

Phygital поколение в условиях свободной глобальной коммуникации

Мамина Р.И., Толстикова И.И.

Аннотация— В статье рассматривается одно из значимых направлений аналитических и прогностических исследований развития цифрового общества – поколенческая тематика. Среди факторов, обусловивших ее актуализацию – феномен нового вида взаимодействия, связанный с цифровой средой, который объединяет мир физический и виртуальный, определяемый как *phygital*-взаимодействие. В статье *phygital* взаимодействие рассматривается с позиций поколенческой проблематики, особенности этого вида взаимодействия выявляются на примере поведенческих практик нового поколения – поколения *Z*. В условиях *phygital*-существования законы виртуального мира не всегда согласуются с законами реального мира. Соответственно, меняется система ценностных координат современного человека, его ориентиры, отсюда проблема взаимодействия разных поколений. Сегодня именно на цифровую культуру как новую область междисциплинарного знания возлагаются функции социальной стабильности и формирования ценностей и ценностных ориентиров цифровой эпохи. В первую очередь это проблема взаимодействия с новой генерацией – поколением *Z*, представители которого существенно отличаются от своих предшественников, они уже живут в *phygital*-мире и лучше всех к нему адаптированы. В статье анализируются ценностные ориентиры и приверженности *phygital* поколения, выявляются его мировоззренческие и коммуникативные характеристики, а также поведенческие модели, которые это поколение несет с собой в мир повседневных и деловых практик современного социума.

Ключевые слова— цифровое общество, поколение *Z*, *фиджитал* взаимодействие, *диджитал* взаимодействие, теория поколений, система ценностных ориентиров, деловая среда.

I. ВВЕДЕНИЕ

XX век и первые два десятилетия XXI века стали временем развития таких направлений философского знания, как профессиональная и прикладная, в том числе, информационная этика. В частности, в настоящее время проблемам информационной этики, моральной ответственности, цифровому неравенству, свободе коммуникации, правам человека, кибербезопасности и сохранению неприкосновенности частной жизни человека в цифровую эпоху посвящено множество

теоретических, включая фундаментальные, исследований. Однако сегодня необходимо отвлечение от теоретической аксиологии современной информационной этики в пользу рассмотрения факторов трансформации традиционной этики и самой жизни людей в цифровую эпоху для определения моральных дилемм информационного общества. Особенно это актуально с позиций поколенческой проблематики, и прежде всего, это особенности взаимодействия с новым поколением – поколением *Z*. Поколение *Z* – это первое поколение, представители которого, родились и живут в мире, где любой физический объект имеет свой цифровой эквивалент, поэтому они уже живут в цифровом мире и лучше всех подготовлены к его новациям. В то же время, по оценке аналитиков, ключевая отличительная особенность нового поколения заключается в том, что они не видят разницы между жизнью в сети и вне ее. Появление этой особенности поколения *Z* обусловлено феноменом нового вида взаимодействия, который объединяет мир физический и виртуальный, его определяют как *phygital*-взаимодействие. В условиях трансформации общественного сознания и формирования нового типа коммуникации, который практически еще мало исследован и на теоретическом уровне, и в практической плоскости, данное обстоятельство обуславливает необходимость выявления системы ценностных приоритетов нового поколения, его профиль, тенденции его развития.

В статье анализируются ценностные ориентиры и приверженности поколения *Z*, выявляются 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, все эти вопросы имеют не только межпоколенческий, но и цивилизационный характер.

II. 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 анализ проблемы появился сравнительно недавно – в совместных работах американских ученых – известного экономиста и специалиста в области демографии Нейла Хоува и

Статья получена 11 ноября 2019.

Р.И. Мамина, д.ф.н., профессор кафедры философии, Университет СПбГЭТУ «ЛЭТИ», г. Санкт-Петербург, Росси, (e-mail: maminaraisa@yandex.ru)

И.И. Толстикова, к.ф.н., ординарный доцент ФТМИ, Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург, Россия, (e-mail: tolstikova_irina@mail.ru).

историка Вильяма Штрауса, первая из них – «Поколения: История Будущего Америки» (1991 г.) [1]. Авторы пришли к общему выводу, что система ценностей у людей, выросших в разные исторические периоды, различается 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 «G1», или поколение победителей, или Величайшее поколение (рожденных 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 данной теории, ценности у 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 завершению 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, 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, проведенных 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. Карр, Г. Смол и Г. Ворган, Д. Стиллман и др. В частности, имя канадского ученого Дона Тапскотта, известное всему цивилизованному миру как имя автора и первого разработчика понятия «цифровая экономика», выведенного в название его книги – «Digital Economy» (1994), связано также с введением понятия «сетевое поколение» (NET-generation или N-generation), профиль которого он подробно описал в своих книгах «Расти 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» [2].

Углубленное исследование теории поколений со стороны мирового научного сообщества привело, в свою очередь, к появлению различных синонимических названий одних и тех же поколений. Например, тринадцатое поколение Хоува и Штрауса с легкой руки канадского писателя Дугласа Коупленда стало поколением X благодаря выходу в свет его нашумевшего романа «Поколение X: сказки для ускоренного времени», в котором он описал поведенческие особенности молодежи 1980-х годов. При этом, сам Коупленд позаимствовал новое название из научной работы британской исследовательницы Джейн Деверсон, впервые употребившей данный термин по отношению к поколению, которое довольно сильно отличалось от своих родителей – представителей поколения бэбби-бумеров. Однако, как правило, популярность термина «поколение X» ассоциируют с именами Хоува и Штрауса, признанных во всем мире в качестве первых официальных разработчиков поколенческой тематики. Новые названия различных поколений можно привести и на примере других генераций. 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 «Home landers», «IGen», «Поколение», центениалы, поколение цифры, а теперь еще и как phygital поколение и др.

III. ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ В РОССИИ

Адаптация теории поколений Хоува и Штрауса применительно к российской действительности была проведена группой специалистов под руководством Евгении Шамис и Евгения Никонова в 2003-2004 гг. в рамках проекта «RuGenerations – Теория поколений в России». В рамках этого проекта были проведены 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 детерминированы развитием информационно-коммуникативных технологий и являются общими для разных стран. Смена поколений проходит 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, тем не менее, формировались в определенной социально-экономической и политической среде нашей страны, и, соответственно, имеют свои конкретно-исторические ценности, поэтому представлены авторами в адаптированном к российской действительности варианте. Приведем некоторые из них:

- базовые ценности величайшего поколения (1900–1923) формировались до середины 30-х годов прошлого столетия. Их отличает трудолюбие, ответственность, вера в светлое будущее, приверженность идеологии, семье и семейным традициям и др.;

- люди, принадлежащие к молчаливому поколению (1923–1943) уважают законы, должности и статусы других людей. Они - законопослушны, понятие семьи для них свято, только в семье можно не контролировать себя и говорить на любые темы, отсюда и название — молчаливое поколение;

- события, которые предопределили судьбу поколения беби-бумеров (1943–1963) — это победа в Великой Отечественной войне, советская оттепель, покорение космоса, единые стандарты образовательной системы, поэтому люди этого поколения, прежде всего оптимисты, их отличает коллективизм, любознательность и уважение к любознательности в других людях и др.;

- события, которые предопределили судьбу поколения беби-бумеров (1943–1963) — это победа в Великой Отечественной войне, советская оттепель, покорение космоса, единые стандарты образовательной системы, поэтому люди этого поколения, прежде всего, оптимисты. Их отличает коллективизм, любознательность и уважение к любознательности в других людях;

- поколение X (1963–1984) отличает самостоятельность, готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность,

стремление учиться в течение всей жизни, поиск эмоций, прагматизм и др.;

- поколение Y (1984–2000), или поколение Next, - поколение сети, отличает желание быть лучше, нацеленность на результат, игровая зависимость, желание немедленно получить вознаграждение, неверие в отдаленную перспективу, важность самовыражения, уверенность в собственной ценности и др.;

- поколение Z - дети, родившиеся в 2000-е гг. (существуют и другие временные пограничные ориентиры, например, Стиллман называет 1995 г. и позднее, а согласно Хоуву и Штраусу, это дети, родившиеся в 2003 г. и позднее). Поколение Z - самое молодое поколение, которое вступает во взрослую жизнь и их главные ценности обусловлены, прежде всего, развитием новых и новейших технологий [3].

Сегодня в рамках проекта «RuGenerations – Теория поколений в России» выпущено две книги, написанные непосредственно его разработчиками Е. Шамис и Е. Никоновым – «Удивительный X» (2016) и «Теория поколений: стратегия беби-бумеров» (2017). Обе книги написаны на основе большой исследовательской базы, разработанной в условиях российской действительности, при этом все представленные рекомендации направлены на понимание практической ценности теории поколений в условиях деловой среды как на внутринациональном, так и глобальном уровнях взаимодействия.

В то же время, не все российские специалисты встретили данную теорию позитивно. Существует ряд аналитиков, которые занимают критическую позицию. По их мнению, данная теория имеет весьма обобщенный характер и не учитывает ни психологические типы, ни особенности темперамента, ни личные мотивы, ни социальные ориентиры. Однако, следует отметить, что, поскольку 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. Построение таких моделей позволяет не только описывать специфику каждого поколения, но и выстраивать стратегии взаимодействия представителей разных поколений на межличностном, групповом, деловом и представительском уровнях.

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, родившихся уже после 2010 г. Средний представитель

этого новейшего поколения сейчас ходит в детский сад, поэтому выделить социально-психологический портрет этого поколения еще 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.

Однако, в настоящее время главный акцент аналитики делают на самом молодом поколении, вступающим в трудовую жизнь современного социума - поколения Z. В условиях реалий цифрового общества тема взаимодействия поколений и, прежде всего, особенности взаимодействия с поколением Z, или *phygital* поколения. В настоящих условиях специфические особенности новой генерации приобретают знаковый характер, поскольку отражают как проблемы, так и специфику реалий цифрового общества на современном этапе его развития

IV. ПРОБЛЕМНЫЕ ЗОНЫ НОВОЙ ГЕНЕРАЦИИ

Рассмотрение проблемных зон нового поколения – это отдельная большая тема, которая находится в зоне научно-исследовательского поиска и имеет особую актуальность, поскольку речь идет о вхождении нового поколения в сложную систему общественных отношений, которые находятся в процессе трансформаций современного глобального интегрирующегося мира. Реальность современного информационного общества создает принципиально новые среды и виды взаимодействия людей, в частности, это виртуальная реальность, дополненная реальность, смешанная реальность, *phygital* - взаимодействие и др., где простая экстраполяция в область виртуальной социальности классических схем и законов физического бытия социума уже не работает. Поэтому сегодня, наряду с общими проблемами цифровой компетентности, к которым относятся цифровая грамотность, способность человека эффективно, критично и ответственно использовать цифровые технологии в разных сферах деятельности, в зоне особого внимания находится ценностная сфера, этические правила поведения и нормы безопасности. В этой связи в оборот вводится новое понятие «цифровое гражданство» [4] которое подразумевает как владение цифровыми технологиями, так и культуру сетевого общения. Однако, например, по результатам всероссийского исследования цифровой компетентности подростков и их родителей, которое проводилось Фондом Развития Интернет и факультетом психологии

МГУ имени М. В. Ломоносова при поддержке компании Google [5] уровень цифровой компетентности и подростков, и родителей составляет примерно треть от максимально возможного. Одной из важнейших причин недостаточной цифровой компетентности специалисты называют самостоятельное изучение интернета вне диалога и рефлексии при отсутствии в рамках образовательной системы комплексного обучения использования интернет-ресурсов под руководством профессионалов.

Цифровые технологии существенно повлияли и на когнитивные способности молодого поколения – это снижение концентрации внимания, изменения объемов кратковременной памяти, снижение навыков слушания, актуализация клипового мышления, и, как следствие, появление новых форм и форматов подачи информации, в частности, таких как практика коротких «продающих» выступлений. По оценке специалистов, данный формат является одним из новых трендов цифровой эпохи. Именно короткие «продающие» выступления приобретают особую актуальность в условиях современного информационного бума, глобализации и сверхконкуренции, именно такие форматы с необходимостью востребованы как в цифровой, так и нецифровой среде. Аналитики подчеркивают, что «феномен клипового мышления – признак того, что мы переживаем важнейший момент в нашей интеллектуальной и культурной истории – момент перехода от одной модели мышления – линейной – к другой, совершенно на нее не похожей – сетевой» [6].

В свою очередь, анализируя влияние цифровой среды на становление личности молодого человека в новых условиях, специалисты особо отмечают изменения языковой ситуации. Наряду с такими положительными тенденциями, как развитие способности к самовыражению на разных платформах и обращение к широкой аудитории, наблюдается отсутствие коммуникативных навыков взаимодействия с целевой аудиторией, обеднение словарного запаса, стирание граней между формальным и неформальным стилями речи, упрощенные и стандартизированные формы общения. И, как следствие подобного развития языковой личности, утрата способности критического мышления – одной из важных когнитивных способностей современного человека.

Исследования влияния цифровых устройств на формирование языковой личности проводятся в России и других странах достаточно давно, но пока результаты все еще не выходят на положительную динамику. В частности, в исследовании американского исследовательского центра по изучению Интернета и общественной жизни Pew Research Center «Влияние цифровых устройств на письменную речь школьников и как она преподается в школах» («The Impact of Digital Tools on Student Writing and How Writing is Taught in Schools») приводятся данные, полученные в результате on-line опроса 2462 американских учителей, работающих со школьниками средних и старших классов, и работы с фокус-группами учителей. По

девяти навыкам, отражающим владение культурой речи, учителя поставили оценки «удовлетворительно» (3) или «хорошо» (4) по пятибалльной системе. Перечислим эти навыки: эффективно организовывать и структурировать текст, понимать и оценивать различные точки зрения, давать конструктивные отзывы, уметь корректно привести цитату или ссылку, умение создавать цельный текст на основе информации из разных источников, использовать тональность и стиль, уместные для данной целевой аудитории, приводить сильные аргументы, работать со сложными текстами, уделять отдельное внимание добросовестному использованию и соблюдению авторских прав [7].

В современном обществе человек является не просто пользователем цифрового мира, который должен знать и уметь воспринимать такие атрибуты, как разнородность, сложность, неоднозначность, неопределенность, но и обладать другой важной половиной цифровой компетентности – критическим мышлением, мотивацией, ответственностью, этичностью поведения в обществе «текучей современности» [8].

V. ПОКОЛЕНИЕ ФИДЖИТАЛ В УСЛОВИЯХ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ

Исследуя коммуникативные характеристики и поведенческие модели нового поколения специалисты, занимающиеся проблемами современного социума, в том числе и поколенческой тематикой, подчеркивают, что дети XXI века имеют особый статус и связан он с появлением нового способа коммуникации – Интернетом, а также и новым способом взаимодействия – phygital - взаимодействием. Так, Дж. Палфри и У. Гассер, ученые Беркмановского Центра по проблемам 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 особого различия между жизнью в сети жизнью вне ее [9]. 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 особо подчеркивает, «что новая генерация вообще не видит разницы между виртуальным и реальным» [10]. При этом, доказательную базу данного утверждения составили результаты двух национальных исследований, проведенных 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 или Web 3.0, в частности, это «взаимодействие Интернета с физическим миром» (Т. О’Рейли) [11].

Новый вид взаимодействия определяют как оффлайн/онлайн взаимодействие, или Phygital взаимодействие. Термин «Phygital» еще не имеет широкого применения, но, по мнению аналитиков, именно этот термин наиболее точно отражает 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 в настоящее время является предметом особого внимания специалистов и рассматривается в разных смысловых значениях. В частности, в рамках поколенческой тематики Phygital – с позиций цивилизационного контента, при этом phygital 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.

Исследования Д.Стиллмана, на которые мы уже ссылались, также показали, что Phygital взаимодействие является не только ключевой характеристикой поколения Z, но и определяет другие его характерные особенности. К примеру, ученый, наряду с phygital взаимодействием, в качестве ключевых называет такие новые характеристики нового поколения, как – «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. В частности, такая характеристика поколения Z, как «персонализация», выражается, согласно Стиллману, не только в пределах собственного бренда, обладателем которого сегодня является практически каждый представитель нового поколения. В условиях деловой среды она проявляется и в направленности представителей этого поколения на персонализацию должности, должностных инструкций, подготовки и 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 [12]. Геймификация – использование игровых механик в

неигровых процессах, которые способствуют вовлеченности персонала в рабочий процесс, стимулируют интеллектуальный и творческий потенциал каждого отдельного работника. По оценке специалистов, речь идет о преимуществах игрового 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 наград, в отличие от традиционной системы поощрений, где наиболее распространенным средством являются деньги и различные материальные стимулы.

Игровой подход в неигровых процессах значительно сокращает расходы поощрительного фонда компании, однако требует постоянного совершенствования механизма обратной связи, основанного на факторе справедливости. Геймификацию рассматривают как самую актуальную и самую популярную новацию в современной HR-деятельности как западных, так и российских компаний, в том числе и с точки зрения привлекательности места работы или HR-брендинга компании. В то же время следует особо отметить, что независимо от того речь идет 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.

Однако в новых условиях изменились не только коммуникативные характеристики и модели поведения нового поколения в практиках деловой среды, но и его ценностные ориентиры.

VI. НОРМАТИВНО-ЭТИЧЕСКИЕ РЕГУЛЯТИВЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ

Морфология цифрового общества формируется интеграцией реальных и виртуальных практик в экономике, политике, бизнесе, в сфере коммуникаций, культуре. Реальность информационного общества создает принципиально новые пространственные среды, виды и формы взаимодействия людей. Центром всех этих преобразований является глобальная сеть Интернет. Сегодня Интернет это уже не только новый технологический инструментарий. Специалисты отмечают, что всемирная «информационная паутина» представляет собой динамическую систему, «в которой технологические и социальные структуры порождают друг друга, трансформируются из техногенного явления в мощный культуросодержащий и культуuroобразующий фактор» [13]. Данный фактор с необходимостью формирует новые ценности и ценностные ориентиры, коммуникацию и культуру современного социума и, в первую очередь, это касается новой генерации. В частности, исследуя социально-психологический портрет поколения Z и выделяя новации и новые ценности, которые это поколение несет с собой в мир повседневных и деловых практик, аналитики всерьез

озабочены тем, что в новых условиях идет процесс размывания ценностных ориентиров новой генерации, и, прежде всего, традиционных ценностей. В первую очередь, мировоззренческий разрыв с родителями, девальвация ценностей семьи и таких, казалось бы, незыблемых основ человеческого бытия в социуме как уважение к истории, почитание старших, понятие дружбы, чести, достоинства, уважительное отношение к женщине, уважение личного пространства и таких его производных как тайна личной переписки, авторское право и др.

Цифровой технологический детерминизм, обусловивший изменение шкалы ценностей молодого поколения на фоне информационной перегрузки, привел к тому, что многие его представители менее исполнительны, не умеют и не хотят 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, «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» [14]. Поэтому, одним из центральных вопросов прогрессивного развития цифровой эпохи является вопрос формирования цифровой культуры, представляющей собой одну из наиболее приоритетных и значимых субкультур современного социума. Сегодня именно на цифровую культуру как новую область междисциплинарного знания возлагаются функции социальной стабильности и формирования ценностей и ценностных ориентиров цифровой эпохи. Среди множества нормативных образований реального бытия социума, которые так или иначе структурировали и структурируют разнообразные формы коммуникативного поведения его членов, особое место всегда занимал этикет - и как исторически сложившаяся нормативно-этическая система стабилизирующего характера, и как особый феномен культуры, где в системе ценностных оснований главной ценностью является сам человек и его отношение к Другому/Другим. Не теряет своей значимости этикет и в условиях новых цифровых реалий.

Цифровой этикет – это новый вид этикета, определяющий правила поведения коммуникативной культуры в условиях новых реалий. В цифровом этикете

ценность Другого/Других не теряет своего значения, но имеет как прямой, так и опосредованный характер, обусловленный развитием новых и новейших информационно-коммуникативных технологий (ИКТ). Отражая специфику сети третьего поколения – Web 3.0, цифровой этикет формируется на стыке гуманитарного и технологического знаний и выступает как современное конвергентное знание, которое находится на этапе своего оформления, поскольку речь идет о формировании новых ценностей и ценностных ориентиров новой эпохи, которые с необходимостью должны коррелироваться с традиционными ценностями, составляющими базовую основу культуры и коммуникации, частности, этикетной современного социума. Однако, уже сегодня можно выделить основные направления развития цифрового этикета – это непосредственное общение в сети, пользование электронной почтой и мессенджеры (Digital-взаимодействие), это практики взаимодействия с гаджетами (Phygital-взаимодействие) и, наконец, самопрезентации в сети и ее разновидности (Digital и Phygital- взаимодействие).

В то же время, следует особо отметить, что, в отличие от поведенческой культуры в сети, которая хотя и находится в процессе своего оформления, но многие правила уже становятся общепринятыми среди пользователей, правила взаимодействия с гаджетами все еще не выходят из серой зоны, поскольку нормы, ограничивающие спонтанные поведенческие практики пользования гаджетами все еще не выработаны, а бездумное поклонение «цифре» превратило молодое поколение в «общество опущенных голов». Поэтому в настоящих условиях речь должна идти о роли и значении нормативно-этических регулятивов и в практиках цифровой среды и нецифровой среды, что с необходимостью актуализирует значение воспитательной составляющей современной образовательной системы, в частности, вузовской. .

VII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сущностные характеристики сетевого пространства, к которым относятся глобальность, анонимность, быстрое воспроизводство данных, доступность, интерактивность и практически бесконтрольность, порождают множество проблем, связанных с кризисом общественной морали. Особую актуальность эти проблемы приобретают, когда речь идет о подрастающем поколении и их вхождении в сложную систему общественных отношений современного социума. Поэтому в настоящих условиях для Европейского научного сообщества одной из центральных исследовательских задач является изучение человекоориентированной цифровой эпохи (Human-centric Digital Age) с целью выявления того, как новые технологии, сети и «новые СМИ» воздействуют на человека, его ценности и ценностные ориентиры, изменяют его мысли, коммуникацию, поведенческую культуру [15] Соответственно и поколенческая тематика находится в центре внимания специалистов, но в

настоящих условиях она должна исследоваться, в первую очередь, с точки зрения формирования системы ценностных установок и ориентиров, отвечающих гуманистическим принципам развития общества в эпоху цифровых реалий.

БИБЛИОГРАФИЯ

- [1] Howe N., Strauss W. Howe, Neil. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. NY, 1992.
- [2] Тапскотт Д., Вырасти в цифровую эпоху: как сетевое поколение изменяет твой мир. Tapscott D., Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. McGraw-Hill, 2008; Тапскотт Д., Уильямс Э.Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. М.: BestBusinessBooks, 2009; Tapscott D., Williams W.D. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything. Portfolio Trade, 2006.
- [3] Шамис Е., Никонов В. Теория поколений. Стратегия Беби-Бумеров. М., Синергия, 2017.
- [4] Солдатова Г. В., Нестик Т. А., Рассказова Е. И., Зотова Е. Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей: результаты всероссийского исследования. – М., Фонд Развития Интернет, 2013.
- [5] Солдатова Г. В., Рассказова Е. И., Зотова Е. Ю. Аборигены или граждане? // Дети в информационном обществе, 2013. № 13. С.13-51.
- [6] Карр Н. Пустышка. Что интернет делает с нашими мозгами. М.: BestBusinessBooks, 2012. – С. 253.
- [7] Солдатова Г. В. Соблазны копияста. Как цифровая среда влияет на становление языковой личности// Дети в информационном обществе, 2013. № 14. С.42-49.
- [8] Солдатова Г., Зотова Е., Лебешева М., Шляпников В. Интернет: возможности, компетенции, безопасность. М.: Google, 2013. С. 18.
- [9] Палфри Дж., Гассер У. Дети цифровой эры / пер. Н. Г. Яцюк. М.: Эксмо, 2011, с.10.
- [10] 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.
- [11] Хветкевич А. Говорит и показывает Интернет или Web 3.0 в действии. [Электронный ресурс] / А. Хветкевич // 2009. Режим доступа URL: <https://info.nic.ua/articles/article-opinion/govorit-i-pokazyivaet-internet-ili-web-3-0-v-d> (дата обращения: 10.07.2018).
- [12] Зикерманн Г., Линдер Дж. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников / пер. И. Айзятуповой, М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
- [13] Щекотихина А. В. Сетевые коммуникации в социальном пространстве киберкультуры // Актуальные проблемы социально-гуманитарного и научно-технического знания. 2014. № 1 (2), с. 30-32.
- [14] Каган М. С., Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997, с. 166.
- [15] Horizon 2020 – The EU Framework Programme for Research and Innovation.

Мамнина Раиса Ильинична, д.ф.н., Университет СПбГЭТУ «ЛЭТИ», профессор, ORCID: 0000-0003-3301-636X
Толстикова Ирина Ивановна, к.ф.н., Университет ИТМО, ординарный доцент, ORCID /0000-0003-2804-7102.

Phyigital generation in free global communication

R.I. Mamina, I.I. Tolstikova

Abstract — The article covers one of the important directions of analytical and prognostic studies of the development of digital society-generational themes. Among the factors that caused its actualization is the phenomenon of a new type of interaction associated with the digital environment, which unites the physical and virtual worlds, defined as phyigital-interaction. Phyigital interaction is considered from the standpoint of generational problems, the features of this type of interaction are revealed on the example of behavioral practices of the new generation-generation Z. In the conditions of phyigital existence, the laws of the virtual world do not always agree with the laws of the real world. Accordingly, the system of value coordinates of the modern person, his reference points changes, hence the problem of interaction between different generations. First of all this is the problem of interaction with the new generation Z, whose representatives are significantly different from their predecessors, they are already lived in the phyigital world and are best adapted to it. The article analyzes the values and commitments of phyigital generation, identifies its communicative characteristics, as well as behavioral models that this generation brings with it into the world of everyday and business practices of modern society.

Keywords — digital society, Z generation, phyigital interaction, digital interaction, generation theory, system of value reference points, business environment.

REFERENCES

- [1] Howe N., Strauss W. Howe, Neil. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. NY, 1992.
- [2] Tapscott D., Vyrasti v tsifrovuyu epokhu: kak setevoye pokoleniye izmenyayet tvoy mir. Tapscott D., Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. McGraw-Hill, 2008; Tapscott D., Williams E.D. Vikinomika. Kak massovoye sotrudnichestvo izmenyayet vse. M.: BestBusinessBooks, 2009 (In Russian) ; Tapscott D., Williams W.D. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything. Portfolio Trade, 2006. (In Russian)
- [3] Shamis Ye., Nikonov V., Teoriya pokoleniy. Strategiya Bebi-Bumerov. M., Sinergiya, 2017. (In Russian)
- [4] Soldatova G.V., Nestic T.A., Russkazova T.A., Zotova E.U. Tsifrovaia ompetentnost detei: rezultati vserossiiskogo issledovaniya.- M., 2013. (In Russian)
- [5] Soldatova G.V., Russkazova T.A., Zotova E.U. Aborigeni ili gragdane? // Deti v informazionnom obshestve, 2013. № 13. C.13-51. . (In Russian)
- [6] Karr N. Pustishka. Chto internet delaet s nashimi mozgami. M.: BestBusinessBooks, 2012, c. 253. . (In Russian)
- [7] Soldatova G.V. Soblazni kopipasta. Kak tsifrovaia sreda vliyaet na ustanovlenie jazikovoi lichnosti// Deti v informacionnom obschestve, 2013. № 14. C.42-49. . (In Russian)
- [8] Soldatova G., Zotova E., Lebesheva M., Shlyapnikov V. Internet: vomognosti, kompetenzii, bezopasnost. M.: Google, 2013, p. 18. (In Russian)
- [9] Palfry G., Gasser W. Deti tcifriyvoi ery. M., 2011, p.10. . (In Russian)
- [10] Стиллман Д., Стиллман Дж. Pokolenie Z na rabote/ Kak ego ponjat I naity s nim obchiy jazyk. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2018. . (In Russian)
- [11] Hvetkevitch A. URL: <https://info.nic.ua/articles/article-opinion/govorit-i-pokazyivaet-internet-ili-web-3-0-v-d> // 2009. Режим доступа URL: <https://info.nic.ua/articles/article-opinion/govorit-i-pokazyivaet-internet-ili-web-3-0-v-d> (date of access: 10.07.2018).
- [12] Zinkel'man T. Geymifikatsiya v biznese. M.: Mann, Ivanov i Ferber. Geymifikatsiya v biznese, 2014. (In Russian)
- [13] Tchehotihina A. V. Setevie kommunikazii v socialnom prostranstve cyberculture // Aktualnie problem socio-humanitarnogo i nauchno-tekhnicheskogo znania. 2014. № 1 (2), c. 30-32. . (In Russian)
- [14] Kagan M.S. Filosofskaya teoriya tsnenosti. SPb., 1997. (In Russian), c. 166. . (In Russian)
- [15] Horizon 2020 – The EU Framework Programme for Research and Innovation. URL:<https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/area/ict-research-innovation> (date of access: 20.02.2018).