

5.4.4. - Социальная структура, социальные институты
и процессы (социологические науки)

Научная статья

Research article

УДК 316.752

<https://doi.org/10.26907/2079-5912.2024.1.51-61>

**Современные ценности поколения Z
в сравнительном анализе молодежи России и Китая:
мифы и реалии**

Глебова И.С., Воробьев А.А., Хабибрахманова Р.Р.

*Казанский (Приволжский) федеральный университет,
420008, Казань, ул. Кремлевская, д.6/20, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье приводятся итоги эмпирического исследования, целью которого было выявить изменения в культурных ценностях молодежи от 18 до 23 лет в России и Китае для дальнейшего компаративного анализа полученных результатов. В основу данного опроса была заложена теория голландского ученого Г. Хофстеде о типологии культурных изменений, которая содержит пять параметров, описывающих различия между национальными культурами: дистанция власти (от малой до большой); коллективизм и индивидуализм; женственность и мужественность; избегание неопределенности (слабое и сильное), долгосрочная ориентация. Несмотря на то, что процесс глобализации оказывает существенное влияние на ценности молодых людей, делая их более унифицированными, независимо от страны и ее национальной культуры, тем не менее, результаты проведенного исследования выявляют некоторые отличия в характеристиках культурной идентичности китайского и российского поколения Z.

Ключевые слова: поколения Z, ценности молодежи, идентичность личности.

Для цитирования: Глебова И.С., Воробьев А.А., Хабибрахманова Р.Р. Современные ценности поколения Z в сравнительном анализе молодежи России и Китая: мифы и реалии. *Казанский социально-гуманитарный вестник*. 2024;(1(64)):51-61.

**Modern values of generation Z in a comparative
analysis of the youth of Russia and China:
myths and realities**

Glebova I.S., Vorobyov A.A., Khabibrakhmanova R.R.

Kazan Federal University, Kazan, 420008 Russia

Abstract. This article presents the results of an empirical study aimed at identifying changes in the cultural values of young people from 18 to 23 years old in Russia and China for further comparative analysis of the results obtained. This survey was based on the theory of Dutch scientist G. Hofstede on the

typology of cultural dimensions, which contains five parameters describing the differences between national cultures: power distance (from small to large); collectivism and individualism; femininity and masculinity; uncertainty avoidance (weak and strong), long-term orientation. Despite the fact that the process of globalization has a significant impact on the values of young people, making them more unified, regardless of the country and its national culture, nevertheless, the results of the conducted research reveal some differences in the characteristics of cultural identity of Chinese and Russian Generation Z.

Keywords: generation Z, youth values, personality identity.

For citation: Glebova I.S., Vorobyov A.A., Khabibrakhmanova R.R. Modern values of generation Z in a comparative analysis of the youth of Russia and China: myths and realities. *The Kazan Socially-Humanitarian Bulletin*. 2024;1(64):51–61 (In Russ.)

Введение

Смена поколений – необратимый и неизбежный процесс. Настало время новой молодежи – поколения Z. Люди этого поколения уже составляют значительную часть трети всего человеческого населения нашей планеты. Ожидается, что эти люди оставят невероятный след в будущей экономике, обществе и рынке труда.

Старшие представители этого поколения на данный момент времени уже заканчивают университеты и пополняют ряды на рынке труда. Важно отметить, что молодые люди имеют свои взгляды на жизнь, которые существенно отличаются от всех предыдущих поколений. Среди основных причин формирования данной особенности можно выделить процесс глобализации, информатизации общества, открытость границ и активная коммуникация в сетях, а также высокая мобильность молодежи, связанная с их выбором места проживания, учебы или работы. Все вышеперечисленное способствовало смешению культурных ценностей в мировом масштабе и сделало поколение Z уникальным, не зависимо от территории их расселения. Этим и обусловлена актуальность данного исследования.

Если 30–50 лет назад каждая страна имела свои этнические традиции, культурные особенности, свою историю,

которые непосредственно отражались на системе ценностей, сфере образования и воспитания, то на современном этапе явно наблюдается тенденция на размывание этой национальной специфики в результате смешения культурных ценностей и навязывания стереотипов поведения и мыслительных шаблонов из интернет-пространства. Поэтому интересно проанализировать, какие ценности культивирует современная молодежь, как та или иная страна пытается противостоять современным трендам.

В связи с этим особый интерес в этом плане представляют две страны – России и Китая, которые всегда тяготели к сохранению своих национальных интересов и традиций. Несмотря на то, что в Китае хорошо развита восточная культура, а Россия перманентно находится в состоянии компромисса между европейской и восточной культурами в силу своего местоположения, тем не менее, эти две страны имеют тесные партнерские отношения во многих сферах. Кроме того, они всегда претендовали на исключительную свою роль на мировой арене.

Что же такое поколение Z, также известное как поколение iGen, поколение Centennials или поколение потребителей? К нему обычно относят людей, родившихся в период с середины 1990-х годов до начала 2010-х го-

дов. Поколение пришедшее на смену поколению Y. Точные границы поколения Z могут различаться в зависимости от исследователей или источников, в целом это молодежь, которая сейчас находится в подростковом возрасте, юношеском и молодом взрослом возрасте. Одна из важнейших характеристик поколения Z — амбициозность и уверенность в себе, как отмечает Pataki-Bitto [1], они находятся в вечном поиске собственной индивидуальности и неповторимости, а также у них отмечается стремление построить эгоцентричный мир. Z-еры сосредоточены на себе, на своем внутреннем мире, утверждает О.В. Решетников [2], они быстро взрослеют, привыкают к самообразованию в Интернете.

В России из 146 миллионов граждан 15 миллионов относятся к поколению Z, говорит М. Ларуэль [3]. Она дает некоторые характеристики российского поколения Z — это люди, помешанные на отзывчивости и обратной связи с обществом. Они стараются быть экологичными, мыслить глобально, уважать все культуры и часто заниматься волонтерством. Они любят спонтанные вещи, живут сегодняшним днем, не планируя будущее. Согласно её исследованию, представители российского поколения Z выросли в постсоветской культуре, гуманизовавшей воспитание детей, у них есть уверенность в себе и своей уникальности. Поэтому для них самореализация важнее карьеры и образования.

Некоторые российские ученые рассматривают факторы, способствующие формированию идентичности молодого поколения. Так, например, О.А. Максимова, И.В. Ларионова, О.В. Лаукарт-Горбачева, исследуют влияние информационно-сетевых технологий непосредственно на повседневные практики и особенности потребления современной молодежи [4,5].

Какую характеристику дают китайские ученые поколению Z? Н. Зупан,

Р. Каше, М. Рашкович, К. Яо отмечают присутствие более эгоцентричного настроя по сравнению со старшими поколениями: индивидуалистический настрой и социальный дух, ориентированный на карьеру [6]. Молодое поколение Китая также более уверено в себе, настроено на самореализацию, наблюдается стремление идти по профессионально-индивидуалистическому пути. Важно отметить, что данные черты были не свойственны китайской культурной традиции, и эти изменения в традиционных ценностях вызваны переходом Китая к постсоциалистическому обществу, в котором идеалы коммунизма уже ослабли, так считают Дж. Сан и Х. Вонг [7].

Методы

Представим итоги исследования, которое проводилось в 2023 году, цель которого заключалась в выявлении изменений в культурных ценностях молодежи от 18 до 23 лет в России и Китае для дальнейшего компаративного анализа полученных результатов. Опрос проводился в онлайн-формате. В нем приняли участие по 400 респондентов из России и Китая.

В основу данного опроса была заложена классическая теория голландского ученого Г. Хофстеде [8]. Он выделил пять важных параметров, позволяющих описать различия между национальными культурами:

1) дистанция власти (от малой до большой), которая демонстрирует степень равномерности или неравномерности распределения власти в обществе, по оценке людей, не имеющие власть или имеющие ее незначительно;

2) коллективизм и индивидуализм как ценности, которые культивируются в обществе при воспитании детей, при этом индивидуализм предполагает преобладание собственных интересов над общественными, а коллективизм предполагает общество с сильными, сплоченными группами, которые за-

ботятся и оберегают своих членов на протяжении всей жизни в обмен на безоговорочную лояльность в принятии решений;

3) женственность и мужественность определяются степенью распределения в обществе социальных ролей мужчин и женщины в зависимости от того, какие функции и роли они выполняют в обществе, в семье, на работе или в политике;

4) избегание неопределенности (слабое и сильное) – это чувство по утверждению Г. Хофстеде не является исключительно личной характеристикой человека. Заключается в тенденции вести себя определенным образом при столкновении с неизвестными аспектами будущего, которая определяется культурой. Есть общества, где происходит настраивание всех членов на принятие неопределенности, в других же – попытка это контролировать, предвидеть и предупреждать;

5) долгосрочная ориентация – данный критерий предполагает, что общество может отдавать предпочтение либо текущим и прошедшим событиям (такое общество будет иметь краткосрочную ориентацию), либо сосредоточится на будущем (это говорит о его долгосрочной ориентации). Самым значительным элементом этого пара-

метра является то, как люди воспринимают планирование будущего [9].

Перечисленные параметры были положены в основу вопросов анкеты. Полученные результаты опроса подтверждают выдвинутую изначально гипотезу, что процесс глобализации оказывает существенное влияние на ценности молодых людей, делая их более унифицированными, независимо от страны и ее национальной культуры. Приведем примеры выявленных общих характерных черт культурной идентичности поколения Z в России и Китае.

Результаты и обсуждения

Целое поколение россиян, так называемые миллениалы, выросшие в постсоветскую эпоху после политических потрясений в 90-е годы, были погружены в западную культуру, которая оказала на них огромное влияние. В результате произошло изменение культурных ценностей молодежи, где наблюдается слияние индивидуалистических наклонностей на фоне коллективистских традиций как в поведении людей, так и в их повседневной практике. Рассмотрим, каким образом современная молодежь определяет свои цели и ставит перед собой долгосрочные задачи в двадцать первом веке (рисунок 1).

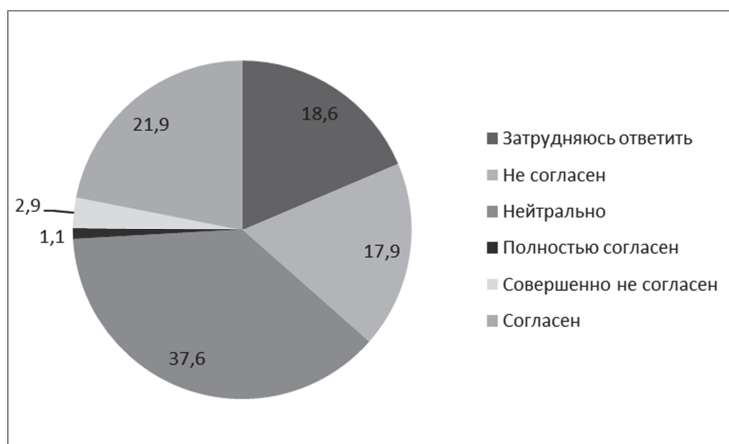


Рисунок 1. Распределение ответов респондентов по уровню их согласия определять собственные цели с помощью друзей и единомышленников

Из диаграммы видно, что 23% респондентов определяют выбор своего пути с помощью друзей и единомышленников, 20,8% «не согласны» и «совершенно не согласны» с данным утверждением. Нейтрально отнеслись к данной возможности 37,6%, а 18,6% затруднились с ответом.

Это не случайно, так как современная молодежь в России пытается отречься от всего старого, традиционно и следовать западным убеждениям, потому что существенные изменения ценностей у молодежи происходили в постсоветский период на фоне массовой пропаганды о необходимости развития и принятия рыночных отношений. Обращаясь к истории России, можно отметить тот факт, что не раз возникали кризисы идентичности, но если в других странах аналогичные кризисы приводили к росту интереса населения к собственной культуре, то в нашей стране наблюдается отождествление всего традиционного, русского с консервативным и отсталым, а все западные веяния – с прогрессивным и современным.

Приобщение к западной культуре в сознании молодежи является залогом успеха и социального благополучия

в жизни. Для поколения Z в России характерен такой западный индикатор, как «индивидуализм», это можно наблюдать из распределения ответов респондентов на вопрос о предпочтениях молодежи относительно свободы выбора и творчества в достижении своих целей (рисунок 2).

«Полностью согласны» и «согласны» с данным утверждением 63,6% молодежи, затруднились ответить – 18,6%, нейтрально относятся к данному высказыванию – 15,7%, не согласны – только 2,2%.

Что касается семьи, то поколение Z в России имеет неоднозначную позицию. В данном вопросе Россия всегда больше тяготеет к традиционным ценностям, что сближало её с Востоком (рисунок 3).

23% молодежи «не готовы жертвовать карьерой ради личной жизни», 24,5% не согласны с данным утверждением, при этом нейтрально отнеслись к этому высказыванию 33,9%.

Еще одной особенностью российского общества за последние несколько десятилетий, отмечаемой в научных статьях, является склонность ориентироваться на будущее. Принимая во внимание опыт пережитых соци-

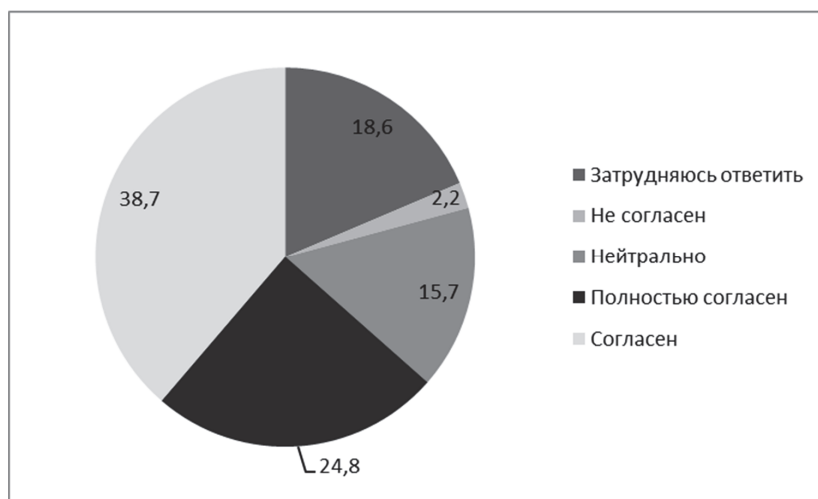


Рисунок 2. Распределение ответов респондентов по их предпочтениям свободы выбора и творчества в достижении своих целей

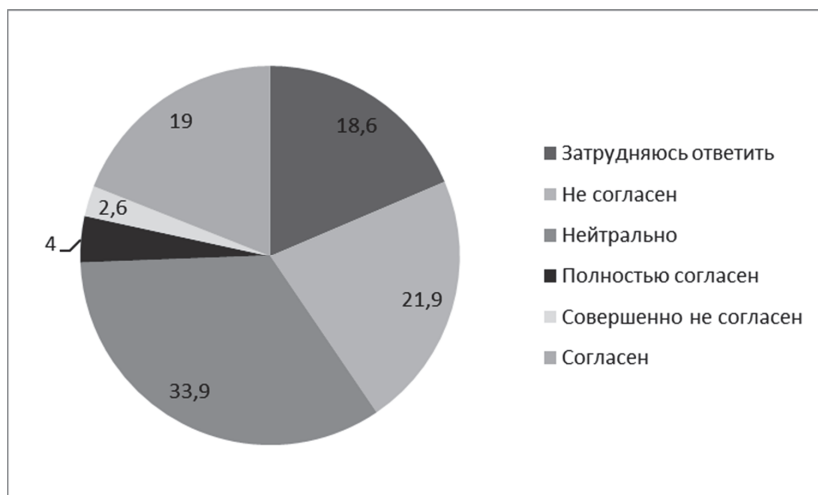


Рисунок 3. Распределение ответов респондентов по их неготовности жертвовать карьерой ради личной жизни

альных потрясений, экономической нестабильности, старшие поколения предпочитают думать, прежде всего, о своем будущем, при этом пренебрегая настоящим моментом и интересами. Поколение Z современной России не отходит от этих моделей поведения, хотя некоторые альтернативные тенденции намечаются. Следовательно,

можно сделать вывод: среди представителей поколения Z долгосрочная ориентация преобладает над краткосрочной, они ориентируются на будущее, пользуются сиюминутной возможностью заработать, чтобы гарантировать себе стабильное будущее (рисунок 4).

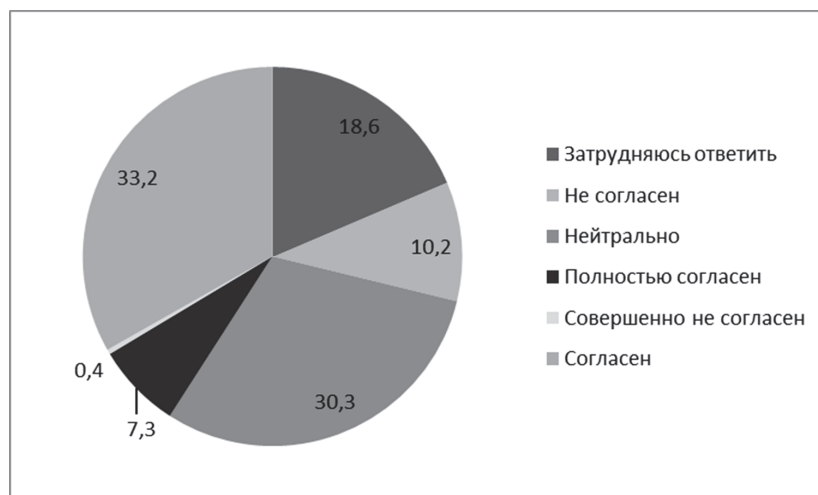


Рисунок 4. Распределение ответов респондентов по утверждению «я всегда думаю наперед и делаю многое, чтобы гарантировать себе стабильное будущее, а не настоящее»

Почти половина опрошенных (40,5%) имеют склонность к ориентации на будущее. Но стоит заметить, что 30,3% имеют нейтральное отношение относительно ориентации на будущее или настоящее, что является достаточно нетипичным для российского общества.

Таким образом, в России у молодого поколения наблюдается высокий уровень «избегания неопределенности», что не характерно для большинства восточных стран, это видно по низкому показателю «мужественности». Эти цифры ставят страну в уникальное положение не только по сравнению с западными странами, но и по сравнению с большинством восточных государств. Поэтому для российской молодежи характерна низкая дистанция власти и стремление к индивидуализму. То есть они ценят равноправие, а также более склонны ставить собственные интересы выше общественных.

Перейдем к результатам опроса поколения Z Китая, данные которого немного отличаются от российского. Китай представляет собой в высшей степени коллективистскую культуру, в которой люди ценят свою социаль-

ность и отдают приоритет интересам общества (рисунок 5).

Внутри групп одного возраста приветствуется сотрудничество, но они холодны или даже могут быть враждебны по отношению к другим группам и ко всему прочему. Всего 43,5% опрошенных респондентов склонны к сотрудничеству, а 9,2% напротив стремятся к индивидуализму. Отсюда можно сделать вывод, что в большей степени преобладает коллективистский дух среди китайской молодежи.

В научной литературе прослеживалась следующая характеристика традиционного китайского общества: стремление молодежи к более возрастным группам свидетельствуют о том, что отношения между людьми разного статуса не равноправны. Возможна дистанция власти между руководящим составом и подчиненными, это нормальное явление, люди должны придерживаться официальной информации власти и следовать их санкциям. В целом с оптимизмом смотрят на способность людей руководить и проявлять инициативу. Люди не должны иметь устремлений выше своего ранга (рисунок 6).

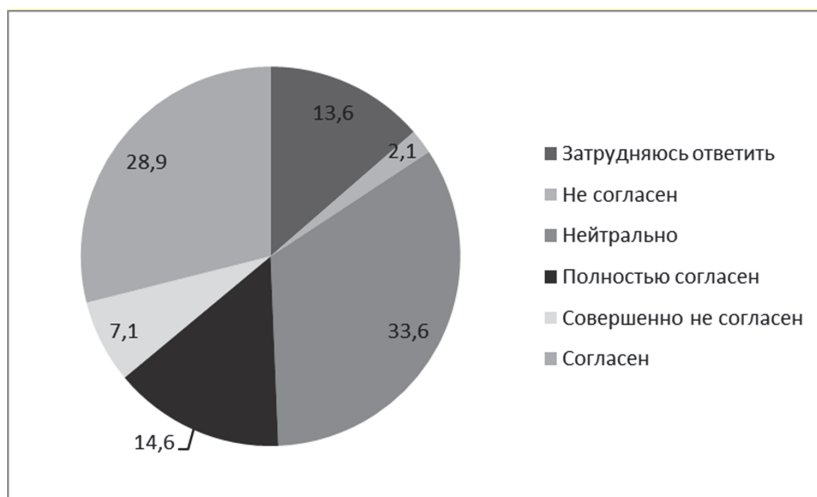


Рисунок 5. Распределение ответов респондентов по уровню их согласия определять собственные цели с помощью друзей и коллег

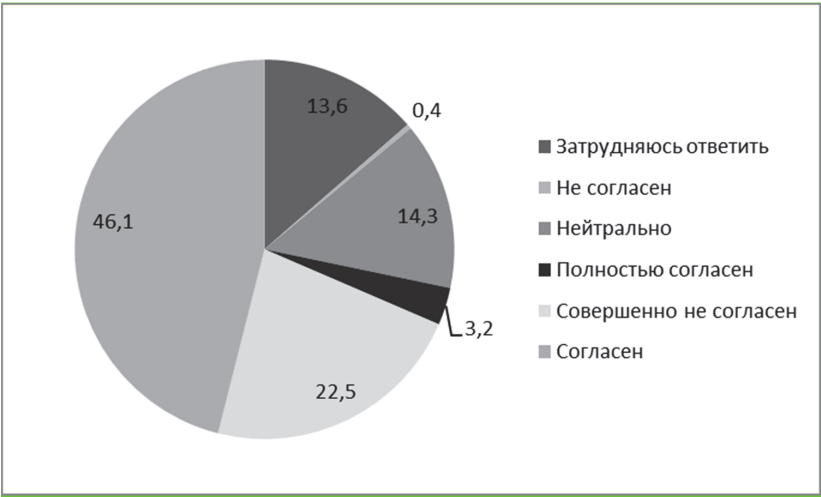


Рисунок 6. Распределение ответов респондентов по утверждению «я считаю, что установление равных отношений между людьми является важным условием достижения целей»

Наш опрос показал, что китайское поколение Z больше отходит от сложившихся традиций, 49,3% молодежи считают равноправие важным условием на пути достижения поставленных целей. Альтернативно мыслящих из данного поколения – 22,9% от общей численности респондентов. Практически треть опрошенных (27,9%) пока не определились или относятся к вопросам равноправия нейтрально.

Развеем еще один миф, существовавший долгое время, о том, что большинство китайцев жертвуют семьей и отдыхом ради работы. Сотрудники готовы перерабатывать или даже работать семь дней в неделю. Свободное время для них не так важно, как возможности карьерного роста (рисунок 7).

Согласно полученным данным меньше половины опрошенной мо-

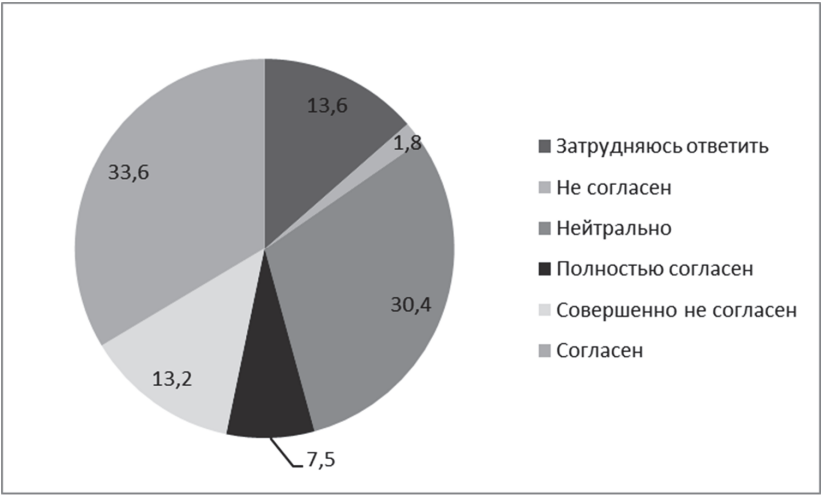


Рисунок 7. Распределение ответов респондентов по утверждению «я не готов жертвовать карьерой ради личной жизни»

лодежи поколения Z (41,1%) не готовы жертвовать своей карьерой ради личной жизни. Ставят личную жизнь на первое место 15% опрошенных. Затруднились ответить или относятся к данному вопросу нейтрально – 44% молодежи. Можно заметить, что мнение большинства не столь категорично и появляется тенденция ориентации на семейные и личные ценности. Скорее всего, молодежь по традиции склонна отодвигать семью на второй план и отдавать приоритет карьере, но эта тенденция слабеет.

Китай – закрытое общество. Сами китайцы в большинстве своем замкнуты, они не считают нужным ставить досуг в приоритет и потакать только своим желаниям. Китай – это общество с долгосрочной ориентацией.

Главная их цель – добиться успеха в жизни. Для достижения своей цели они готовы упорно и долго работать. Китайское поколение Z не ищет сиюминутного удовлетворения, они готовы инвестировать в долгосрочные проекты (рисунок 8).

Данная тенденция подтвердилась и нашим опросом. Прагматизм моло-

дежи остается: чуть меньше половины респондентов ответили «согласен» – 39,3% и «полностью согласен» – 5,7% на утверждение о выборе долгосрочной перспективы в противовес настоящему. Чуть более 15% опрошенных в той или иной степени не согласны с данным утверждением. Поколение Z в Китае наряду со своей прагматичностью демонстрируют сильную склонность к сбережениям и инвестициям, бережливости и настойчивости в достижении результатов.

Выводы

Таким образом, на основе проведенного исследования были выявлены значительные изменения в характеристиках культурной идентичности китайского и российского поколения Z по сравнению с предыдущими поколениями. Молодежь существенно отличается по важным параметрам от предыдущих поколений, поэтому важно учитывать, что старые принципы могут работать не так эффективно, как прежде, или не работать вообще.

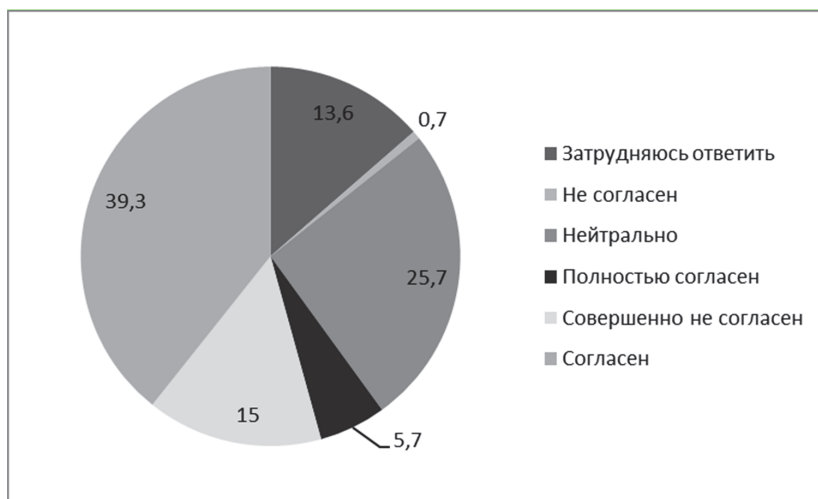


Рисунок 8. Распределение ответов респондентов по утверждению «я всегда думаю о долгосрочной перспективе, а не сосредотачиваюсь только на настоящем»

Обобщая результаты проведенного исследования, можно описать общий портрет российской и китайской молодежи поколения Z.

Российская молодежь находится в переходном состоянии по отношению к ценностям «индивидуализм – коллективизм». Однако, прослеживается тенденция в сторону выбора ценностей индивидуализма. Для поколения Z характерна малая дистанция власти и низкий показатель «мужественности». Они ценят равноправие, склонны ставить собственные интересы выше общественных. Российская молодежь сосредоточена на будущем, избегая и минимизируя неопределенность.

У китайской молодежи поколения Z в большей степени преобладает коллективистский дух и небольшая дистанция власти, что подтверждается мнением о необходимости равноправия на пути достижения поставленных целей. Молодежь по традиции склонна отодвигать семью на второй план и отдавать приоритет карьере, но эта тенденция слабеет. Поколение Z в Китае наряду со своей прагматичностью демонстрируют сильную склонность

к сбережениям и инвестициям, бережливости и настойчивости в достижении результатов и ориентировано, в основном, на будущее в стремлении избежать или минимизировать неопределенность.

Заключение

Сложность изучения особенностей новых молодых поколений усугубляется тем, что цифровизация накладывает свой отпечаток в виде усиления процессов их ассимиляции. Трудно предсказать, как они будут изменяться, и какие их характеристики будут преобладать. Процесс цифровой глобализации продолжит оказывать существенное влияние на ценности молодых людей, делая их более унифицированными, независимо от страны и ее национальной культуры. Поэтому сегодня важно изучать интересы, склонности и предпочтения молодых людей, это является ключевым аспектом при формировании принципов государственной политики. От стабильности ценностей зависит будущее страны, стабильность экономического роста и ее процветание.

Список литературы / References

1. Pataki-Bitto F., Kapusy K. (2021) Work environment transformation in the post COVID-19 based on work values of the future workforce. *Journal of Corporate Real Estate* ahead-of-print(ahead-of-print), June 2021.

2. Решетников О.В. Поколение Z и недалёкое будущее рынка труда // Школьные технологии. 2014; (1): 58-71.

Reshetnikov O.V. Generation Z and the near future of the labor market. *Shkol'nye tekhnologii* [School technologies]. 2014; (1): 58-71. (In Russ.)

3. Laruelle M. (2019) Beyond Putin: Russia's Generations Y and Z. *PONARS Eurasia Policy Memo* No. 579 March 2019: 1-6.

4. Максимова О.А., Лаукарт-Горбачева О.В. Информационно-сетевые ресурсы

в повседневных практиках цифрового поколения: структура и особенности потребления // Вестник экономики, права и социологии. 2018; (2): 179-182.

Maksimova O.A., Laukart-Gorbacheva O.V. Information and network resources in everyday practices of the digital generation: structure and features of consumption. *Vestnik ehkonomiki, prava i sociologii* [Bulletin of Economics, Law and Sociology]. 2018; (2): 179-182. (In Russ.)

5. Ларионова И.В., Максимова О.А. Формирование идентичности молодого поколения в контексте влияния информационно-сетевых технологий // Вестник экономики, права и социологии. 2017; (4): 275-278.

Larionova I.V., Maksimova O.A. Formation of the identity of the younger generation in the context of the influence of information and network technologies. *Vestnik ehkonomiki, prava i sociologii* [Bulletin of Economics, Law and Sociology]. 2017; (4): 275-278. (In Russ.)

6. Zupan N., Kaše R., Raskovic M., Yao K. (2015) Getting ready for the young generation to join the workforce: A comparative analysis of the work values of Chinese and Slovenian business students. *Journal of East European Management Studies* 20(2), January 2015 :174-201

7. Sun J., Wang X. (2010) Value Differences Between Generations in China: A Study in Shanghai. *Journal of Youth Studies*. 13. 2010: 65 – 81.

8. Hofstede G.H. (2015) *Cultures and organizations: software of the mind*. McGraw Hill. 2015 : 279 p.

9. Науменко Т.В., Морозова Д.А. Теория межкультурных измерений Г.Хofстеде как методологическая основа исследования современных социальных процессов // *Международный журнал исследований культуры*. 2018; (1 (30)): 144-154.

Naumenko T.V., Morozova D.A. The theory of intercultural dimensions by G. Hofstede as a methodological basis for the study of modern social processes. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovaniy kul'tury* [International Journal of Cultural Studies] 2018; (1 (30)): 144-154. (In Russ.)

Информация об авторах

Глебова Ирина Станиславовна – канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой государственного и муниципального управления, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт управления, экономики и финансов. Author ID 55776549200; ORCID ID 0000-0001-7857-2146, e-mail: gle-irina@yandex.ru

Воробьев Андрей Анатольевич – старший преподаватель, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт управления, экономики и финансов, кафедра государственного и муниципального управления. Author ID 56539461200; ORCID ID 0000-0001-9851-711X, e-mail: andrew_russia@mail.ru

Хабибрахманова Резеда Ринатовна – канд. экон. наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт управления, экономики и финансов, кафедра государственного и муниципального управления. Author ID 55776382400; ORCID ID 0000-0003-1952-1335, e-mail: rezedarinatovna@gmail.com

Information about authors

Glebova Irina Stanislavovna, Cand. Sci. (Economy), Associate Professor, Head of the Department of state and municipal administration, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Management, Economics and Finance. Author ID 55776549200; ORCID ID 0000-0001-7857-2146, e-mail: gle-irina@yandex.ru

Vorobiev Andrey Anatolievich, Senior lecturer, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Management, Economics and Finance, Department of State and Municipal Administration. Author ID 56539461200; ORCID ID 0000-0001-9851-711X, e-mail: andrew_russia@mail.ru

Khabibrakhmanova Rezeda Rinatovna, Cand. Sci. (Economy), Associate Professor, Kazan (Volga Region) Federal University, Institute of Management, Economics and Finance, Department of State and Municipal Administration. Author ID 55776382400; ORCID ID 0000-0003-1952-1335, e-mail: rezedarinatovna@gmail.com

Поступила в редакцию 20.02.2024; поступила после доработки 11.03.2024; принята к публикации 19.03.2024

Received 20.02.2024; Revised 11.03.2024; Accepted 19.03.2024