

Для цитирования: Дядык, Н. Г.
Смысложизненные ориентиры
студенческой молодежи цифрового поколения /
Н. Г. Дядык // Социум и власть. — 2022. —
№ 4 (94). — С. 26—35. —
DOI 10.22394/1996-0522-2022-4-26-35. —
EDN BHKVRZ.

УДК 128

EDN BHKVRZ

DOI 10.22394/1996-0522-2022-4-26-35

СМЫСЛОЖИЗНЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ЦИТРОВОГО ПОКОЛЕНИЯ¹

Дядык Наталья Геннадьевна,
Южно-Уральский государственный
гуманитарно-педагогический университет,
доцент кафедры философии,
кандидат философских наук.
Челябинск, Россия.
E-mail: djadykng@cspu.ru

Аннотация

В статье рассматриваются результаты исследования ценностной сферы цифрового поколения. Автор ставит перед собой цель изучить смысложизненные ориентиры представителей цифрового поколения. В качестве базы исследования автор использует результаты опросов студентов двух челябинских гуманитарных вузов. В исследовании применяются общенаучные методы анализа и синтеза, эмпирические методы наблюдения и анкетирования.

В результате анализа данных, опроса и осмысления активности молодежи в социальных сообществах автор приходит к мысли, что в качестве основных ценностей цифрового поколения следует рассматривать материальную обеспеченность, свободу, самовыражение, любовь.

Смысложизненные ориентиры цифрового поколения в большей степени согласуются с ценностями философов-гедонистов (стремление к удовольствию) и стоиков (принятие жизненных обстоятельств). Научная новизна работы заключается в выявлении особенностей ценностной сферы цифрового поколения. В ценностном аспекте цифровое поколение отдает приоритет образованию, карьере, саморазвитию, путешествиям и получению удовольствий от жизни. Оно имеет ориентацию на индивидуализм, самопрезентацию в процессе виртуального общения. Значимым приемом самовыражения для цифрового поколения является вестиментарный способ раскрытия индивидуальности. У цифрового поколения наблюдается полная включенность в сетевую коммуникацию. Виртуальное общение дает возможность быстро обмениваться информацией, осваивать новые способы заработка посредством интернет-технологий, но может приводить к искажению информации, релятивизму в суждениях и социальной депривации.

Ключевые слова:

цифровое поколение,
миллениалы,
постмиллениалы,
вестиментарный код,
смысложизненные ориентиры,
ценности

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет» по договору на выполнение научно-исследовательских работ от 15.06.2022 г. № 16-391 по теме «Смысложизненные ориентиры современной молодежи в цифровую эпоху: методология исследования».

Введение

Начиная с конца XX в. интенсивно развиваются новые медиатехнологии, которые оказывают большое влияние на человека, перенося его жизнь из реального пространства в цифровое, где он работает, общается, развлекается, знакомится и делает покупки. Становятся актуальными такие культурные концепты, как «цифровое бытие», «цифровое медиапространство», «информационное поведение». Данные концепты часто соотносят с жизнедеятельностью молодежи, которую называют цифровой. Цифровая молодежь состоит из двух поколений: миллениалов и постмиллениалов, которые включены в цифровой контекст и софт-культуру [7]. Софт-культура существенно влияет на смысложизненные ориентиры цифровой молодежи.

Целью данного исследования является изучение смысложизненных ориентиров цифрового поколения на примере студентов двух челябинских гуманитарных вузов. Гипотеза нашего исследования состоит в том, что включенность в цифровой контекст изменяет понимание смысла жизни и смысложизненных ориентиров молодежи. Обоснование данной гипотезы следует начать с рассмотрения возможностей, которые дает цифровое пространство.

Отметим, что объектом нашего исследования является студенческая молодежь цифрового поколения, поэтому далее в тексте под словами «цифровая молодёжь» мы будем подразумевать именно студентов, относящихся к цифровому поколению.

Цифровое пространство, в котором мы живем, предоставляет возможность мгновенного распространения информации. Если в индустриальном обществе распространение информации создавало общие идеологические установки для граждан, то в постиндустриальном обществе существует широкий спектр объектов новых медиа, выбор которых создает у каждого пользователя ощущение своей уникальности и неповторимости как личности. Исследователь цифровой культуры Л. Манович отмечает, что технологии новых медиа являются наиболее полной реализацией утопии идеального общества, состоящего из уникальных индивидов. Объекты новых медиа гарантируют пользователям, что их выбор, а соответственно, и лежащие за ним мысли и желания, уникальны, а не заранее запрограммированы и распределены между всеми [6, с. 28]. Как следует из вышесказанного, одной из главных ценностей молодежи цифрового поколения является выражение

своей уникальности и индивидуальности. Молодежь не хочет быть безликой массой, поэтому каждый стремится выделиться из толпы посредством яркой и необычной одежды или создания привлекательного имиджа. Такой способ самовыражения мы будем называть вестиментарным способом.

В каждой культуре существует свой вестиментарный код. Данный код представляет собой систему знаков, выражающих посредством предметов гардероба и сообщающих представителю того или иного сообщества некую информацию о человеке — носителе определенного вида одежды [12, с. 71]. Вестиментарный код как способ самовыражения молодежи транслируется в реальном мире и в цифровом пространстве.

Особенно ярко данный способ самовыражения прослеживается в молодежных субкультурах. Приведем примеры использования вестиментарного способа самовыражения, обратившись к молодежной группе «Кружок» в социальной сети ВК. «Кружок» — сообщество дизайнеров, музыкантов, художников, относящиеся к андеграундной культуре и направленное на свободу самовыражения через внешний вид. Данное интернет-сообщество создает вещи, вдохновляясь культурными, историческими и социальными явлениями, которые осмысляются и переносятся на одежду. Наличие большого количества схожих сообществ в сети, которые ставят акцент на свободу самовыражения, говорит о том, что на смену анонимности, характерной для начала века, приходят индивидуальность, необычность, популярность самопрезентаций, фото- и видеосессий [8, с. 255].

Цифровое поколение проявляет индивидуальность не только через внешний вид, но через выбор стиля жизни. В Японии становится популярным образ жизни хикикомори. Молодежь превратила данное явление в модный тренд, который становится существенной проблемой японского общества. Хикикомори (буквально «находящийся в уединении») называют японскую молодежь, отказывающуюся от социальной жизни и зачастую стремящуюся к крайней степени социальной изоляции и уединения вследствие различных личных и социальных факторов. Общение с внешним миром хикикомори осуществляют преимущественно через интернет-пространство. Такие люди часто не имеют работы и живут на иждивении родственников. По данным отчета правительства Японии, в 2010 году в стране насчитывалось 700 000 индивидуумов, ведущих образ жизни хикикомори. Средний возраст «хикки»

составлял 31 год [14]. Молодые люди, ведущие схожий образ жизни с хикикомори есть и в других странах. Некоторые исследователи связывают этот феномен с возросшей популярностью японской молодежной культуры благодаря аниме и манга, героями которых часто становятся хикикомори.

Некоторые исследователи видят причину возникновения этого явления в проблеме развития. Так, Тамаки Саито отмечает, что еще в подростковом возрасте формируются многие психические расстройства, которые могут приводить к самоизоляции. Люди, страдающие депрессией, обсессивно-компульсивными расстройствами, даже шизофренией склонны к прекращению социальных контактов [15]. Хикикомори часто связывают с социофобией или японским синдромом «тайдзин кёфусё» (болезнь боязни межличностных отношений). Суть синдрома заключается в том, что человек испытывает страх оскорбить окружающих и потерять положительное расположение к себе.

Феномен хикикомори также иногда связывают с особенностями воспитания детей в Японии. В японской культуре к детям предъявляют достаточно высокие требования. Родители расписывают план жизни своих детей от рождения до появления у них собственной семьи. Семья оценивается по достижениям детей, поэтому считается, что в социальной неуспешности ребенка виноваты родители. Ребенок находится под их пристальным вниманием и контролем. Это приводит к тому, что человек, повзрослев, не может найти себя в жизни, поскольку не умеет самостоятельно решать проблемы и отстаивать свою позицию. У человека формируется инфантильное отношение к собственному существованию, он считает, что близкие люди по умолчанию обязаны разрешать его жизненные трудности. В японской культуре есть понятие, описывающее это явление, — «амаэ» [2, с. 33]. Оно означает эмоциональную зависимость между матерью и сыном. Человек, не прошедший процесс сепарации от родителей, будет всегда перекладывать собственную ответственность на других.

Некоторые исследователи считают, что стремление молодых людей не отвечать за свою жизнь отражает состояние новой эпохи. Желание не взрослеть характерно не только для хикикомори, но для молодежи в целом. Молодые люди стараются как можно дольше жить в родительском доме, чтобы оттянуть переход во взрослую жизнь. Именно поэтому социологи называют миллениалов «поколением Питера Пэна», а не-

самостоятельных постмиллениалов именуют «поколением снежинок».

Этапы исследования смыслоразнозначных ориентиров и ценностей цифрового поколения

Наше исследование состояло из четырех этапов. Первый этап был посвящен теоретическому изучению проблемы смыслоразнозначных ориентиров молодежи. На втором, третьем и четвертом этапах была проведена практическая часть исследования смыслоразнозначных ориентиров и ценностей представителей цифрового поколения. Исследование проводилось с помощью методов наблюдения и анкетирования.

На первом этапе были раскрыты некоторые аспекты проблемы смыслоразнозначных ориентиров российской молодежи. Исследования по проблеме смыслоразнозначных ориентиров молодежи проводились такими российскими учеными, как Е. Л. Омельченко [8; 9], С. Н. Бедовой [1], В. Л. Луковым [4], В. В. Радаевым [11], В. С. Магун [5], А. Н. Тесленко [13] и др. Из приведенных исследований нам представляются наиболее важными результаты работы Е. Л. Омельченко, которая называет цифровое поколение — поколением «адекватных» (Я+): «В нем соединяются самоуверенность и эгоизм, нежелание что-либо делать — и конкретные прагматичные цели» [8, с. 262]. Для молодежи данного поколения характерно «размытие монополии на символы и стиль одежды (субкультурный беспредел, расширение буферных зон между андеграундом и поп-соул), стремление к творчеству (эстетизация, театрализация повседневности), размытый патриотизм (от стихийного, обиженного — через прагматический, выгодный — до гордо-пафосного, а также лояльности к власти, граничащая со стёбом) и гражданская апатия» [8, с. 262]. При этом «молодежь поколения “адекватных Я+” явочным порядком отстаивает свое право на настоящее (правду, искренность, доверие) и удовольствие» [8, с. 262].

Представляют научный интерес результаты мониторингового исследования «Российский вуз глазами студентов». В ходе исследования В. А. Луков и Н. В. Захаров выявили, что материальная обеспеченность является наиболее предпочтительной ценностью в студенческой среде. Тем не менее материальные ценности не исчерпывают представления о «хорошей жизни». Молодежь придает большое значение семье, работе, здоровью, любви [4].

На втором этапе исследования нами был проведен опрос смысложизненных ориентиров студентов Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета (1—3-й курсы) и студентов-юристов первого курса Уральского филиала Российского государственного университета правосудия (г. Челябинск). В опросе приняли участие 150 студентов. Респонденты отвечали на вопрос, какая ценности в жизни является основной. В ходе опроса было выявлено, что в качестве смысложизненных ориентиров студенты рассматривают материальную обеспеченность (20 %), свободу (40 %), самовыражение (30 %), любовь (10 %). После выбора студентами в качестве одной из приоритетных ценностей материальной обеспеченности было решено узнать, как определяют ценность достатка представители цифрового поколения. Студентам было предложено закончить фразу: «ценность материального достатка в ...». Полученные ответы были классифицированы по трем группам: ценность материального достатка в свободе (45 %), в комфорте (30 %), в чувстве защищенности (25 %). По результатам исследования можно увидеть, что материальный достаток прежде всего дает представителям цифрового поколения ощущение свободы и чувство комфорта.

В ходе исследования было выявлено, что представители цифрового поколения имеют высокую потребность в самовыражении (30 %). Можно выделить несколько стратегий самовыражения: в согласии с существующей культурной традицией, в оппозиции и творчестве. Студентам было предложено выбрать свой основной способ самовыражения. По полученным результатам видно, что большинство респондентов предпочитает проявлять себя в творческой деятельности (77 %). Низкий процент студентов выбрали оппозиционную стратегию самовыражения (7 %), что свидетельствует о том, что молодежь уважительно относится к сложившимся в культуре стратегиям самопрезентации.

В ходе опроса нами было выявлено, что, самовыражаясь, молодежь в большей степени выбирает виртуальный локус (68 %). В качестве причин выбора виртуального локуса были выбраны следующие: масштаб аудитории (34 %), безопасность (27 %), техническая и финансовая доступность (39 %). Виртуальный локус самовыражения прежде всего ценится тем, что он технически и финансово доступен и позволяет сделать большой охват аудитории. Это видно на примере блоггерства, которое является не только способом самопрезентации, но также и позволяет обеспечивать материальный

достаток. Молодежь цифрового поколения ищет новые способы заработка в том числе и посредством медиатехнологий. Преобладающими способами самовыражения является креативный (43 %) и вестиментарный способ (32 %). Ключевой техникой самовыражения является использование фотографий и видение видеоблога (74 %). Результаты опроса представлены нами в таблице.

На третьем этапе исследования нами было проведено занятие по теме «Смысложизненные ориентации античных философов» в рамках изучения курса «Философия». В контексте данной темы разбиралась проблема смысла жизни и ценностей в таких философских учениях, как гедонизм, стоицизм, кинизм и скептицизм. Обращение к работам античных философов не случайно, дело в том, что их идеи находят развитие в современном мире. Так, в ходе беседы студенты отметили, что для гедонистов смыслом жизни является получение удовольствия, что соответствует ценностям общества потребления, в котором живую современные люди. То, что удовольствие является важной ценностью для современного поколения, проявляется в интернет-пространстве. Ценность наслаждения демонстрирует 90 % контента в социальных сетях.

Стоицизм видит смысл жизни в способности держать удары судьбы. Счастье стоика не зависит от жизненных ситуаций, он умеет быть внутренне счастливым при любых обстоятельствах. Стоик готов ко всему, поскольку не знает, куда повернет колесо судьбы. Стоицизм развивался в условиях крайней социальной нестабильности. Стоик, живя в условиях неопределенности, учился принимать непредсказуемость судьбы и находить в этом успокоение. Современная молодежь тоже живет в нестабильном и турбулентном мире, поэтому стоический принцип принятия неопределенности судьбы может стать действенным способом сохранения душевного спокойствия [10].

Смысл жизни в кинизме состоит в проповеди духовной свободы. Киники презирают материальные блага, нормы морали и удовольствия, поскольку они делают человека несвободным. В ходе обсуждения философии кинизма студенты пришли к выводу, что в современном мире трудно в полной мере практиковать кинизм и при этом оставаться социальным человеком. Однако можно практиковать умеренные формы кинизма. Суть данной практики заключается в снижении уровня потребления. Примером кинического стиля мышления может быть

**Смысложизненные ориентиры студентов ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»
и УФ ФГБОУ ВО «РГУП»**

Показатель	Характеристика	Количество студентов (в процентах)
Ценность	материальная обеспеченность	20
	Свобода	40
	Самовыражение	30
	Любовь	10
Ценность материального достатка	в свободе	45
	в комфорте	30
	в защищенности	25
Самовыражение	в культурной традиции (согласие с существующим)	16
	в оппозиции (неприятие существующего)	7
	в творчестве (создание новых условий существования)	77
Локус самовыражения	Реальный	32
	Виртуальный	68
Причины выбора виртуального локуса	масштаб аудитории	34
	Безопасность	27
	техническая и финансовая доступность	39
Способы самовыражения	Вестиментарный	32
	предметно-атрибутивный	13
	Вербальный	12
	креативный (в актах и результатах творчества)	43
Техники самовыражения	визуальная (фотография, видеоблог)	74
	вербальная (лонгрид)	26

минимализм как образ жизни современного человека [3].

Скептики — философы, которые считали правильным все подвергать сомнению и воздерживаться от категорических суждений. Они выражали свое сомнение относительно конечного смысла жизни. Применение принципа скептицизма в современном мире дает возможность проявлять гибкость в выборе ценностей, это позволяет не стать рабом предубеждений относительно существования единственного смысла и предназначения. Кроме того, применение принципа сомнения полезно в работе с информацией. Студенты отметили, что интернет-пространство перенасыщено недостоверной информацией. Умение занять позицию скептика и критически взглянуть на получаемую информацию является для современного человека очень полезным навыком.

После обсуждения философских учений было проведен опрос. Студентов попросили описать, какое из указанных учений им ближе по взглядам и объяснить почему. В опросе принимали участие студенты

1-го курса Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета в количестве 50 человек.

Были получены следующие результаты:

1. 18 респондентов выбрали ценности и принципы гедонизма в качестве своего смысложизненного ориентира. Гедонизм оказался привлекательным для студентов, поскольку он учит жить в настоящем. Студенты отметили, что человеческая жизнь полна тревог, лишений, страданий, важно научиться видеть ее положительные стороны и получать удовольствие от различных материальных и духовных благ. Этому как раз учит философия гедонизма.

2. 20 респондентов выбрали ценности и принципы стоицизма в качестве своего смысложизненного ориентира. Идеи стоиков применимы к современной реальности так, как в современном мире очень много проблем политического, экономического, социального характера, решение которых не зависит от простого человека. В связи с этим человеку не помешает научиться сохранять душевный покой, чтобы стойко пере-

носить все трудности жизни. Стоицизм учит опираться на собственный разум, контролировать страсти, считая, что путь к добродетельной жизни лежит через правильное мышление, освобождение от страстей и принятие своей судьбы.

3. 6 человек выбрали ценности кинизма в качестве своего смысложизненного ориентира. Студенты отметили, что для счастливого и здорового образа жизни полезно умерять свои потребности. Однако они отметили, что довольно сложно ограничиваться минимальным набором вещей, хотя это дает свободу и способствует духовному развитию. Во взглядах философов-киников студентов прежде всего привлек неконформизм.

4. 6 респондентов выбрали принципы и ценности скептицизма в качестве своего смысложизненного ориентира. Принцип «все подвергай сомнению» и прежде всего информацию, транслируемую социальными сетями, импонирует студентам. Три правила скептицизма: анализировать, думать, не бояться своего воображения — подходят для современной реальности и информационного пространства, перенасыщенного всевозможными «гуру», прорицателями, коучами, просветленными, психологами. В этом отношении правила скептицизма освобождают разум от догматизма, способствуют развитию самостоятельного мышления, помогают глубже погружаться в любую изучаемую проблему.

Четвертый этап исследования был связан с анализом смысложизненных ориентиров цифрового поколения на примере социальных сообществ, которые выбирают студенты. В опросе участвовали студенты 1-го курса Уральского филиала Российского государственного университета правосудия. Респондентам предлагалось поделиться примерами любимых социальных сообществ «В Контакте», в которых они состоят и активно посещают. Затем студенты самостоятельно провели анализ смысложизненных ориентиров предложенных интернет-сообществ.

На первом месте по популярности оказались новостные сообщества, например, такое сообщество «Рифмы и панчи» (4 млн 889 тыс.). Данное сообщество позиционирует себя как новостной ресурс обо всем, что сейчас обсуждает молодежь: от музыки и мемов до твича, тик-тока, политики и спорта. На примере данного сообщества можно отметить такую тенденцию, что в сетевом пространстве все шире распространяются практики искренности, доверия и поддержки, гражданского участия,

протестных и альтернативных рейтингов. Блогосфера, твиттер-коммуникации превращаются в мощные и оперативные каналы информации, опережая официальные СМИ не только по скорости, но и по качеству и достоверности информации.

На втором месте музыкальное сообщество Hajime records (1,1 млн), которое демонстрирует такие ценности, как креативность, самовыражение посредством творческих актов и музыки.

На третьем месте сообщества, посвященные компьютерным играм, косплею и аниме («MyGames» — 436,2 тыс.; «Философия аниме» — 1 тыс.; «Косплей»). Косплей (от англ. *costume play* — «костюмированная игра») — молодежное увлечение, заключающееся в перевоплощении в различных роли персонажей компьютерных игр, аниме и манги, а также кинематографа и литературы. Как правило, это увлечение включает в себя изготовление костюма и элементов атрибутики выбранного персонажа, что соответствует вестименарному способу самовыражения молодежи цифрового поколения. Косплей имеет некоторую связь с ролевым движением, но отличие состоит в том, что косплей не предполагает развития сюжета и характера персонажа, а концентрируется на характерных особенностях, описанных в источнике. Увлеченность молодежи компьютерными играми, аниме и косплеем свидетельствует о том, что молодежь стремится создать свой особый мир ценностей, обрести осмысленный и значимый досуг, найти единомышленников. Смысл жизни она видит в свободе самовыражения, творчестве. Безусловно, данное направление имеет отношение к смеховой культуре, о которой писал М. Бахтин. Косплей подобен карнавалу, где можно все, можно то, чего нельзя в реальной жизни. Молодежь свободна и креативна в цифровом мире.

На четвертом месте — книжные сообщества такие, как «Литературные герои» (256 тыс.) и «Книги и кофе» (41 тыс.). Они популярны среди молодежи и удовлетворяют потребность молодежи в интеллектуальном труде и саморазвитии.

На пятом месте расположились группы по психологии. Например, группа «Психология» (224,4 тыс.), «To be better» (179,5 тыс.), «Тыжпсихолог» (126,6 тыс.). Данные сообщества показывают, что для молодежи представляют большую ценность саморазвитие и сохранение своего душевного, физического здоровья. Также цифровая молодежь стремится к построению счастливых отношений и самореализации.

На шестом месте у студентов находятся сообщества, которые направлены на построение отношений: «Твоей прекрасной юности моменты» (2,9 млн), «Луч» (135 тыс.). Смысл-жизненными ориентирами участников этих сообществ является любовь и дружба. Представители данных сообществ стремятся выразить свои чувства, в основном визуальным способом, также ценности сообщества транслируются через слоганы: «Выражай чувства, жизнь коротка, а мы не умеем читать мысли»; «Давай гулять допоздна этим летом»; «Ты идешь домой, вот-вот закончится учебный год, и наступят три месяца лета, где у тебя нет никаких проблем»; «Чтобы жизнь, о которой вы мечтаете, поскорее наступила, начинай ей жить прямо сейчас».

На седьмом месте находятся сообщества, связанные со здоровым образом жизни. Например, группа «Спорт — это жизнь» (52 тыс.). Группа создана для помощи людям, которые не относятся с равнодушием к своему внешнему виду и продолжительности жизни. Это сообщество для тех, кто поставил приоритетом здоровый образ жизни, отказался от пагубных привычек. Контент группы — это преимущественно демонстрация красивого прокачанного тела, советы по питанию и тренировкам. На примере данной группы и ей аналогичных можно сделать вывод, что для молодежи имеют ценность здоровый образ жизни и красивое тело.

Анализ цифровых сообществ показал, что спектр увлечений современной студенческой молодежи довольно широк. Она интересуется новостями социальной и политической жизни, музыкой, компьютерными играми, аниме, спортом, психологией, литературой. Представленные сообщества отражают широкий спектр ценностей, характерных для цифрового поколения. Молодежь стремится проявлять креативность в интеллектуальной, творческой деятельности, в визуальных способах самовыражения. Большое значение для цифрового поколения представляют отношения, душевное и физическое здоровье. Следует отметить, что во всех социальных сообществах акцент ставится не только на создании содержательного контента, но и на общении. В коммуникации прослеживается тенденция к репрезентативному характеру жизнедеятельности современного человека. В этих сообществах люди стремятся выразить оригинальное мнение или показать свою уникальность через знаки престижа и символы социального почета.

Заключение

Резюмируя эмпирические и теоретические данные, полученные нами в ходе исследования, мы можем сделать следующие выводы о смысл-жизненных ориентирах цифрового поколения. Студенческая молодежь цифрового поколения в большей степени ориентирована на свободу и проявление индивидуальности, которое осуществляется по вестиментарному типу. Молодежь выбирает преимущественно виртуальный локус самовыражения в силу его доступности и безопасности.

Немаловажной особенностью цифрового поколения является полная включенность в сетевую коммуникацию. Сетевая коммуникация прежде всего удовлетворяет потребность самовыражения. Спецификой общения цифрового поколения становится акцент на эмоциональной, чувственной стороне взаимодействия. Ожидание обратной связи, сформированной в онлайн-пространстве и закрепленной в опыте, оказывается определяющим для выстраивания отношений и самовосприятия. Представители цифрового поколения, общаясь, хотя и получают положительную оценку. Частное и публичное для представителей цифрового поколения пересекаются и проникают друг в друга: самопрезентации в социальных сетях становятся обязательным дополнением имиджа. Реакция, ответ на задаваемый вопрос, получение оценки в разных формах («лайки», комментарии) — важный компонент выстраивания идентичности. Сетевая включенность непосредственно влияет на выбор каналов коммуникации и на уровень информированности молодежи.

Важной составляющей жизни цифрового поколения является достижение материального благополучия и комфорта. Представителям цифрового поколения больше всего импонируют принципы и ценности гедонизма и стоицизма. Гедонизм проявляется не только в стремлении к удовольствию, нацеленности на получение материальных ценностей, но и в желании извлечь себя от забот и проблем, поэтому представители цифрового поколения откладывают переход во взрослую жизнь. Создание семьи и рождение детей они оставляют на потом, отдавая приоритет образованию и карьере, саморазвитию, путешествиям, развлечениям. Стремление к свободе и нестабильность в социальной и экономической жизни делает для них привлекательной стратегией «принятия» стоиков. Однако следует разоб-раться, не является ли это способом игно-

рирования существующих проблем, ухода от их решения из-за инфантилизма и безответственного отношения к жизни.

1. Бедова, Н. С. Некоторые аспекты культуры XXI: молодежь как субъект деятельности / Н. С. Бедова. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aspekty-kultury-xxi-veka-molodezh-kak-subekt-deyatelnosti> (дата обращения: 30.06.2022).

2. Войскунский, А. Е. Эпидемия одиночества в цифровом обществе: хикикомори как культурно-психологический феномен / А. Е. Войскунский, Г. У. Солдатова // Консультативная психология и психотерапия. — 2019. — Т. 27, № 3. — С. 22—43.

3. Дядык, Н. Г. Минимализм как форма философии повседневности / Н. Г. Дядык // Социум и власть. — 2019. — № 2 (79). — С. 106—118.

4. Луков, В. А. Ценностные ориентации российской молодежи в свете теории ценностей / В. А. Луков, В. А. Луков, Н. В. Захаров // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2011. — № 2 (121). — С. 19—26.

5. Магун, В. С. Межпоколенная динамика жизненных притязаний молодежи и стратегий их ресурсного обеспечения: 1985—2001 гг. / В. С. Магун, М. В. Энговатов // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. — М.: Новое литературное обозрение, 2005. — С. 261—327.

6. Манович, Л. Instagram — это окно в мысли и воображение людей / Л. Манович. — URL: <https://strelka.com/ru/magazine/2015/06/03/interview-lev-manovich> (дата обращения: 30.06.2022).

7. Манович, Л. Теории софт-культуры / Л. Манович. — Н. Новгород: Красная ласточка, 2017. — 203 с.

8. Омельченко, Е. Л. От сытых нулевых — к молчаливым десяткам. Поколенческие уроки российской молодежи начала XXI в. / Е. Л. Омельченко // Социологический ежегодник. — 2011. — № 1. — С. 243—263.

9. Омельченко, Е. Л. Уникален ли российский случай трансформации молодежных культурных практик? / Е. Л. Омельченко // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2019. — № 1. — С. 3—27.

10. Пильюччи, М. Как быть стойким: античная философия и современная жизнь / М. Пильюччи. — М.: Альпина нон-фикшн, 2018. — 279 с.

11. Радаев, В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В. В. Радаев // Социологические исследования. — 2018. — № 3. — С. 15—33.

12. Терехова, М. В. Знаково-символическая природа костюма как основание вестиментарных кодов в культуре / М. В. Терехова // Человек. Культура. Образование. — 2016. — № 4 (22). — С. 71—82.

13. Тесленко, А. Н. Молодежная культура как альтернативная модель социализации / А. Н. Тесленко // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. — 2015. — Т. 21, № 2. — С. 241—248.

14. Hoffman, M. Nonprofits in Japan help 'shut-ins' get out into the open / M. Hoffman. — URL: <https://www.japantimes.co.jp/news/2011/10/09/national/media-national/nonprofits-in-japan-help-shut-ins-get-out-into-the-open/> (дата обращения: 30.06.2022).

15. Saito, T. Hikikomori: Adolescence Without End / T. Saito. — Minneapolis: University of Minnesota Press, 2013. — 216 p.

References

1. Bedova N. S. Nekotorye aspekty kul'tury HKHI: molodezh' kak sub'ekt deyatelnosti [Some aspects of XXI culture: youth as a subject of activity.], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aspekty-kultury-xxi-veka-molodezh-kak-subekt-deyatelnosti> (accessed 30.06.2022) [in Rus].

2. Vojskunsij A.E., Soldatova G. U. (2019) Epidemiya odinochestva v cifrovom obshchestve: hikikomori kak kul'turno-psihologicheskij fenomen [An epidemic of loneliness in a digital society: hikikomori as a cultural and psychological phenomenon]. *Konsultativnaya psihologiya i psihoterapiya*, vol. 27, no 3, pp. 22-43 [in Rus].

3. Dyadyk N.G. (2019) Minimalizm kak forma filosofii povsednevnosti [Minimalism as a form of everyday philosophy]. *Socium i vlast'* [Society and power], no. 2 (79), pp. 106-118 [in Rus].

4. Lukov V.A., Lukov V.A., Zaharov N.V. (2011) Cennostnye orientacii rossijskoj molodezhi v svete teorii cennostej [Value orientations of Russian youth in the light of the theory of values] *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2 (121), pp. 19-26 [in Rus].

5. Magun V.S., Engovatov M. V. (2005) Mezhpokolennaya dinamika zhiznennyh prityazanij molodezhi i strategij ih resursnogo obespecheniya: 1985-2001 gg. [Intergenerational dynamics of youth life aspirations and strategies for their resource provision: 1985-2001.] *Otcy i deti: Pokolencheskij analiz sovremennoj Ros-*

sii, Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, pp. 261-327 [in Rus].

6. Manovich L. (2015) Instagram — eto okno v mysl i voobrazhenie lyudej [Instagram is a window into people's thoughts and imaginations.], available at: <https://strelka.com/ru/magazine/2015/06/03/interview-lev-manovich> (accessed 30.06.2022) [in Rus].

7. Manovich L. (2017) Teorii soft-kul'tury [Theories of soft culture.]. Nizhnij Novgorod, Krasnaya lastochka, 203 p. [in Rus]

8. Omel'chenko E.L. (2011) Ot sytyh nulevyh — k molchalivym desyatym. Pokolencheskie uroki rossijskoj molodezhi nachala XXI v. [From well-fed zero to silent tenths. Generational lessons of Russian youth at the beginning of the 21st century]. *Sociologicheskij ezhegodnik*, no. 2011, pp. 243-263 [in Rus].

9. Omel'chenko E. L. (2019) Unikalen li rossijskij sluchaj transformacii molodezhnyh kul'turnyh praktik? [Is the Russian case of transformation of youth cultural practices unique?]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny*, no 1, pp. 3-27 [in Rus].

10. Pil'yuchchi M. (2018) Kak byt' stoikom: Antichnaya filosofiya i sovremennaya zhizn' [How to be a Stoic: Ancient Philosophy and Modern Life.]. Moscow, Al'pina non-fikshn, 279 p. [in Rus]

11. Radaev V. V. (2018) Millenialy na fone predshestvuyushchih pokolenij: empiricheskij analiz [Millennials Against the Background of Previous Generations: An Empirical Analysis]. *Sociologicheskie issledovaniya*, no. 3. pp. 15-33 [in Rus].

12. Terekhova M.V. (2016) Znakovo-simvolicheskaya priroda kostyuma kak osnovanie vestimentarnyh kodov v kul'ture [The sign-symbolic nature of the costume as the basis of vestimentary codes in culture], *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie*, no. 4 (22), pp. 71-82 [in Rus].

13. Teslenko A. N. (2015) Molodezhnaya kul'tura kak al'ternativnaya model' socializacii [Youth culture as an alternative model of socialization], *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psihologiya. Sociokinetika*. no 2, vol. 21, pp. 241-248 [in Rus].

14. Hoffman M. (2011) Nonprofits in Japan help 'shut-ins' get out into the open, available at: <https://www.japantimes.co.jp/news/2011/10/09/national/media-national/nonprofits-in-japan-help-shut-ins-get-out-into-the-open/> (accessed 30.06.2022) [in Eng].

15. Saito T. (2013) Hikikomori: Adolescence Without End. Minneapolis, University of Minnesota Press, 216 p. [in Eng].

Статья поступила в редакцию 26.07.2022

For citing: Dyadyk N.G. Meaningful life guidelines for college kids of the digital generation / N.G. Dyadyk // *Socium i vlast' [Society and Power]*. — 2022. — № 4 (94). — P. 26—35. — DOI 10.22394/1996-0522-2022-4-26-35. — EDN BHKVRZ.

UDC 128

EDN BHKVRZ

DOI 10.22394/1996-0522-2022-4-26-35

MEANINGFUL LIFE GUIDELINES FOR COLLEGE KIDS OF THE DIGITAL GENERATION

Natalya G. Dyadyk,

South Ural State
Humanitarian Pedagogical University,
Associate Professor at the Department
of Philosophy and Cultural Studies,
Cand. Sc. (Philosophy).
Chelyabinsk, Russia
E-mail: djadykng@cspu.ru

Abstract

The article discusses the results of studying the value sphere of the digital generation. The author sets herself the goal of studying the meaningful life guidelines of the digital generation representatives. The author uses the results of students' surveys of two Chelyabinsk universities for the humanities as a basis for the research. The author uses general scientific methods of analysis and synthesis, empirical methods of observation and questioning.

As a result of analyzing the survey data and understanding the activity of young people in social communities, the author comes to the conclusion that material security, freedom, self-expression, and love should be considered as the main values of the digital generation. The meaning-of-life guidelines of the digital generation are more consistent with the values of hedonist philosophers (pursuit of pleasure) and stoics (acceptance of life circumstances).

The scientific novelty of the work lies in identifying the features of the value sphere of the digital generation. In the value aspect, the digital generation prioritizes education, career, self-development, travel and enjoyment of life. It has a focus on individualism, self-presentation in the process of virtual communication. A significant method of self-expression for the digital generation is the vestimentary way of revealing individuality. The digital generation is fully immersed in network communication. Virtual communication makes it possible to quickly exchange information, learn new ways to earn money through Internet technologies, but can lead to distortion of information, relativism in judgments and social deprivation.

Keywords:
digital generation,
millennials,
postmillennials,
vestimentary code,
meaningful life guidelines
values