый интерес представляло, то как они выстраивают свой жизненный мир. В ходе исследования респондентам был задан вопрос «К кому обратиться, если у них возникнут личные проблемы мы желание «излить душу»?». Подавляющее большинство как студентов 73,2%, так и старшеклассников 57,2 % ответили, что будут делиться своими личными проблемами и переживаниями с близкими друзьями. Значительная доля старшеклассников 39,2 % и существенный процент студентов 18,4 % будут разбираться со своими проблемами сами и не обратятся за помощью или советом к другим людям. Обсуждать свои переживания с друзьями, общение с которыми происходило только в интернете, будут 5 % студентов и 1,5 % старшеклассников. Обсуждать свои проблемы с различными знакомыми в реальном общении встанут 2,5 % студентов и 1 % старшеклассников. Обсуждать свои проблемы с различными людьми в интернете будут по одному проценту в каждой из возрастных страт. Результаты данного вопроса демонстрируют, что представители цифрового поколения наиболее существенные для себя вопросы обсуждают всё же в реальном социальном взаимодействии. Крайне интересно, что большая доля старшеклассников не обратится ни к кому за помощью в решении важных проблем. Это может служить свидетельством отсутствия у них навыков эффективного общения и устойчивых межличностных отношений как в реальном, так и в цифровом пространстве. В определённой степени

цифровое взаимодействие способствует эрозии реальных социальных интеракция.

Для выявления того, каким образом представители поколения Z делают выбор и на какие ценности ориентируются, им была предложена гипотетическая ситуация. Молодой человек хочет устроиться на работу в транснациональную корпорацию. Для этого он изучает бизнес-культуру, менеджмент и другие необходимые дисциплины. Его знакомые и эксперты подтверждают, что он поступает правильно. Его лучший друг уже работает в этой корпорации и утверждает, что там не все организовано так, как они заявляют: места распределяются «по блату», сотрудники уклоняются от работы, имеют место взятки. Вопрос в том, к какому мнению он прислушается. Большая часть респондентов (53,5 % студентов и 58,8 % старшеклассников) оказавшись в подобной ситуации будет ориентироваться на мнение лучшего друга. Меньшая часть (35,8 % студентов и 41,2% старшеклассников) будет ориентироваться на советы знакомых и экспертов в данной области. Представленные результаты наглядно свидетельствуют о том, что несмотря на выраженные индивидуалистические тенденции в среде поколения Z сохраняются коллективистские ценности. В критической, экзистенциальной ситуации молодой человек будет ориентироваться именно на них.

Крайне важной частью исследования стало изучение социальных особенностей младших представителей поколения Z, которые являются учащимися школы. В 2021 году был проведён анкетный опрос среди представителей данной внутри поколенческой группы и его результаты были сопоставлены с результатами опроса старших представителей поколения Z. Необходимость сопоставления двух возрастных групп внутри поколения обусловлена тем, что современные школьники с самого раннего детства находятся в условиях цифрового взаимодействия. Цифровая коммуникация является для них настолько же естественной, как и физический мир. Это обстоятельство может обуславливать некоторые отличия школьников от старших представителей поколения Z.

Один из вопросов касался выявления источников информации, которые будет использовать молодой человек при подготовке научного доклада. Цифровая среда предлагает множество источников информации и большинство из них далеки от академических стандартов научности. В связи с этим нашей задачей было определить насколько важно для поколения Z пользоваться авторитетными источниками информации.

В результате опроса выяснилось, что большая часть старшеклассников (33,8% студентов и 51,5% старшеклассников) при подготовке доклада ограничивается чтением статей из интернета. Среди старших представителей поколения Z большая часть респондентов (40,3% студентов и 25,3% старшеклассников) использует несколько серьёзных книг для подготовки доклада. Прочтением книг «по диагонали» ограничиваются (15,9% студентов и 10,3%

старшеклассников). Использовать только краткий пересказ книг для подготовки к докладу будут (5,5% студентов и 11% старшеклассников). Часть респондентов заявила, что не будут использовать каких-либо источников информации и ограничится только имеющимися знаниями (4,5% студентов и 1% старшеклассников). В результате если среди студентов преобладает уважение к авторитетным источникам информации, то большинство старшеклассников фактически заявляют о готовности использовать любые её источники. Здесь следует отметить, что подготовка студенческого доклада требует существенно больших умственных усилий и существенно на более серьёзный информации чем подготовка доклада в школе. Однако общая тенденция заключается в том, что социализация школьников в цифровой среде предоставляет им хорошие навыки поиска информации и адаптивности к быстро меняющимся условиям, однако не предоставляет навыков анализа и мировоззренческого осмысления важных вопросов. В мире постоянно меняющихся трендов и поверхностных образов такие навыки оказываются излишними.

Данный вывод подтверждается анализом ответов на вопрос о том, интересны ли молодым людям серьёзные научные и политические темы. Большая часть респондентов в обеих возрастных группах (36,3% студентов и 46,9% старшеклассников) склонна размышлять о серьёзных темах только если у них есть настроение заниматься подобными вещами. Существенно меньшая часть респондентов (26,4% студентов и 21,1% старшеклассников) интересуется серьёзными темами, но ограничивается чтением статей в интернете. Интересуется подобными темами и читают серьёзные книги 18,4 % студентов и 10,3 % старшеклассников. Среди респондентов 9,5 % студентов и 13,9 % старшеклассников склонны не интересоваться серьёзными темами. Совершенно не интересуется серьёзными темами 1% студентов и 4,6 % старшеклассников. Указанные результаты свидетельствуют о меньшем интересе к серьёзному осмыслению мира у младших представителей поколения Z. Появление подобных тенденций способствуют и особенности цифровой экономики, который важнее быстро овладевать новой информацией и быть в курсе всех последних трендов. Рефлексивный анализ серьёзных вещей в таких условиях представляется молодым людям не практичным.

Цифровая социализация с самого юного возраста приводит к возникновению среди младших представителей поколения Z убеждения, что они живут одновременно в виртуальной и физической реальности. Поскольку всю свою жизнь они провели среди гаджетов, то вопрос о разделении этих двух реальностей для них представляется не актуальным и просто не возникает.

В рамках исследования респондентам было предложено оценить ситуацию, когда во время учебного занятия преподаватель не понял сленговые выражения, которые использует школьник. Использованием

выражений, которые уместны для узкого круга общения, эту ситуацию назвали 76,1% студентов и 71,1% старшеклассников. Неспособностью школьника пользоваться культурным языком эту ситуацию назвали 15,9% студентов и 14,4% старшеклассников. Часть респондентов оценили эту ситуацию как следствие того что преподаватель «отстал от жизни» (5,5% студентов и 13,9% старшеклассников). Иное мнение высказали 2,5% студентов и 0,5% старшеклассников. Приведённые цифры свидетельствуют что младшие представители поколения Z убеждены в необходимости для каждого члена общества следовать последним трендам и быть в курсе происходящих изменений. Молодёжный сленг является определённой формой коммуникации. Школьники, которые привыкли к общению в виртуальном пространстве как в едином пространстве, в котором отсутствуют «формальные» области, где требуется строго определенное поведение, склонны экстраполировать виртуальные нормы взаимодействия в обыденную жизнь. Представленные результаты являются ещё одним доказательством того, что виртуальное и реальное взаимодействие является для них неразделимой сферой коммуникации, в которой они склонны устанавливать правила поведения. Участие в виртуальной коммуникации приводит к тому, что школьники вынуждены самостоятельно определять правила общения и добиваться их соблюдения, поскольку в виртуальном пространстве все участники коммуникации априори равны. Привычку к нормативной самоорганизации поведения они переносят и в реальное взаимодействие.

Некоторые полученные в ходе исследования результаты очевидно являются следствием не различий между возрастными стратами в рамках одного поколения, а естественными социальными различиями, связанными с изменениями в силу возраста. Ответы на некоторые вопросы не дают существенных отличий между возрастными затратами и свидетельствуют о наличии устойчивых социальных характеристик, которые свойственны всем представителям поколения Z. Подобные результаты служат доказательством полезности теории поколений в социальных науках. А в частности респондентам было предложено ответить на вопрос о том, что они предпримут если друзья предложат им попробовать лёгкие наркотики, а эксперты заявят о недопустимости подобных практик. О намерении сделать выбор самостоятельно, без опоры на мнение других, заявили 83,1% студентов и 83% старшеклассников. Опираются на мнение экспертов как на решающее будут 15,9% студентов и 15,5% старшеклассников. Поверят своим друзьям 1% студентов и 1,5% старшеклассников. Указанные цифры практически не отличаются и представляют мнение поколение Z в целом.

В целом младшая возрастная страта поколения Z склонна к быстрому принятию информации и поверхностному отношению к ней. Они в большей степени интегрированы в цифровое взаимодействие их

личность является более гибкой и более способной к быстрой адаптации. Данные особенности вызваны цифровой социализацией, которой современные старшеклассники были подвержены в большей степени чем современные студенты.

Помимо этого, на формирование личности представители поколения Z оказывает влияние и крайний динамичная экономика. Молодые люди видят постоянное появление новых трендов, когда едва появившиеся продукты быстро завоевывают внимание целевых аудиторий, а после если исчезают. Цифровая среда становится основной средой, где происходит нет потребление и наделение вещей субъективной потребительской ценностью. Сегодняшние школьники глубоко интегрированы в цифровую среду, а потому очень остро чувствуют эти особенности и те требования, которые предъявить к ним жизнь в условиях такой экономики.

В исследовании 2020 г. была поставлена гипотеза, что склонность к blended learning обусловлена рядом факторов, которые предстояла выявить в ходе исследования. Для того, чтобы выявить эти факторы был проведен факторный анализ с использованием статистического пакета SPSS. Данные анкетного опроса были закодированы по бинарному принципу: 1 – качество ярко выражено, 0 – качество не выражено или выражено слабо. Для проведения факторного анализа кодировались данные опроса студентов, проведенного осенью 2020 г. в разгар пандемии COVID-19.

Чтобы проверить пригодность данных для проведения на них факторного анализа использовались критерий адекватности выборки КМО и критерий сферичности Бартлетта. Критерий КМО составляет 0,601. Он показывает, что факторный анализ применим к выбранным данным. Критерий сферичности имеет статистическую значимость на уровне 0,001, что означает, что корреляция в корреляционной матрице статистически значимо отличается от нуля, и данная матрица пригодна для факторного анализа.

Посредством факторного анализа удалось вскрыть пять латентных факторов (табл. 1). Переменные, входящие в каждый фактор, должны иметь факторную нагрузку не менее 0,4. Каждый из пяти факторов содержит факторные нагрузки с положительным знаком, что имеет важную роль в регрессионном анализе на основе выбранных факторов.

Обозначим первый фактор как "Профессиональная ориентация". Он включает в себя следующие переменные "Удовлетворенность содержанием дисциплин", "Тенденция к саморазвитию", "Удовлетворенность организацией учебного процесса", "Работа по специальности после окончания вуза".

Обозначим второй фактор как "Свобода выбора", которая определяется внутренней и внешней средой образовательного процесса. В данный фактор входят переменные "Выбор индивидуальной траектории", "Удовлетворенность обучением в период пандемии", "Удовлетворенность государственной образовательной

политикой".

Обозначим третий фактор как "Единство целей университета и бизнеса". Для него характерно во взаимодействие университетов и работодателей, т.е. связь образования с трудоустройством. Этот фактор состоит из переменных "Сотрудничество вузов с работодателями", "Влияние качества образования на получение престижной работы".

Четвертый фактор – это "Профессиональная коммуникация". Он характеризует с организацию учебного процесса. Фактор состоит из переменных "Групповая работа в классе" и "Использование источников, рекомендованных преподавателем".

Обозначим пятый фактор как "Мягкие навыки". Он состоит из одной переменной, обозначенной как "Формирование личных контактов в процессе обучения".

Выявленные в ходе факторного анализа факторы представляют собой стандартизованные величины со средним, равным нулю, и стандартным отклонением, равным единицы. Выбросов в них нет, поэтому мы можем использовать данные факторы для построения логистической регрессии. Данная модель позволит нам выявить значимые факторы, которые и оказывают решающее влияние на выбор blended learning. Модель логистической регрессии будет построена при помощи языка программирования R, статистические пакеты которого повышают точность расчетов и визуализации результатов.

Результаты вычисления логистической регрессии указаны в табл. 2. Они показывают, что только два фактора являются статистически значимыми («Свобода выбора» и «Профессиональная коммуникация»). Основываясь на этих данных, можно записать уравнение логистической регрессии.

Вероятность использования blended learning–Binomial ($n=1, \pi$)

Математическое ожидание E (Эффективности blended learning) = π

Функция связи логитов переводит вероятности в логиты при интерпретации коэффициентов регрессии.

$$\ln\left(\frac{\pi}{1-\pi}\right) = \eta_i$$

$$\eta_i = 1.74 + 0.68 * \text{FAC2_1} + 0.54 * \text{FAC4_1}$$

Уравнение логистической регрессии показывает прямую связь между фактором FAC2_1 («Свобода выбора») и вероятностью использования blended learning, а также между фактором FAC4_1 («Профессиональная коммуникация») и зависимой переменной. Имея наибольший коэффициент фактор «Свободы выбора» оказывает наибольшее влияние на зависимую переменную «Вероятность использования blended learning». На рис. 1 представлены графики, которые показывают связь между выбранными факторами и зависимой переменной. При интерпретации визуальных отражений взаимосвязей

можно сделать вывод, что при изменении фактора на одно положительное стандартное отклонение вероятность использования модели обучения blended learning возрастает. Однако для обоих факторов между первым и вторым стандартным отклонением наступает насыщение функции. Данная тенденция означает, что значительные инвестиции в данную модель обучения на определенном этапе становятся менее эффективными. При движении по графикам в обратном направлении вероятность использования модели обучения blended learning уменьшается.

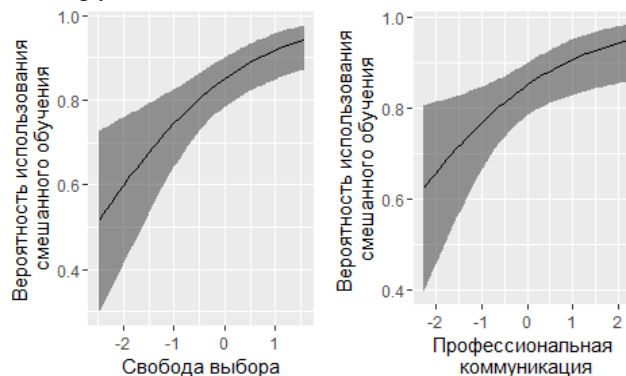


Рис. 1. Результирующие графики зависимости вероятности эффективного внедрения модели смешанного обучения от независимых переменных (факторов)

Интерпретация коэффициентов логистической регрессии позволяет сделать вывод, что при изменении фактора FAC2_1 («Свобода выбора») на одну единицу, вероятность использования модели blended learning возрастает в 1,96 раза. При увеличении фактора FAC4_1 (Профессиональная коммуникация) на одну единицу вероятность внедрения модели blended learning возрастает в 1,71 раза. Для получения данных результатов мы возводим число Эйлера (2,71) в степень коэффициента, стоящего при независимой переменной. Данное уравнение логистической регрессии показывает, что на вероятность использования модели blended learning в обучении решающее значение оказывают факторы свободы выбора и профессиональной коммуникации. При этом студенты не стремятся полностью перейти на дистанционное обучения, желая сохранить формат и традиционных занятий в аудитории под руководством преподавателя и в живом общении с группой. Учитывая прагматизм поколения Z, необходимо отметить, что обучение для них это возможность приобрести практикоориентированные знания, которые можно использовать здесь и сейчас.

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье проведен анализ коммуникативной компетентности поколения Z, понимаемой как практика и готовность к новым практикам сетевой интеграции. Исследование выявило ценностные основания коммуникации, среди которых самовыражение и взаимопомощь играют наибольшее значение (неслучайно некоторые исследователи называют поколение Z «поколением ЯЯЯ» [25]), наиболее

популярные ресурсы у молодежи – Вконтакте и Instagram². Такие данные указывают на склонность молодежи к эмоциональной коммуникации, являющейся средством получения ощущений, чувства востребованности и эмпатии. Социальные сети подогревают эти чувства, возводя их в ранг нормы.

Крен в сторону «жизненного мира» и слабую готовность к деловой коммуникации показывают и другие результаты исследования. Так, например, наиболее значимым фактором в выборе образовательной траектории оказалась свобода выбора, включающая в себя возможность выбора индивидуальной траектории, удовлетворенность обучением в период пандемии и государственной образовательной политикой в целом, что тоже указывает на собственное «хочу», не способствующее интеграции в сложившиеся образовательные, научные и профессиональные круги. На эти же установки указывают ответы респондентов, связанные с дальнейшим трудоустройством и проявление интереса к серьезным научным и политическим темам «при наличии желания».

Эмоциональные контакты обычно ограничены узким кругом близких людей, и крен в сторону эмоциональности в коммуникации сопровождается замыканием молодых людей в этих ячейках. Возможно, это в целом черта поведения молодежи, однако в современном мире такое поведение, скорее, одобряется и не сдерживается. На консерватизм и капсулизацию указывают ответы респондентов, касающиеся использования сленговых выражений, обычно носящих эмоциональную окраску, и круга лиц, в котором есть возможность «излить душу». Впрочем, младшая когорта более ярко проявляет индивидуалистические черты в проявлении собственных эмоций.

Проведенное исследование показало слабую коммуникативную готовность молодежи к вовлечению в «системные мирь». Надо полагать, что такие установки пагубно скажутся на карьерном росте и ситуациях, связанных с неопределенностью (переход на другое место работы или учебы, переезд в другой город и пр.). Однако в среде поколения Z могут оказаться востребованными такие области, как психология, искусство, различные формы творчества, что, впрочем, помогут выявить другие исследования.

БЛАГОДАРНОСТИ

Исследование проводилось при поддержке ресурсного центра "Центр социологических и интернет-исследований Научного парка СПбУ" (проект № 106-23650).

БИБЛИОГРАФИЯ

[1] Hanson M. Student Loan Debt by Generation [Онлайн]. URL: <https://educationdata.org/student-loan-debt-by-generation>.

- [2] Trinko K. Gen Z is the loneliest generation, and it's not just because of social media // USA TODAY [Онлайн]. URL: <https://www.usatoday.com/story/opinion/2018/05/03/gen-z-loneliest-generation-social-media-personal-interactions-column/574701002/>.
- [3] Social capital project «What we do together». Prepared by the Vice Chairman's staff of the Joint Economic Committee at the request of Senator Mike Lee. SCP Report, № 1-17 [Онлайн]. URL: https://www.lee.senate.gov/public/_cache/files/b5f224ce-98f7-40f6-a814-8602696714d8/what-we-do-together.pdf.
- [4] В России на матерей-одиночек приходится треть семей с детьми [Онлайн]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5899c3949a7947cd04125cc5>.
- [5] Межличностное доверие. Надо ли доверять людям? Можно ли вернуть утраченное доверие? URL: <https://fom.ru/TSennosti/14215> (дата обращения: 03.09.2022).
- [6] Зубок Ю.А., Чупров В.И. Изменяющаяся социальная реальность в кризисном российском обществе // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Т. 10. №1. С. 41–57.
- [7] Чанкова Е.В., Сорокин О. В. Коммуникативная компетентность личности пользователя в конструировании «медиатизирующегося мира» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. №4. С. 730-737.
- [8] Чанкова Е.В., Сорокин О. В. Коммуникативное пространство молодежи в контексте типов культуры // V Чтения памяти В.Т. Лисовского : Материалы Чтений, Москва, 17 декабря 2021 года. – Москва: Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, 2021. С. 136-141 [Онлайн]. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=10372>.
- [9] Чанкова Е.В., Сорокин О.В. Традиционное и современных в коммуникативных практиках молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2021. № 1. С. 131-142.
- [10] Чанкова Е.В. Коммуникативная компетентность личности в условиях изменяющейся социальной реальности: дисс. ... д-ра социол. наук. М. 2018. 382 с.
- [11] Жуков Ю.М. Коммуникативный тренинг. М.: Гардарики. 2003.
- [12] Зимняя И.А. Ключевые компетенции - новая парадигма результата современного образования // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2019. № 3-2. С. 25-27 [Онлайн]. URL: <http://www.nauteh-journal.ru/files/6fbdab87-9993-4642-a0fd-376010712656>.
- [13] Серегина И.И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) // Мир психологии. 2000. №2. С.71-85.
- [14] Hymes, D.H. On Communicative Competence // Sociolinguistics. Selected Readings / J.B. Pride, J. Holmes (eds). Harmondsworth: Penguin. 1972. P. 269-293.
- [15] Хомски Н. Аспекты теории синтаксиса. М. 1992.
- [16] Вялютнев М.Н. Коммуникативная направленность обучения русскому языку в зарубежных школах // Русский язык за рубежом. 1977. № 6. С. 38-45.
- [17] Шарков Ф.И., Зотов В.В. Информационная и коммуникативная культура как необходимая компетенция профессиональных стандартов специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью // XX международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений сборник материалов. Ассоциация Коммуникативных Агентств России. 2016. С. 159-166.
- [18] Мирошкина М.Р. Интерпретации теории поколений в контексте российского образования // Ярославский педагогический вестник. 2017. № 6. С. 30–35.
- [19] Мазиллов И.А. Инновации в современном образовании: психология vs педагогики // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 1. С. 8–22
- [20] Богачева Н.В., Сивак Е.В. Мифы о «поколении Z» // Современная аналитика образования. 2019. Том 22, № 1. С. 1-64.
- [21] Коутс Дж.В. Поколения и стили обучения MAPDO. М. 2011.
- [22] Каку М. Физика будущего. М. 2012
- [23] Палффи Дж., Гассер У. Дети цифровой эры / пер. Н. Г. Яцок. М. 2011. С. 10.
- [24] 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.
- [25] Millennials: The Me Me Me Generation [Онлайн]. URL: <https://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>.

² Организация признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

Толстикова Ирина Ивановна, к.ф.н., доцент факультета технологического менеджмента и инноваций Университета ИТМО, ORCID 0000-0003-2804-7102. Обзор литературы.

Игнатьева Ольга Анатольевна, к.с.н., доцент кафедры политического управления Санкт-Петербургского государственного университета, ORCID 0000-0002-1658-6427. Описание и интерпретация факторного и регрессионного анализа, анализ ценностных профилей и интернет-ресурсов

Кондратенко Константин Сергеевич, к.ф.н., доцент кафедры политического управления Санкт-Петербургского государственного университета, ORCID 0000-0002-9145-5435. Введение, заключение, аннотация.

Плетнев Александр Владиславович, к.с.н., доцент кафедры философии и социологии Санкт-Петербургского университета МВД РФ, ORCID 0000-0002-5966-988X. Описание и интерпретация частотного анализа.

Generation Z communication competencies and the choice of learning format in the context of digitalization

Irina I. Tolstikova, Olga A. Ignatjeva, Konstantin S. Kondratenko, Alexander V. Pletnev

Abstract— The article is devoted to the study of the communicative competence of the "digital generation", understood as readiness for network professional, educational and scientific integration. Researched based on a series of surveys conducted by a team of authors in 2019-21, which touched on the topics of values, resources, network activity, social construction of reality, etc. This paper analyzes the features of the communication practices of representatives of generation Z, involvement in new educational formats, communicative-behavioral attitudes. The main problem of the study is related to the weak level of readiness of representatives of generation Z for professional communication, the tendency of "zoomers" to emotional, rather than rational, exchanges, the conservatism and individualism of young people. At the same time, the authors touch upon the specifics of youth communication, based on involvement in both virtual and real environments. The team of authors describes this feature as a physical reality in which the boundaries between the physical and digital worlds are blurred. The results of the study are important for the development of a strategy for youth policy, marketing, scientific theory (human-machine interaction, generational issues, pedagogy).

Keywords— generation Z, communicative competence, physical reality, digitalization, socialization, blended learning.

REFERENCES

- [1] M. Hanson, Student Loan Debt by Generation [Online]. Available: <https://educationdata.org/student-loan-debt-by-generation>.
- [2] K. Trinko, Gen Z is the loneliest generation, and it's not just because of social media // USA TODAY [Online]. Available: <https://www.usatoday.com/story/opinion/2018/05/03/gen-z-loneliest-generation-social-media-personal-interactions-column/574701002/>.
- [3] Social capital project «What we do together». Prepared by the Vice Chairman's staff of the Joint Economic Committee at the request of Senator Mike Lee. SCP Report, № 1-17 [Online]. Available: https://www.lee.senate.gov/public/_cache/files/b5f224ce-98f7-40f6-a814-8602696714d8/what-we-do-together.pdf.
- [4] V Rossii na materej-odinochek prihoditsja tret' semej s det'mi [Online]. Available: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5899c3949a7947cd04125cc5>.
- [5] Mezhlíčnostnoe doverie. Nado li doverjat' ljudjam? Možno li vernut' uterjannoe doverie? [Online]. Available: <https://fom.ru/TSennosti/14215>. (In Russian)
- [6] Ju.A. Zubok, V.I. Chuprov, "Izmenjajushhajasja social'naja real'nost' v krizisnom rossijskom obshhestve", *Jekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz*, vol. 10, no 1, pp. 41–57, 2017. (In Russian)
- [7] E.V. Chankova, O.V. Sorokin, "Kommunikativnaja kompetentnost' lichnosti pol'zovatelja v konstruirovanii «mediatizirujushhegosja mira»", *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Literaturovedenie. Zhurnalistika*, vol. 26, no. 4, pp. 730-737, 2021. (In Russian)
- [8] E.V. Chankova, O.V. Sorokin, "Kommunikativnoe prostranstvo molodezhi v kontekste tipov kul'tury", in *V Chtenija pamjati V.T. Lisovskogo : Materialy Chtenij, Moskva, 17 dekabnja 2021 goda*, Moskva: Federal'nyj nauchno-issledovatel'skij sociologičeskij centr Rossijskoj akademii nauk, 2021, pp. 136-141 [Online]. Available: <https://www.isras.ru/publ.html?id=10372>. (In Russian).
- [9] E.V. Chankova, O.V. Sorokin, "Tradicionnoe i sovremennyy v kommunikativnyh praktikah molodezhi", *Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Sociologija. Jekonomika. Politika*, no 1, pp. 131-142, 2021. (In Russian).
- [10] E.V. Chankova, Kommunikativnaja kompetentnost' lichnosti v uslovijah izmenjajushhejsja social'noj real'nosti: diss. ... d-ra sociol. Nauk, M., 2018. (In Russian)
- [11] Ju.M. Zhukov, Kommunikativnyj trening, M, 2003. (In Russian)
- [12] I.A. Zimnjaja, "Ključevye kompetencii- novaja paradigma rezul'tata sovremennogo obrazovanija", *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Serija: Gumanitarnye nauki*, no. 3-2, pp. 25-27, 2019 [Online]. Available: <http://www.nauteh-journal.ru/files/6fbdab87-9993-4642-a0fd-376010712656>. (In Russian)
- [13] I.I. Seregina, "O social'no znachimyh aspektah kommunikativnoj kompetentnosti rossijskih menezhderov (k postanovke problemy)", *Mir psihologii*, no 2, pp.71-85, 2000. (In Russian)
- [14] D.H. Hymes, On Communicative Competence, In *Sociolinguistics. Selected Readings*, J.B. Pride, J. Holmes (eds), Harmondsworth: Penguin, 1972, pp. 269-293.
- [15] N. Homski, Aspekty teorii sintaksisa, M., 1992. (In Russian)
- [16] M.N. Vjatjutnev, "Kommunikativnaja napravlenost' obuchenija russkomu jazyku v zarubezhnyh shkolah", *Russkij jazyk za rubezhom*, no 6, pp. 38-45, 1977. (In Russian)
- [17] F.I. Sharkov, V.V. Zotov, "Informacionnaja i kommunikativnaja kul'tura kak neobhodimaja kompetencija professional'nyh standartov specialista v sfere reklamy i svjazej s obshhestvennost'ju", in *XX mezhdunarodnaja nauchno-metodičeskaja konferencija zavedujushhijh kafedrami marketinga, reklamy, svjazej s obshhestvennost'ju, dizajna i smezhnyh napravlenij sbornik materialov*, Associacija Kommunikativnyh Agentstv Rossii, 2016, pp. 159-166. (In Russian)
- [18] M.R. Miroshkina, "Interpretacii teorii pokolenij v kontekste rossijskogo obrazovanija", *Jaroslavskij pedagogičeskij vestnik*, no 6, pp. 30–35, 2017. (In Russian)
- [19] I.A. Mazilov, "Innovacii v sovremennom obrazovanii: psihologija vs pedagogiki", *Jaroslavskij pedagogičeskij vestnik*, no 1, pp. 8–22, 2018. (In Russian)
- [20] N.V. Bogacheva, E.V. Sivak, "Mify o «pokolenii Z»", *Sovremennaja analitika obrazovanija*, vol. 22, no 1, pp. 1-64, 2019. (In Russian)
- [21] Dzh.V. Kouts, Pokolenija i stili obuchenija, M.: MAPDO, 2011. (In Russian)
- [22] M. Kaku, Fizika budushhego, M., 2012. (In Russian)
- [23] Dzh. Palfri, U. Gasser, Deti cifrovoj jery, per. N.G. Jacjuk, M., 2011. (In Russian)
- [24] D. Stillman, Dzh. Stillman, Pokolenie Z na rabote. Kak ego ponjat' i najti s nim obshhij jazyk, per. Ju. Kondukova, M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2018. (In Russian)
- [25] Millennials: The Me Me Me Generation [Online]. Available: <https://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>.

Tolstikova Irina Ivanovna, PhD in Philological Sciences, Associate Professor of the Faculty of Technology Management and Innovation, ITMO University, ORCID 0000-0003-2804-7102. Literature review.

Ignatieva Olga Anatolyevna, PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Political Governance, St. Petersburg State University, ORCID 0000-0002-1658-6427. Description and

interpretation of factor and regression analysis, analysis of value profiles and Internet resources

Kondratenko Konstantin Sergeevich, Phd in Philological Sciences, Associate Professor, Department of Political Governance, St. Petersburg State University, ORCID 0000-0002-9145-5435. Introduction, conclusion, abstract.

Pletnev Alexander Vladislavovich, Ph.D. in Sociology, Associate Professor of the Department of Philosophy and Sociology, St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, ORCID 0000-0002-5966-988X. Description and interpretation of frequency analysis.