

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»)

Институт «Первая академия медиа»
Российская ассоциация по связям с общественностью
Комитет по межпоколенческим коммуникациям

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ НОВЫХ ПОКОЛЕНИЙ

Сборник статей по итогам IV научной конференции
«Межпоколенческие коммуникации: актуальные вызовы»

11 декабря 2023 г.

Под редакцией кандидата экономических наук К. С. Бакулева

Москва
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»
2024

УДК 316.77(063)
ББК 60.524.1я43
С692

Редакционная коллегия:

канд. экон. наук К. С. Бакулев
д-р экон. наук С. С. Мишуров
магистр ГМУ В. Г. Завалин

Печатается в авторской редакции

Социальные коммуникации новых поколений : сборник статей по итогам IV научной конференции «Межпоколенческие коммуникации: актуальные вызовы». 11 декабря 2023 г. / под ред. К. С. Бакулева. – Москва : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2024. – 184 с.

ISBN 978-5-7307-2171-5

В сборнике рассматриваются актуальные научно-практические проблемы изучения и прикладного анализа межпоколенческих отношений и социальных коммуникаций применительно к экономической, политической и социокультурной сторонам жизни общества. Исследованы современная методология и инструментарий теории поколений, позволяющие выстраивать конструктивные социальные коммуникации между различными возрастными группами в интересах повышения устойчивости развития социума.

Для ученых, преподавателей, студентов и аспирантов, специализирующихся в области педагогики, психологии, социологии, экономики, рекламы и маркетинга, общественных отношений и межпоколенческих коммуникаций.

УДК 316.77(063)
ББК 60.524.1я43

The Ministry of Education and Science of the Russian Federation
Plekhanov Russian University of Economics

Institute "First Media Academy"
Russian Public Relations Association
Committee on Intergenerational Communications

SOCIAL COMMUNICATIONS OF NEW GENERATIONS

Collection of articles based on the conference materials
of the IV scientific conference
"Intergenerational communications: current challenges"

December 11, 2023

Edited by PhD of Economics K. S. Bakulev

Moscow
Plekhanov Russian University of Economics
2024

UDC 316.77(063)
BBK 60.524.1я43
C692

Editorial Board:

PhD of Economics K. S. B a k u l e v
PhD of Economics S. S. M i s h u r o v
Master of SMA V. G. Z a v a l i n

Published in the authors' edition

Social communications of new generations : collection of articles
C692 based on the conference materials of the IV scientific conference
"Intergenerational communications: current challenges". December 11,
2024 / ed. by K. S. Bakulev. – Moscow : Plekhanov Russian University of
Economics, 2024. – 184 p.

ISBN 978-5-7307-2171-5

The collection examines current scientific and practical problems of studying and applied analysis of intergenerational relations and social communications in relation to the economic, political and socio-cultural aspects of society. The modern methodology and tools of the theory of generations have been studied, which make it possible to build constructive social communications between different age groups in the interests of increasing the sustainability of the development of society.

For scientists, teachers, students and postgraduates specializing in pedagogy, psychology, sociology, economics, advertising and marketing, public relations and intergenerational communications.

UDC 316.77(063)
BBK 60.524.1я43

Калабанов В.А. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ ПОСРЕДСТВОМ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	67
Когтева Е.В., Когтева У.А. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА В РАЗРЕЗЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ ..	70
Королькова Е.А. ВОЛОНТЁРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН	73
Косоурова В.А. ХАРАКТЕРИСТИКИ И ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СРЕДИ РАЗЛИЧНЫХ ПОКОЛЕНИЙ	78
Кузнецова А.А. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ И РЕСУРСЫ САМОСОХРАНИТЕЛЬНЫХ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ СТРАТЕГИЙ МОЛОДЁЖИ.....	80
Лебедева Н.В. МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКИЕ СВЯЗИ НА ПРИМЕРЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ И УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «МОСКОВСКОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ».....	83
Мельникова Я.С. РЕКЛАМА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ.....	87
Меньшиков П.В. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО, СМК И МОЛОДЕЖЬ – ПРОЩАНИЕ С ИЛЛЮЗИЯМИ БАЛАНСА ИНТЕРЕСОВ	90
Мионов М.В. ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	94
Орлов А.В. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ.....	98
Платек-Стрийская А.К. ВЛИЯНИЕ СМЕНЫ ПОКОЛЕНИЯ НА ЭКОНОМИКУ	103
Полетаева П.И. ОСОБЕННОСТИ СМЫСЛОЖИЗНЕННЫХ ОРИЕНТАЦИЙ У МОЛОДЕЖИ И СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ.....	107
Палитай И.С. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О СВОБОДЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК ФАКТОР ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ РОССИЯН.....	111
Сираева К.Д. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЁЖИ.....	116
Смутькина Н.В. ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ МАССОВОМ СОЗНАНИИ: ПОКОЛЕНЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ	120
Согомонян С. А. РАЗНЫЕ ФОРМАТЫ КОНТЕНТА ДЛЯ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ В ЦИФРОВЫХ МЕДИА. КАК ГРАМОТНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ КЛИКБЕЙТ	125
Тихая Е.С., Калмыков К.Б. ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ AR И VR В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАНИИ	130

Когтева Е.В.,
кандидат социологических наук,
доцент кафедры иностранных языков №1, ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова», Москва, Россия

Когтева У.А.,
специалист по учебно-методической работе 1 категории кафедры иностранных языков,
ФГБОУ ВО «Технологический университет», Королёв, Россия

Kogteva E.V.,
Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor, Department of Foreign Languages №1, Plekhanov Russian University of
Economics, Moscow, Russia. G.V. Plekhanov Russian University of Economics, Moscow,
Russia

Kogteva U.A.,
Specialist in Educational and Methodological Work of the 1st category of the Department of
Foreign Languages, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
"Technological University", Korolev, Russia

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ ЦИФРОВОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА В РАЗРЕЗЕ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ

SOME ASPECTS OF PERCEPTION OF DIGITAL EDUCATIONAL MEDIA SPACE IN THE CONTEXT OF THE THEORY OF GENERATIONS

Статья посвящена анализу некоторых аспектов восприятия цифрового образовательного медиапространства представителями разных поколений. В основу анализа положены результаты авторских исследований в виде социологических опросов, проведенных в 2018-2019 гг. и 2022 г.

Ключевые слова: медиапространство, теория поколений, цифровой разрыв, цифровизация.

The article is devoted to the analysis of some aspects of perception of digital educational media space by representatives of different generations. The analysis is based on the results of the author's research in the form of sociological surveys conducted in 2018-2019 and 2022.

Keywords: media space, generational theory, digital divide, digitalization.

Последние пару лет многие эксперты прогнозировали прорывное развитие цифровых технологий с их тотальным проникновением во все сферы жизни общества в целом и в образование в частности. Цифровой переход, как актуальный тренд, был озвучен на всех уровнях, как в научном дискурсе, так и в политическом. При этом сфера образования, являющаяся базисом формирования ценностей и установок нашего общества, закономерно становится наиболее важной сферой цифровизации, к которой стоит подходить с особой тщательностью.

Цифровизация общественной жизни приводит к возникновению такого феномена как цифровой разрыв, проявляющегося не только вследствие различий в доступе к техническим средствам, но и по причине разного уровня информационных компетенций и мотивации к использованию информационно-коммуникационных технологий.

Цифровизация в сфере образования в первую очередь коснулась технического переоснащения образовательных учреждений, развития дистанционных технологий, а также трансформации образовательного медиапространства. Проблема подходов к

определению образовательного медиапространства не только как набора медиа, но и как многоаспектной реальности, в которой происходит взаимодействие всех заинтересованных лиц посредством медиа средств, как классических, так и цифровых, на сегодняшний день недостаточно изучена как отечественными, так и зарубежными авторами.

Актуальность изучения образовательного медиапространства возникает вследствие необходимости обеспечения максимально эффективного взаимодействия не только преподавателя и обучающегося, но также всех сотрудников, организаций-партнеров, абитуриентов и их родителей, представителей научного и образовательного сообщества, органов власти и других заинтересованных лиц.

Целостное восприятие медиа пространства складывается из восприятия составляющих его отдельных элементов, таких как, например, каналы коммуникации, сайт, рейтинги и т.д. Однако на эффективность коммуникации в условиях цифрового общества и в рамках цифрового медиа пространства оказывает влияние не только уровень владения информационными компетенциями, но и, в немалой степени, набор ценностных установок поколений. Теория поколений была разработана в 1991 году американскими учеными Н. Хоутом и В. Штраусом и основывалась на том, что критерием для возрастной стратификации поколений должно стать наличие определенных базовых ценностей, сформировавшихся под влиянием определенных исторических событий. Впоследствии, данная теория поколений была адаптирована к российским реалиям в рамках проекта «Rugenerations» под руководством Евгении Шамис [1].

Предметом настоящего исследования выступает образовательное медиа пространство в оценках представителей разных поколений.

Поколение понимается В. Штраусом и Н. Хоутом как совокупность всех людей, рожденных в промежуток времени, составляющий примерно 20 лет, или одну фазу жизни: детство, молодость, средний возраст и старость. Их авторская стратификация поколений основывается на трёх утверждениях, о том, что: во-первых, представители одного и того же поколения живут в один и тот же исторический период, вследствие чего переживают одни и те же исторические события и подвергаются влиянию одинаковых социальных веяний и тенденций; во-вторых, они разделяют общие убеждения, царящие в обществе и следуют общим моделям поведения; в-третьих, исходя из выше изложенного, отдавая себе отчет в общности ценностей, интересов, переживаемых событий со своими сверстниками, люди начинают идентифицировать себя как представителей одного поколения. В рамках исследования были опрошены представители трех поколений: Бэби-бумеры (1945-1963 годы рождения), Поколение X (1964-1984 годы рождения) и Поколение Y (1985-2004 годы рождения).

Объектом исследования является образовательное медиа пространство как многоаспектная реальность, в которой происходит взаимодействие всех участников образовательного процесса, меняющаяся под воздействием цифровизации и оказывающая значительное влияние на повышение эффективности коммуникации.

Цель исследования - изучить мнения представителей разных поколений (участников образовательного процесса) относительно образовательного медиа пространства в условиях цифровизации.

Для достижения поставленной цели был проведен анализ на основе данных, полученных в результате проведенных социологических исследований в форме анкетирования и экспертного опроса. Авторское исследование состояло из трех основных этапов: 1) анкетный опрос преподавателей и студентов в сентябре-ноябре 2018 года; 2) экспертный опрос профессоров со стажем работы более 10 лет в январе-ноябре 2019 года; 3) анкетный опрос преподавателей и студентов, проведенный с целью изучения динамики изменения мнений о цифровом образовательном медиапространстве, проведенный в ноябре 2022 года. В исследовании приняли участие более 450 респондентов из российских и европейских вузов. Доля респондентов мужского пола составила 38%, женского пола – 61%, а 1% опрошенных не сообщил сведений о себе. Базовым университетом для

проведения исследования выступил Технологический университет, расположенный в г. Королёв Московской области. Основанием для выбора Технологического университета в качестве опорного явились несколько факторов:

1. Технологический университет является вузом-участником кластера «Северо-Восток».
2. Достаточная техническая оснащённость и потенциально высокий уровень информационных компетенций преподавателей вследствие того, что вуз готовит кадры для предприятий космической и оборонной промышленности, расположенных в наукограде Королёв.
3. В вузе создана и функционирует система непрерывного образования в рамках реализации родственных образовательных программ СПО-ВУЗ-Аспирантура. Помимо этого, ведётся активная работа со школьниками, в том числе в рамках Кванториума.
4. Приоритетным направлением развития университета является переход к Цифровому университету, что закреплено в Стратегии его развития.

В аспекте теории поколений распределение респондентов выглядит следующим образом: абсолютное большинство являются представителями поколения Y (76%), за которыми следуют поколение X и Бэби-бумеры с 14% и 8% соответственно (2% опрошенных не указали свой возраст).

Остановимся подробнее на том, как образом представлены некоторые элементы образовательного медиа пространства в оценках представителей разных поколений.

При ответе на вопрос о наиболее важной характеристике, которой должен обладать сайт университета, почти половина представителей старших поколений (56,8% беби – бумеров и 50% поколения X) считают таковой «Актуальность и оперативное обновление информации». В отличие от них, для более половины представителей поколения Y самым важным является «Современный дизайн» (65,5% опрошенных). Наименее важен дизайн для представителей Бэби-Бумеров, они же подходят к оценке сайта наиболее критично из всех. Стоит отметить, что наличие дополнительных функций на сайте, таких как возможность оплаты обучения, интерактивные карты, конференц-залы и т.д., более важно для милениалов (поколения Y), чем для более старших поколений [4].

Также в рамках исследования были изучены предпочтения в каналах коммуникации и получения информации среди преподавателей и студентов. Некоторые результаты можно увидеть на Рисунке 1.

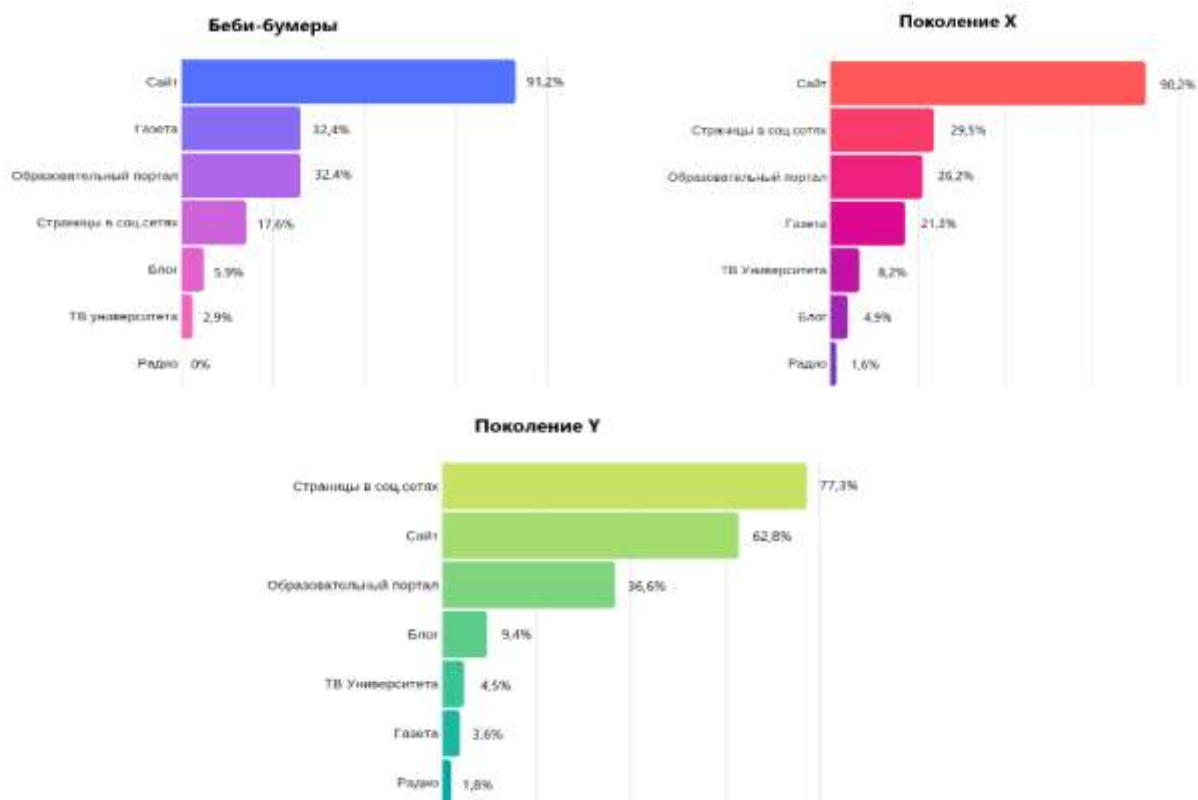


Рисунок 1. Распределение ответов респондентов на вопрос о предпочтительных медиа в разрезе теории поколений, в % (составлено автором)

При анализе ответов на данный вопрос были выявлены базовые отличия в поколенческих предпочтениях. Так, наиболее предпочтительным медиа для абсолютного большинства Бэби-бумеров (91,2%) и Поколения X (90,2%) является сайт университета, в то время как респонденты поколения Y (77,3%) отдают предпочтение страницам в социальных сетях. В равной степени подходят для Бэби-бумеров такие медиа как газеты и образовательный портал, однако страницы в социальных сетях рассматривают как канал коммуникации только 17,6%. Примерно такой же набор медиа сделан и представителями поколения X, однако имеется некоторое отличие в их ранжировании. По результатам опроса респондентов поколения Y в первую пятерку средств медиа, помимо страниц в социальных сетях, входят сайт, образовательный портал, блог и телевидение. Стоит отметить интересный факт, что радио в качестве канала коммуникации выбрали представители поколений X и Y и не выбрали вовсе представители Бэби-Бумеров. По мнению авторов, столь заметный рост интереса к радио среди представителей более молодого поколения может быть вызван популяризацией такого нового вида медиа, как подкаст.

В ответах на вопрос «Есть ли у Вашего университета страницы в социальных сетях и, если есть, как активно они ведутся?» более четверти опрошенных Бэби-бумеров (27%) ожидаемо выразили свою неосведомленность, ответив, что не знают о существовании страниц в социальных сетях и не следят за ними.

По результатам исследования была выявлена разница в подходах к каналам коммуникации в рамках медиа пространства у студентов и преподавателей равно как и у представителей разных поколений. Так, например, представители старших поколений (сумма ответов для представителей поколений Бэби-бумеров и X) в качестве предпочтительных каналов коммуникации выбирают корпоративную почту (66,7%), личную почту (61,5%), личный мобильный телефон (49,6%), образовательный портал (46,2%) и социальные сети (29,1%). Представители поколения Y ранжируют данные каналы

совершенно иначе: личная почта (78%), социальные сети (35%), личный мобильный телефон (31,5%), образовательный портал (23,4%) и корпоративная почта (1,2%).

Современные технические возможности, особенно быстро вошедшие в повседневную и профессиональную жизнь во время пандемии Covid-19, позволяют совершенствовать процесс коммуникации, однако создают при этом риски цифрового межпоколенного разрыва. Кроме основных барьеров на пути его преодоления, таких как недостаток или несовершенство оборудования или обучение представителей старших поколений использованию современных гаджетов, существует ещё труднопреодолимое нежелание самих участников данного процесса принимать и передавать ценности информационного общества в силу их конфликта с системой базовых ценностей, присущих данному поколению. По результатам исследования, пятая часть профессорского состава респондентов (19,3%) придерживается данной позиции, причем большая часть из них — это представители европейских вузов.

В заключение можно сказать, что взаимодействие в образовательном медиа пространстве – это, прежде всего, межпоколенческое взаимодействие. Несмотря на неоспоримую роль уровня информационных компетенций, немаловажное значение имеет поколенческая принадлежность, основывающаяся на определенных ценностных установках и влияющая на выбор каналов коммуникации и оценку роли медиа средств. Исходя из того, что одной из важных задач в образовании и залогом успеха образовательной деятельности является повышение эффективности диалога между обучающим и обучающимся, стоит отметить возрастающую роль горизонтальной коммуникации и взаимного обучения.

Список литературы

1. Земскова, М.С. Формирование эффективной мотивации к трудовой деятельности выпускников ВЛГУ на основе теории поколений. // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2015. - №4 (6). – С.101-109.
2. Кирилина, Т.Ю. Информационные социальные технологии в коммуникации преподавателя и студента // Осознание Культуры - залог обновления общества. Перспективы развития современного общества: Материалы XX Всероссийской научно-практической конференции. – Севастополь, 2019. - С. 255-256.
3. Когтева, У.А. Влияние процесса цифровизации на информационные компетенции участников образовательного процесса до и после пандемии: сравнительный анализ (на примере ГБОУ ВО МО «Технологический университет») / У.А. Когтева // Социально-гуманитарные технологии. 2022. №3 (23). - С.39-46.
4. Когтева, У.А. Восприятие медиапространства университета участниками образовательного процесса в разрезе теории поколений / У.А. Когтева, Е.В. Когтева // Социально-гуманитарные технологии. 2019. № 4 (12). - С. 44-51.