

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-3-85-100
УДК 159.922+159.923.2:316.772.5(045)

Когнитивные и ценностные трансформации современной молодежи в условиях цифровизации

Ю.Е. Овчинникова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется феномен «клипового мышления» как концепта, широко используемого в гуманитарных науках для объяснения негативных тенденций, с которыми сталкиваются более старшие поколения при взаимодействии с молодыми людьми. В частности, преподаватели в вузах отмечают снижение способности к длительной концентрации внимания, социальный цинизм и даже интеллектуальную деградацию молодежи. Несмотря на активное использование термина «клиповое мышление» в российской науке, отсутствует его нейрофизиологическая верификация, что создает пробел в понимании адаптационных механизмов молодого поколения. Также существует представление о некоторых особенностях ценностных ориентаций современной молодежи, которые могут влиять на взаимопонимание между представителями разных поколений. В статье предлагается противопоставить понятию «клиповое мышление» — понятие «цифровое мышление» как способности систематизировать информацию и работать с алгоритмами. Представители поколения Z демонстрируют работу компенсаторных механизмов, обусловленных нейропластичностью. Концепт «клипового мышления» требует пересмотра в пользу модели адаптивной мультифокальности. На основе эмпирических данных были исследованы ценностные профили разных поколений (BB, X, Y, Z) и выявлены специфические черты поколения Z. Ценностный профиль поколения Z характеризуется доминированием гедонизма, достижений и самостоятельности при снижении значимости традиций, что относится к мотивационной направленности «открытость изменениям и самоутверждение». Как показал анализ, личность представителя поколения Z является достаточно прагматичной и практичной. Именно такие качества личности и ценности позволяют добиваться успеха в существующей конкурентной социальной среде и демонстрируют адаптационные стратегии молодежи в условиях «большой неопределенности».

Ключевые слова: клиповое мышление; цифровое мышление; медиамногозадачность; поколение Z; ценностные ориентации; когнитивные функции; цифровизация; информационная нагрузка

Для цитирования: Овчинникова Ю.Е. Когнитивные и ценностные трансформации современной молодежи в условиях цифровизации. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2025;15(3):85-100. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-3-85-100

ORIGINAL PAPER

Cognitive and Value Transformations of Modern Youth in the Context of Digitalization

Yu.E. Ovchinnikova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

ABSTRACT

The article analyzes the phenomenon of “clip thinking” as a concept widely used in the humanities to explain the negative trends that older generations face when interacting with young people. In particular, university professors note a decrease in the ability to concentrate for a long time, social cynicism, and even intellectual degradation of young people. Despite the active use of the term “clip thinking” in Russian science, there is no neurophysiological verification of it, which creates a gap in understanding the adaptive mechanisms of the younger generation. There is also an idea of some features of the value orientations of modern youth that can affect mutual understanding between representatives of different generations. The article proposes to contrast the concept of “clip thinking” with the concept of “digital thinking” as the ability to systematize information and work with algorithms. Representatives of Generation Z demonstrate the work of compensatory mechanisms due to neuroplasticity. The concept of “clip thinking” requires revision in favor of the adaptive multifocality model. Based on empirical data, the value profiles of different generations (BB, X, Y, Z) were studied and specific features of generation Z

were identified. The value profile of generation Z is characterized by the dominance of hedonism, achievements and independence with a decrease in the importance of traditions, which relates to the motivational focus of “openness to change and self-affirmation”. As the analysis showed, the personality of a representative of generation Z is quite pragmatic and practical. It is these personal qualities and values that allow one to achieve success in the existing competitive social environment and demonstrate the adaptation strategies of young people in conditions of “great uncertainty”.

Keywords: clip thinking; digital thinking; media multitasking; generation Z; value orientations; cognitive functions; digitalization; information load

For citation: Ovchinnikova Yu.E. Cognitive and value transformations of modern youth in the context of digitalization. *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2025;15(3):85-100. DOI: 10.26794/2226-7867-2025-15-3-85-100

ВВЕДЕНИЕ

Цифровая трансформация когнитивных процессов и ценностных ориентиров молодежи представляет неоднозначный феномен, сочетающий в себе риски дезадаптации и потенциал эволюционного скачка. Ключевой парадокс современности заключается в противоречии между образовательной системой, основанной на линейных стандартах (ЕГЭ, шаблонные учебные планы), и когнитивным профилем «цифровых аборигенов», требующим нелинейных форматов. Ценностные сдвиги часто трактуются как инфантильность молодого поколения и неспособность решать «важные жизненные задачи». Однако мы иногда забываем факт, что цифровизацию «создали» более старшие поколения, не имевшие собственного опыта пребывания в подобной среде с раннего детства. По сути, сегодня молодое поколение демонстрирует работу адаптивных механизмов, позволяющих приспособиться к этой среде.

Можно сказать, что природа не готовила человеческий мозг к общению с виртуальной реальностью.

Цифровизация трансформирует не только когнитивные процессы, но и ценностные ориентиры молодежи. Поколение Z развивает компенсаторные стратегии, позволяющие адаптироваться к информационной перегрузке, но провоцирующие риски формирования поверхностного мышления, снижения критического анализа.

Ключевая задача гуманитарных наук — учесть нейрокогнитивные особенности «цифровых аборигенов» и сбалансировать развитие системного мышления без подавления их адаптационного потенциала. На этом основании подчеркнем основные задачи исследования:

- 1) выделить когнитивные особенности современного молодого поколения в связи с воздействием цифровизации;
- 2) определить ценностные ориентации молодого поколения в сравнении с другими поколениями;
- 3) определить риски и потенциальные возможности, возникающие в ходе когнитивных и ценностных трансформаций современной молодежи в условиях цифровизации.

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОГНИТИВНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Особое место в современных научных дискуссиях занимает понятие «клиповое мышление». Данная теория разрабатывается в основном отечественными учеными и постепенно превращается в некую универсальную конструкцию, которой пытаются объяснить самые разнообразные негативные явления и процессы. В качестве последствий внедрения клипового мышления рассматривают интеллектуальную деградацию молодежи, падение качества образования, эйджизм, социальный цинизм.

Основные характеристики «клипового мышления»: разрозненность, отсутствие систематичности, недостаточная осмысленность, поверхностный характер усвоения информации, нарушение причинно-следственных связей в письменной и устной речи. С помощью клипового мышления человек воспринимает окружающий мир в виде фрагментарных, коротких, разрозненных порций. Иногда его называют еще дефрагментированным мышлением, когда информация потребляется через визуальные образы. Возникновение «клипового мышления» часто связывают с внедрением огромного потока информации, который человеческому сознанию стало трудно охватывать. При этом поток визуальной информации стал преобладать над вербальным. Раньше в качестве основных носителей информации выступали книги, содержащие в себе определенную структуру и закономерность, благодаря чему складывалась более-менее согласованная картина мира. Сегодня же мир предстает в виде коротких и ярких образов, которые сменяют друг друга с высокой скоростью.

Клиповое мышление и медиамногозадачность

В научной среде наблюдается попытка создания концепции данного феномена [1], идет поиск методологических обоснований с позиций культурологии, психологии, лингвистики и философии [2–6]. Исследователи соотносят существование клипового мышления с развитием цивилизации, которое по-

дразует развитие умения переключаться, чтобы успешно усваивать поступающую информацию, защищать психику от чрезмерной информационной нагрузки.

Однако в науке вопрос о существовании клипового мышления дискуссионен. Одним из первых о клиповой культуре и клиповом мышлении стал говорить А. Тоффлер. По его словам, современный человек не получает готовую ментальную модель и вынужден все время ее формировать и переформировывать. С одной стороны, это тяжелая ноша, однако, в то же время, она ведет к развитию индивидуальности, «демассификации» личности и культуры. Кто-то ломается под этим давлением, отступает, испытывая гнев или апатию. А кто-то постоянно растет, формирует себя, становится более грамотным человеком, способным работать на качественно ином уровне [7]. Таким образом, речь идет не о клиповом мышлении, а о клиповой культуре, зародившейся из разнообразных потоков информации, поступающих от современных медиа. Для ее восприятия достаточно фиксировать некие фрагменты информации, между которыми, как правило, отсутствует логическая связь. Параллельно с этим мы можем говорить о возникновении цифрового мышления, кардинальным образом отличающегося от клипового.

Цифровое мышление позволяет выявить и систематизировать алгоритмы информации, упорядочить и найти логику. Таким образом, нельзя сводить мышление «цифровых аборигенов» только лишь к клиповому. Очевидно, что среди современных молодых людей встречаются обладатели как «клипового», так и «цифрового мышления». Основное отличие заключается в том, что у «клиповиков» мышление *мультиканально*, а у «цифровиков» *многозадачно* и способно одновременно работать с разной информацией, а не просто перескакивать с одного на другое [8]. Дискуссия исследователей в гуманитарных науках сводится к обсуждению клипового и цифрового мышления на феноменологическом уровне. Однако интересно обратиться к опыту специалистов в области нейропсихологии и психофизиологии, которые изучают изменение когнитивных функций под воздействием цифровых технологий [9]. Молодое поколение «цифровых аборигенов» выросло в окружении интернет-технологии, которая стремится к большей мощности и, одновременно, компактности.

Нейрофизиологи из Принстонского университета обнаружили, что мозг задействует разные области при реагировании на краткосрочные и долгосрочные вознаграждения. Когда принимаются решения,

мгновенно удовлетворяющие наши потребности, активируется эмоциональный центр мозга, находящийся в лимбической системе. Если вознаграждение отложено во времени и ожидается в будущем, то происходит активизация в мозговых центрах логики в лобной доле и теменной.

Молодое высокотехнологичное поколение часто находит обычное телевидение слишком вялым и скучным. Молодые люди сегодня тратят на отдых гораздо меньше времени, чем когда-либо прежде. Их привлекает медиамногозадачность и постоянная стимуляция. Они стремятся делать несколько дел одновременно, например, делать домашнее задание, переписываться с друзьями и загружать музыку. Но исследования показывают, что слишком высокая многозадачность может привести не только к увеличению стресса и дефицита внимания, а также к снижению производительности труда и личной эффективности. Одновременное выполнение задач приводит к поверхностному представлению и не позволяет глубоко освоить материал [10].

Интернет имеет беспрецедентный потенциал для захвата внимания и это, в первую очередь, ощущают работники сферы образования. Большинство учителей подтверждают, что цифровые технологии создают легко отвлекаемое поколение. Новый термин «медиамногозадачность», появившийся с развитием интернета, подразумевает, что внимание постоянно переключается на гиперссылки, уведомления, подсказки, побуждающие взаимодействовать с ними одновременно.

Исследования медиамногозадачности и ее влияние на когнитивные способности

Е. Ophir и соавторы исследовали влияние медиамногозадачности на когнитивные способности. При сравнении когнитивных тестов двух групп испытуемых доказано, что постоянно пребывающие в режиме медиамногозадачности имеют более низкие показатели в тестах переключения задач, чем люди, избегающие такой практики. Плохие результаты первой группы обусловлены повышенной отвлекаемостью и низкой концентрацией внимания [11].

Есть и психологические исследования изменений когнитивных функций под воздействием интернета. Г.У. Солдатовой проведено исследование когнитивного развития старших подростков — представителей поколения Z и зафиксирована зависимость от пользовательской активности. Так, подростки со средней пользовательской активностью показали более высокую продуктивность при выполнении некоторых нейропсихологических методик. Они

лучше выполняют счетные операции в уме, меньше других допускают ошибки при запоминании двух групп слов и быстрее реагируют в *тесте Точки* (проективная методика Точки), демонстрируют лучшие результаты, воспроизводя запоминаемые фигуры.

Интересным представляется тот факт, что были обнаружены различия в результатах нейропсихологических методик у мальчиков и девочек с различной пользовательской активностью. Мальчики с самой низкой и самой высокой пользовательской активностью лучше выполняли серийный счет в то время, как девочки в крайних группах по пользовательской активности показали самые плохие результаты. Лучшие показатели серийного счета наблюдались у девочек со средней пользовательской активностью. В результатах некоторых методик (составление рассказа, объем слухоречевой памяти, отсроченное воспроизведение слов) у девочек при возрастании пользовательской активности падала продуктивность. У мальчиков с возрастанием пользовательской активности продуктивность становилась, наоборот, лучше [12].

В другом исследовании показана связь медианногозадачности с когнитивными функциями. При выборе в квазиэксперименте более однозадачной стратегии, предполагающей последовательное и внимательное выполнение заданных инструкцией шагов эксперимента, наблюдались более высокие показатели исполнительных функций. У однозадачников зафиксировано меньшее количество ошибок, связанное с оттормаживанием неадекватного ответа. Такое поведение может быть связано с низким уровнем импульсивности. Данный вывод согласуется и с исследованиями других авторов, связывающих медианногозадачность подростков с недостаточным когнитивным контролем и повышенным уровнем импульсивности, влияющим на исполнительные функции [13].

Таким образом, исследования показывают, что представители поколения Z демонстрируют работу компенсаторных механизмов, обусловленных нейропластичностью. Снижение глубины запоминания нивелируется развитием алгоритмического мышления. Однако цена этой адаптации — повышение импульсивности, дефицит долгосрочного планирования, эмоциональное выгорание от многозадачности.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

Переходя к рассмотрению вопроса о ценностях поколения Z, следует отметить, что категория «ценностей» является одной из наиболее сложных в психологии, так как представлена одновременно

как мотивационными, так и когнитивными компонентами. Ценности человека формируются под воздействием культуры, определяющей способ отбора информации в процессе общения, выбор стратегий и стилей разрешения конфликтов, характеристики социальных отношений.

Психологические исследования ценностей современной молодежи показывают, что современные поколения выделяют в качестве базовых — ценности личной жизни (здоровье, семья, друзья, любовь). В это же время духовные и социальные ценности (общественное признание, творчество, активная деятельная жизнь, красота природы) не находят значимого отклика. При сравнительном анализе результатов ответы представителей одинаковых возрастных групп 17-летних, но опрошенных в 2005 и 2017 гг. (то есть те, кто сейчас относится к поколениям Y и Z), говорят о различиях в значимых ценностях. У представителей поколения Z снизилась значимость ценности здоровья (с 74,4 до 54,8%), выросла значимость «счастливой семейной жизни» (с 41,9% до 53,7%). Однако исследователи прогнозируют дальнейшее изменение ценностных ориентаций в сторону социальных ценностей (карьеры и благосостояния) по мере взросления поколения [14].

Что касается мотивов и стремлений, то поколение Z, по сравнению с предыдущими, не строит планов об изменении мира. Для современных молодых людей главное — обрести счастье в личной жизни, не быть бедным, но при этом статус не так важен. Гораздо важнее избежать риска. Многие предпочитают работу на себя и уже сегодня зарабатывают деньги в интернете. Частый уход в компьютерную реальность также рассматривается как эскапизм или бегство от проблем. Самая большая проблема подрастающего поколения — инфантилизм и нежелание брать на себя ответственность при решении жизненных проблем. Если раньше границей перехода от детства к взрослости было окончание школы и поступление в ВУЗ, то сейчас детство растягивается и на студенческие годы. Этому способствуют и родители, всячески опекающие и защищающие от столкновения с реальными жизненными проблемами людей, перешагнувших 18-летний рубеж.

Завышенная самооценка и внешний локус контроля — еще одна особенность представителей поколения Z. Иными словами, присутствует постоянное ожидание похвалы со стороны других (в частности, родителей и преподавателей). Молодые люди тяжело реагируют на критику, боятся неудач, и их мотивация характеризуется стремлением избежать

неуспеха. Помимо этого, присутствуют и другие ярко выраженные страхи, такие как страх одиночества, страх не соответствовать собственным ожиданиям и ожиданиям других значимых людей. Выражено стремление получить как можно больше положительных эмоций, присутствует гедонизм (ориентация на удовольствия) [15]. Современные молодые люди хотят иметь сразу высокооплачиваемую должность, долгий путь по карьерной лестнице не представляется им интересным.

Если говорить о положительных моментах, то большинство представителей поколения Z проявляют интерес к сфере высоких технологий, имеют интересы в области биомедицины, робототехнологии, кибернетики, технических и компьютерных наук, гуманитарных технологий. Они легко готовы переходить из одной сферы профессиональной деятельности в другую, проходить обучение и переучиваться, повышать квалификацию. Отсутствует долгосрочное планирование не только в карьере, но и в личной жизни. Но все эти характеристики свидетельствуют о том, что представители поколения Z приспособлены жить в эпоху «большой неопределенности».

Есть мнение, что образование для современных подростков является чем-то обязательным, но не совсем понятным в применении. Во многом это произошло вследствие введения ФГОСов и ЕГЭ. Присутствует «мировоззренческая запутанность», возникшая вследствие противоречивых установок.

Присутствует свобода в выборе индивидуальных образовательных маршрутов, подкрепляемая возможностью использовать важную и интересную информацию в интернете. Одновременно с этим ЕГЭ выступает жестким ограничителем в смене интересов. Шаблонные экзамены противоречат постулату о важности разностороннего мышления.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖИ В СРАВНЕНИИ С ДРУГИМИ ПОКОЛЕНИЯМИ

В нашем исследовании предпринята попытка сопоставить ценности различных поколений, живущих сегодня, а также ценности одинаковых возрастных групп молодых людей, но измеренные в разные годы. Это позволило сделать предположение об отличиях в ценностях разных поколений, связанных с возрастными особенностями, а также выявить ценности, присущие именно молодому поколению и отличающие его от других. Выборка составила 386 человек: представители разных поколений россиян в возрасте от 12 до 74 лет. В качестве методики была использована концепция измерения ценностей Ш. Шварца.

Сопоставим данные, полученные в ходе опроса четырех поколений:

BB (baby boom) — поколение, родившееся в 1946–1968 гг.

X — поколение периода 1969–1984 гг.

Y — поколение 1985–1999 гг.

Z — родившиеся в 2000–2008 гг.

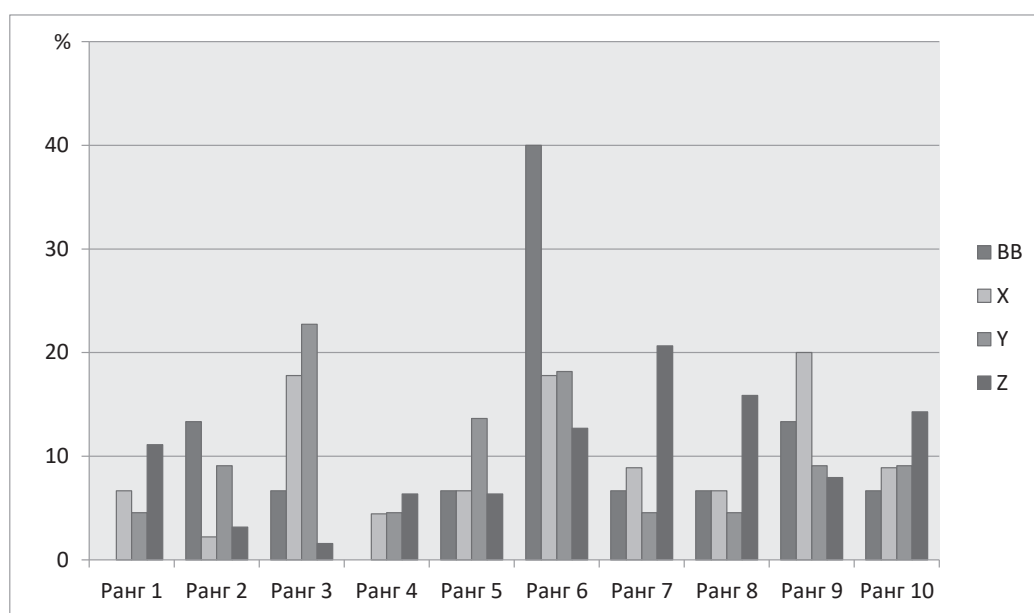


Рис. 1 / Fig. 1. Распределение по рангам показателей ценности «конформность» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Ranking of the “conformity” value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

Вначале рассмотрим сравнительные результаты по ценности «конформность» у всех поколений (рис. 1).

Как видно на рис. 1, ценность «конформность» у всех поколений не является ведущей. Однако если сравнивать показатели по первому рангу, то она больше выражена у представителей поколений Y и Z. Определяющей мотивационной направленностью ценности этого типа является сдерживание

склонностей, имеющих негативные социальные последствия. Приоритетом считается самодисциплина, послушание и вежливость.

Теперь перейдем к рассмотрению сравнительных результатов по ценности «традиции» у всех поколений (рис. 2).

Как можно увидеть, у представителей поколения Z ценность традиций в большей степени занимает

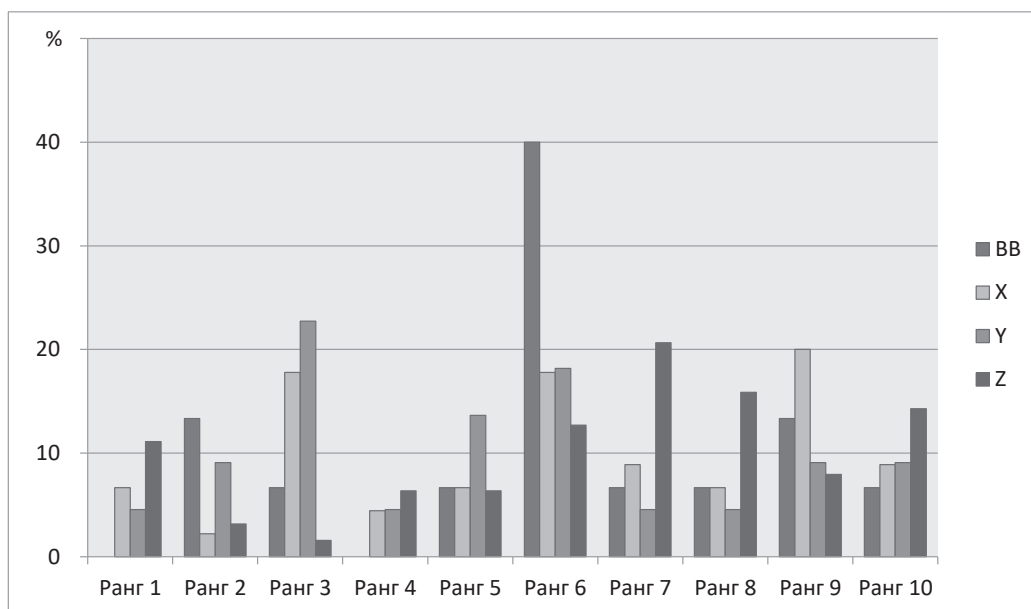


Рис. 2 / Fig. 2. Распределение по рангам показателей ценности «традиции» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the “tradition” value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

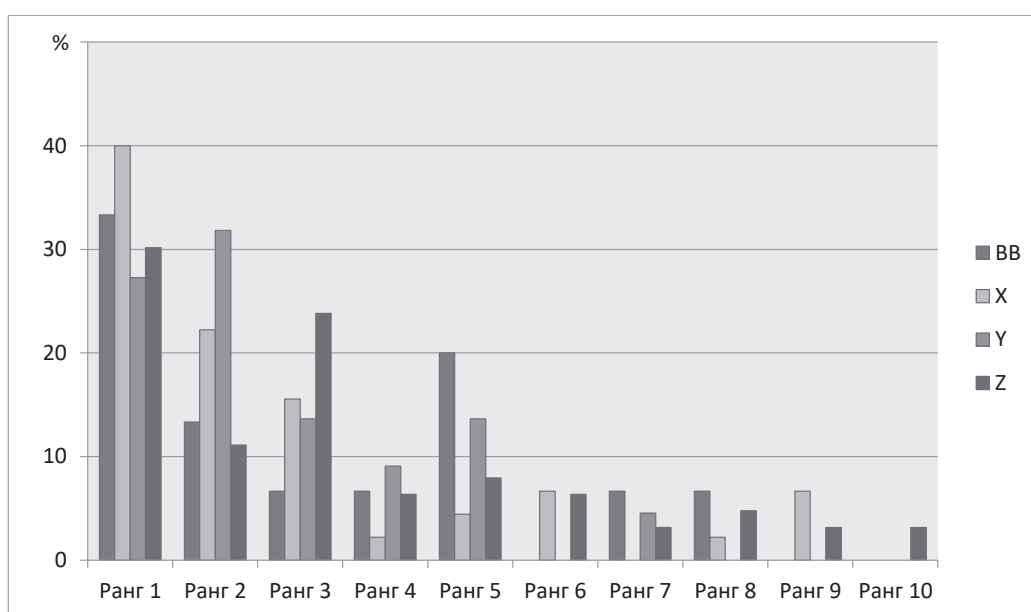


Рис. 3 / Fig. 3. Распределение по рангам показателей ценности «добродота» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the value indicators “kindness” among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

средние и нижние ранговые значения. Данная ценность характеризуется традиционными способами поведения как символом групповой сплоченности, выражая единые цели и гарантию выживания. Чаще всего традиции присутствуют в форме верований и религиозных обрядов, принятии обычаев и идей. Для молодого поколения данная ценность на фоне других не является значимой.

Теперь перейдем к рассмотрению сравнительных результатов по ценности «доброта» у всех поколений (рис. 3).

Как видно на рис. 3, для всех поколений характерны высокие значения рангов по ценности «доброта». В основе данного типа ценностей лежит просоциальная направленность, доброжелательность и потребность в теплом взаимодействии с близкими людьми.

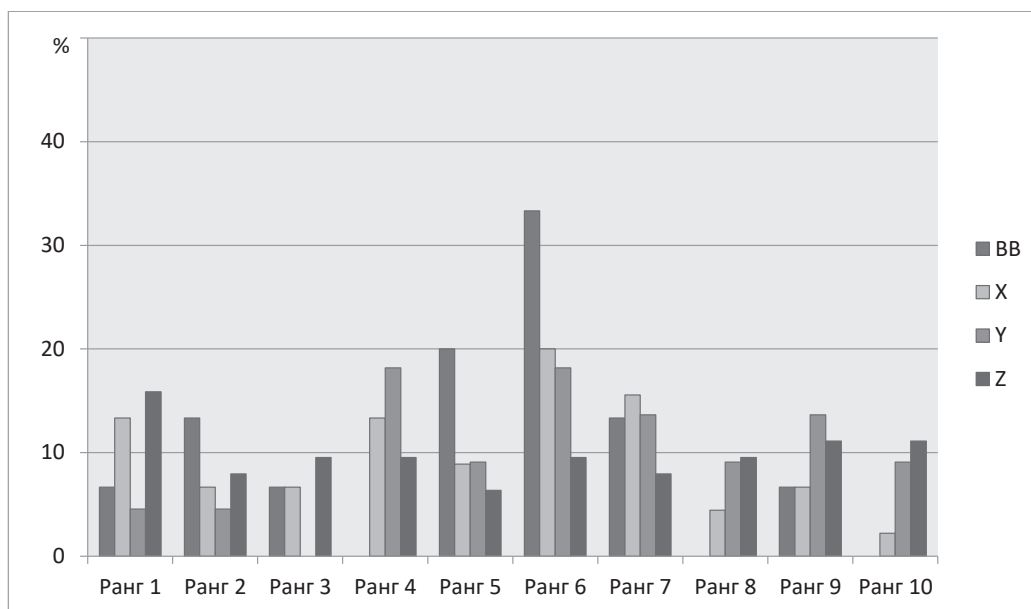


Рис. 4 / Fig. 4. Распределение по рангам показателей ценности «универсализм» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution by ranks of the value indicators “universalism” among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

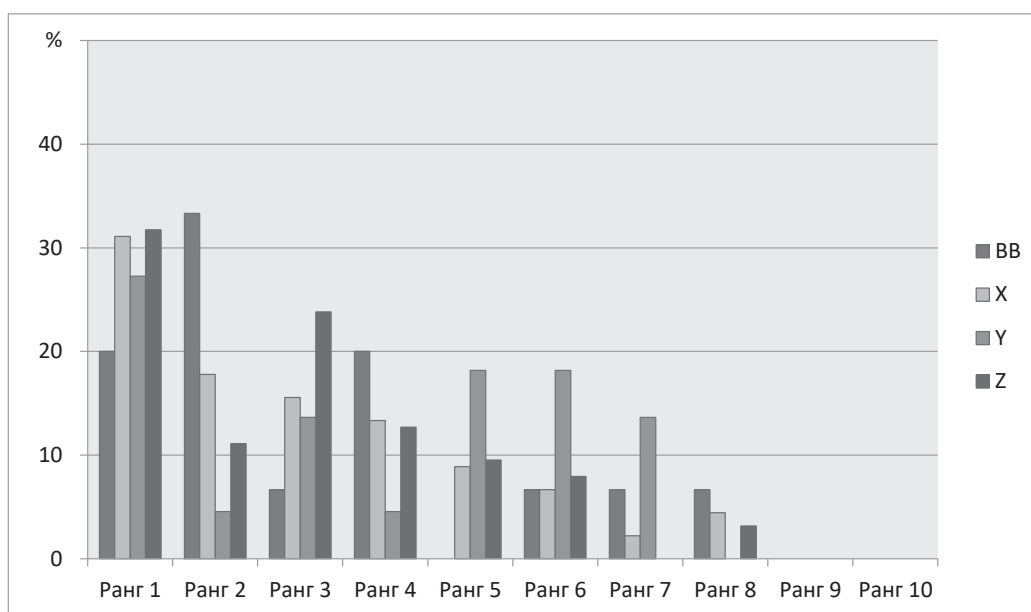


Рис. 5 / Fig. 5. Распределение по рангам показателей ценности «самостоятельность» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the “independence” value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

Ядром данной ценности также является потребность в принятии значимой группой. При высоких рангах по данной ценности основной мотивационной целью выделяется желание сохранить благополучие людей, с которыми человек непосредственно контактирует.

Далее рассмотрим сравнительные результаты по ценности «универсализм» у всех поколений (рис. 4).

Показатели по ценности «универсализм» оказались равномерно распределены у представителей всех поколений. Можно предположить, что значимых различий в стремлении защищать благополучие людей и природы на уровне поколений не наблюдается и эта мотивационная цель является в большей степени индивидуальной.

Теперь перейдем к рассмотрению сравнительных результатов по ценности «самостоятельность» у всех поколений (рис. 5).

Определяющей целью данного типа ценностей является самостоятельность мышления, творчества, выбора способов действия. Данная ценность является производной от потребностей в независимости и автономности. Как видно на рис. 5, у всех поколений имеются высокие значения рангов по данной ценности, для всех она является значимой.

Рассмотрим сравнительные результаты по ценности «стимуляция» у всех поколений (рис. 6). Данный тип ценностей имеет в основе организменную потребность в глубоких переживаниях и разнообразии, стремление к новизне, чтобы поддерживать оптимальный уровень активности.

Как видно на рис. 6, у представителей поколения Z наблюдаются как высокие, так и низкие значения рангов по ценности «стимуляция». И, в целом, показатели не сильно отличаются от значений у других поколений.

Теперь перейдем к рассмотрению сравнительных результатов по ценности «гедонизм» у всех поколений (рис. 7).

Мотивационной целью типа ценностей «гедонизм» является наслаждение жизнью и получение чувственных удовольствий. У представителей поколения Z наблюдаются более высокие показатели рангов по данной ценности. У поколений BB, X, Y мы видим большую выраженность в низких рангах по ценности «гедонизм», что может свидетельствовать о меньшем значении данной ценности для старших поколений.

Теперь перейдем к рассмотрению сравнительных результатов по ценности «достижения» у всех поколений (рис. 8).

Основной целью данного типа ценностей является личный успех, проявляющийся в компетентности.

Соответствие доминирующим культурным стандартам является социально одобряемым и служит мерилем достижений. У представителей поколения Z наблюдаются высокие показатели по рангам в рамках данной ценности.

Рассмотрим сравнительные результаты по ценности «власть» у всех поколений (рис. 9).

Основной целью данного типа ценностей является достижение престижа и социального статуса, контроль и доминирование над людьми в рамках целой социальной системы. Проявление ценности выражается в общественном признании, социальной власти, авторитете, богатстве. На рис. 9 мы можем увидеть, что для всех поколений ценность власти не является значимой, при этом представители поколения Z имеют высокие ранги по данной ценности.

Теперь перейдем к рассмотрению сравнительных результатов по ценности «безопасность» у всех поколений (рис. 10).

Мотивационной целью данной ценности является стабильность общества, безопасность для себя и других людей, гармония, стабильность взаимоотношений. Ценность безопасности неразрывно связана с социальным порядком, взаимным расположением, взаимопомощью, чувством принадлежности и здоровьем. Как видно на рис. 10, данная ценность является значимой для представителей всех поколений.

На основе проведенного качественного сравнительного анализа рангов ценностей разных поколений мы увидели, что поколение Z несколько выделяется на фоне других. Так, по сравнению с другими, для поколения Z менее значимой является ценность традиций, а более высокое значение имеют ценности достижений и гедонизма. Однако, чтобы более точно определить, являются ли различия в ценностях между поколениями значимыми, необходимо прибегнуть к средствам математической статистики. Для этого проведем сравнение средних показателей по рангам ценностей всех поколений (табл. 1).

Результаты статистической обработки данных при помощи H-критерия Краскела–Уоллеса подтвердили сделанный ранее вывод о том, что для представителей поколения Z ценность гедонизма является более значимой ($H = 9,807$; $p = 0,02$), чем для представителей других поколений.

Теперь попробуем сопоставить полученные результаты и представить ценности всех поколений в виде модели. Ш. Шварц утверждал, что ценностные типы находятся в динамических отношениях и действия, которые совершаются в соответствии с каждым типом ценностей, могут иметь социальные, психологические и практические последствия,

которые вступают в конфликт или, наоборот, совместимы между собой. Например, ценности доброты могут вступать в конфликт с ценностями достижения, то есть стремление к личному успеху противоречит повышению благополучия других. На *рис. 11* представлена модель отношений между десятью мотивационными типами ценностей, выделенными Ш. Шварцем.

Согласно представленной модели ценностей представим графически средние показатели по рангам ценностей у представителей разных поколений, полученные в ходе нашего исследования (*рис. 12*).

Как видно из *рис. 12*, у представителей поколения Z наиболее выраженными, в том числе и по сравнению с другими поколениями, являются ценности гедонизма, достижений, стимуляции

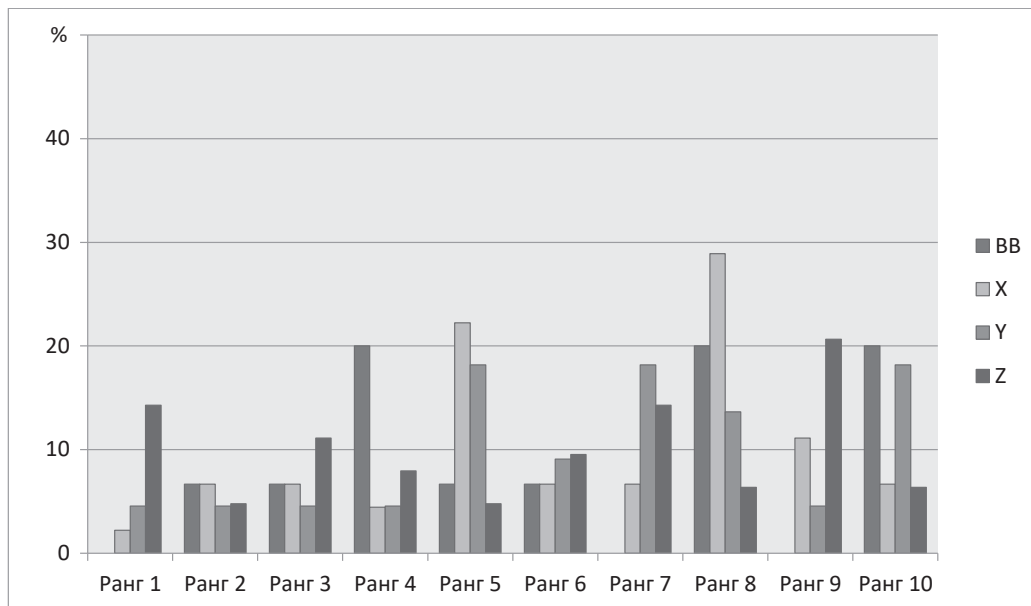


Рис. 6 / Fig. 6. Распределение по рангам показателей ценности «стимуляция» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the “stimulation” value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

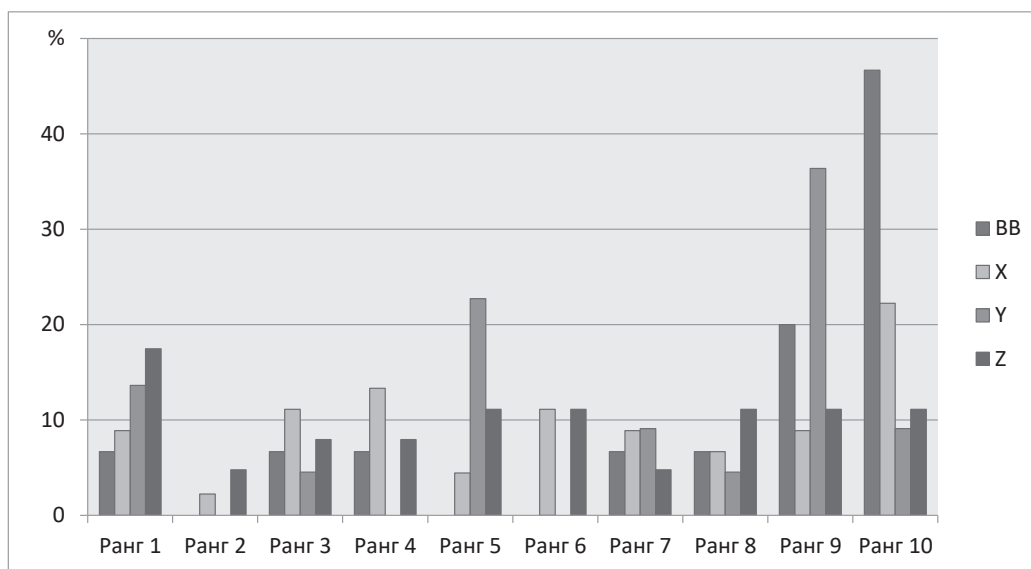


Рис. 7 / Fig. 7. Распределение по рангам показателей ценности «гедонизм» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the “hedonism” value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

и самостоятельности, что относится к мотивационной направленности — открытость изменениям и самоутверждение. То есть ценностные ориентации современных молодых людей являются вполне совместимыми между собой и основаны на потребностях в автономности и независимости, стремлении к новизне, разнообразию и глубоким переживаниям,

получении наслаждения и удовольствия от жизни, достижении личного успеха.

Для того чтобы понять, полученные результаты связаны с возрастными особенностями респондентов или данные характеристики действительно присущи поколению Z, проведем еще один анализ. Для этого используем результаты методики Ш. Шварца,

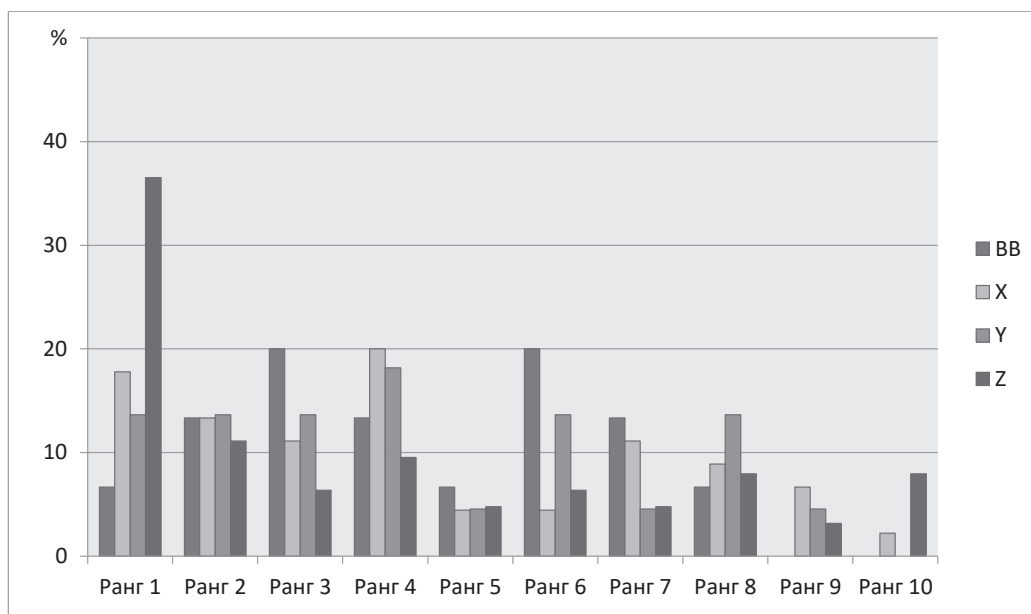


Рис. 8 / Fig. 8. Распределение по рангам показателей ценности «достижения» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the "achievement" value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

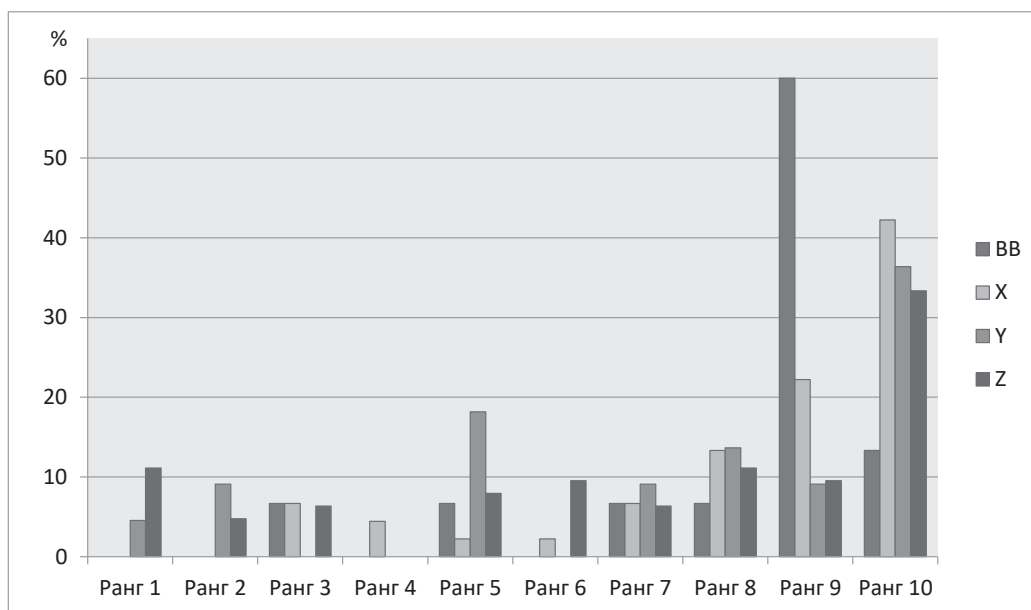


Рис. 9 / Fig. 9. Распределение по рангам показателей ценности «власть» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the value indicators "power" among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

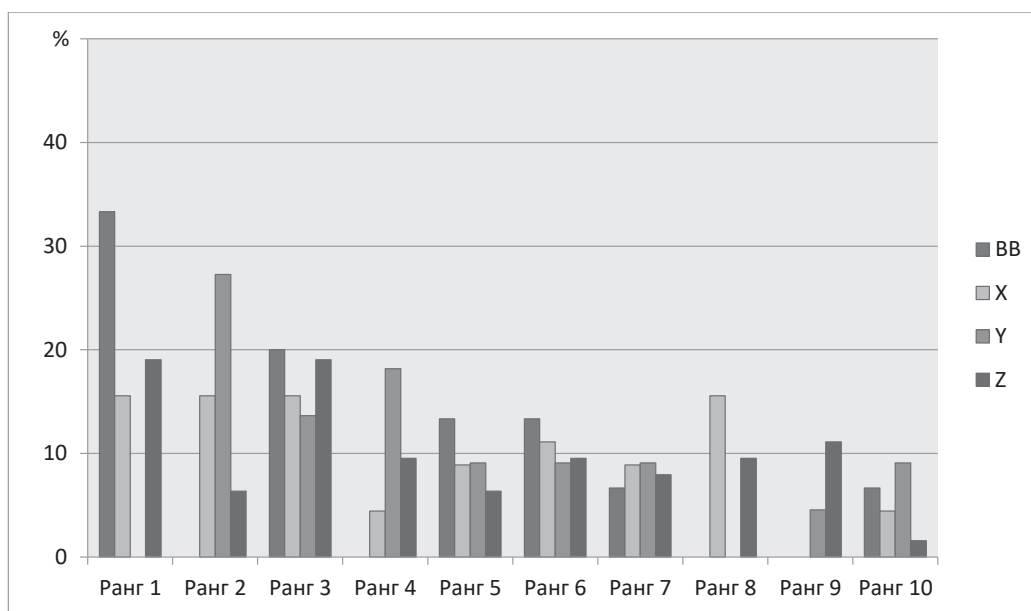


Рис. 10 / Fig. 10. Распределение по рангам показателей ценности «безопасность» у представителей поколений BB, X, Y, Z / Distribution of ranks of the “safety” value indicators among representatives of generations BB, X, Y, Z

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

Таблица 1 / Table 1

Сравнение средних показателей по рангам ценностей у представителей разных поколений (эмпирические значения Н-критерия Краскела-Уоллеса) / Comparison of average values by ranks of values among representatives of different generations (empirical values of the Kruskal-Wallis H-criterion)

Ценность / The value of human quality	Поколение / Generation				Показатель/Indicator	
	BB	X	Y	Z	Statistic	p-Val_star
Конформность	5,467	6,067	5,227	5,063	4,062	0,255
Традиции	6,067	6,067	5,273	6,413	3,58	0,311
Доброта	3,2	2,8	2,682	3,476	2,932	0,402
Универсализм	4,867	5,111	6,227	5,429	2,896	0,408
Самостоятельность	3,067	3,022	3,909	2,968	3,168	0,366
Стимуляция	6,533	6,289	6,5	5,698	1,682	0,641
Гедонизм	8	6,267	6,591	5,492	9,807	0,02*
Достижения	4,467	4,378	4,409	3,905	2,643	0,45
Власть	8,267	8,378	7,273	6,889	5,331	0,149
Безопасность	3,8	4,533	4,636	4,635	1,359	0,715

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

Примечание / Note: *— $p \leq 0,05$.

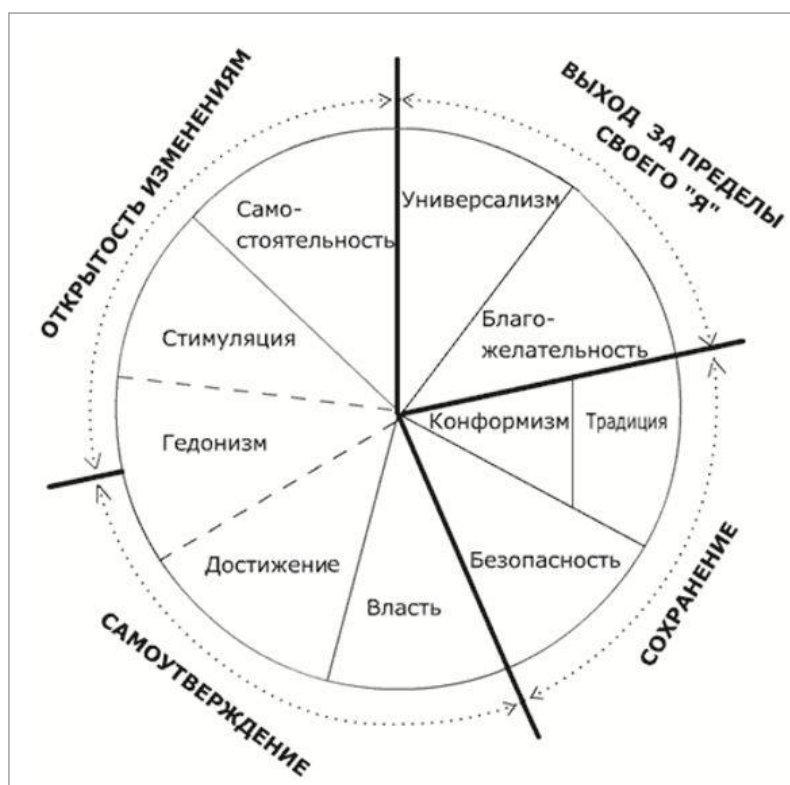


Рис. 11 / Fig. 11. Теоретическая модель отношений между десятью мотивационными типами ценностей (по Ш. Шварцу) / Theoretical model of relationships between ten motivational types of values (according to S. Schwartz)

Источник/Source: Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство [16] / Karandashev V.N. Schwartz's Methodology for Studying Personal Values: Concept and Methodological Guide [16]

полученные в 2014 г. на выборке 20-летних людей, которые являются представителями поколения Y, и сравним с результатами сегодняшних 20-летних людей, являющихся представителями поколения Z. В табл. 2 представлены результаты статистического анализа значений ценностей у данных групп.

Как видно из табл. 2, при сравнении ценности поколений Y и Z в одинаковом возрастном периоде наблюдаются значимые различия. Так, у представителей поколения Z более выражены ценности доброты ($t = 2,863$; $p = 0,005$), универсализма ($t = 2,581$; $p = 0,011$), самостоятельности ($t = 4,128$; $p = 0,000$), стимуляции ($t = 2,507$; $p = 0,014$). В то же время некоторые ценности у представителей поколения Z являются менее выраженными, а именно гедонизма ($t = -2,059$; $p = 0,042$) и власти ($t = -2,42$; $p = 0,017$).

Полученные данные являются несколько противоречивыми. В зависимости от эталона для сравнения мы видим разный портрет современных молодых людей. Ценности самостоятельности и стимуляции выделяются у поколения Z как при сравнении с другими поколениями, так и при сравнении с предыдущим поколением в том же

возрастном периоде. У представителей поколения Z значимо выше ценности гедонизма, вследствие чего на фоне других поколений молодые люди представляются более склонными к чувственным наслаждениям и удовольствиям. При этом предыдущее поколение Y в этом возрасте демонстрировало еще более высокий показатель гедонизма. Однозначно можно утверждать лишь то, что формирование ценностей современной личности идет в процессе адаптации к условиям жизни.

ВЫВОДЫ

Таким образом, представители поколения Z развиваются действительно в новых условиях, опосредованных внедрением цифровых технологий. Цифровой мир подразумевает множество цифровых пространств, трансформацию и ускоренное протекание различных форматов деятельности и, как следствие, широкое распространение стратегии медиамногозадачности. Как показал анализ литературы, данные условия оказывают влияние на когнитивные процессы как в позитивном, так и в негативном ключе. Выбор стратегии однозадачности или многозадачности, преобладание

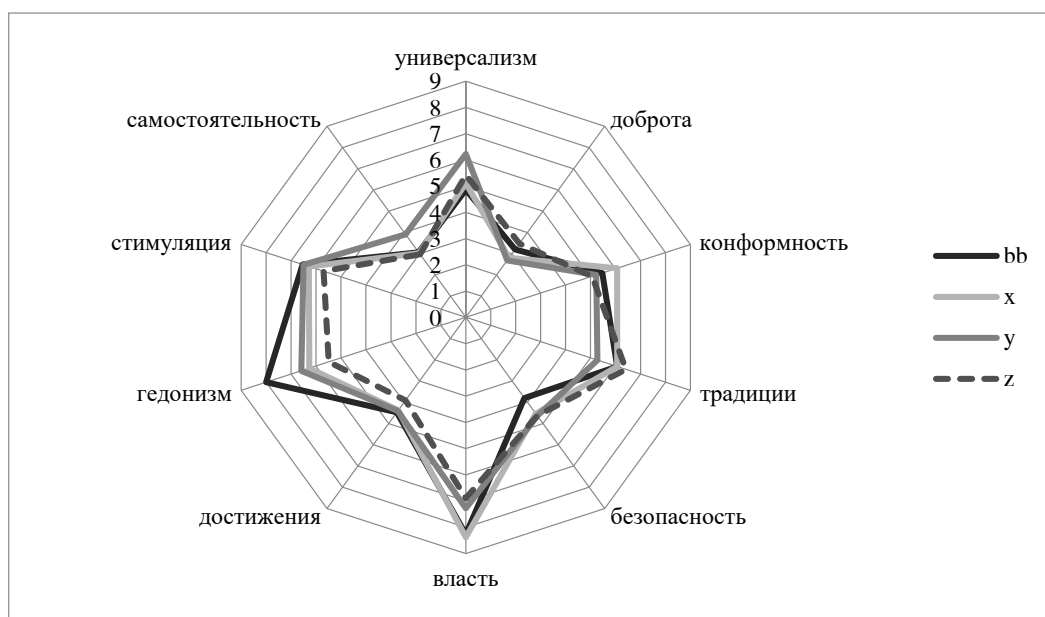


Рис. 12 / Fig. 12. Соотношение ценностей у представителей разных поколений BB, X, Y, Z (ближе к центру наиболее выраженные ценности) / The ratio of values among representatives of different generations BB, X, Y, Z (the most pronounced values are closer to the center)

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

Таблица 2 / Table 2

Сравнение средних показателей по рангам ценностей у представителей поколений Y и Z в возрасте 20 лет (эмпирические значения t-критерия Стьюдента)/ Comparison of average values by ranks of values among representatives of generations Y and Z at the age of 20 (empirical values of Student's t-test)

Ценность / Name	Поколение / Generations		Student's t-test	
	Mean_Y	Mean_Z	t	P-Value_star
Конформность	5,288±2,617	5,063±2,663	0,533	0,595
Традиции	7,173±2,707	6,413±2,745	1,744	0,084
Доброта	4,625±2,438	3,476±2,558	2,863	0,005**
Универсализм	6,644±2,666	5,429±3,109	2,581	0,011*
Самостоятельность	4,279±2,188	2,968±1,858	4,128	0
Стимуляция	6,798±2,261	5,698±3,003	2,507	0,014*
Гедонизм	4,519±2,762	5,492±3,074	-2,059	0,042*
Достижения	4,49±2,516	3,905±3,068	1,277	0,204
Власть	5,721±2,696	6,889±3,203	-2,42	0,017*
Безопасность	4,788±2,305	4,635±2,813	0,365	0,716

Источник/Source: составлено автором / Compiled by the author.

Примечание / Note: *— $p \leq 0,05$; ** — $p \leq 0,01$

клипового или цифрового мышления связано также с другими психическими свойствами (например, импульсивностью). В целом же, высокий уровень использования интернета влияет на структуру, функции мозга и когнитивное развитие.

Многие представители поколения Z, которые постоянно пребывают в условиях медиамногозадачности, имеют проблему дефицита внимания, долгосрочного запоминания, не чувствуют четкой границы между собственными способностями и возможностями интернета. При этом, если сравнить «тяжелых» многозадачников с теми, кто привык действовать последовательно, можно выделить и некоторые преимущества. Так, многозадачники быстрее и эффективнее вникают в суть проблемы, решают несколько задач одновременно и рационально распределяют свое время. Недостатками их деятельности является поверхностный стиль работы, повышенная вероятность возникновения ошибок и быстрое утомление. Те, кто предпочитает сосредотачиваться на решении одной задачи, более детально анализирует конкретную проблему, что повышает качество работы. Но при последовательном решении текущих задач увеличивается время на их выполнение, что может помешать, например, с ситуации ограничения времени.

Как показал анализ, личность представителя поколения Z является достаточно прагматичной и практичной. Именно такие качества личности и ценности позволяют добиваться успеха в существующей конкурентной социальной среде.

Современные условия формирования личности создают акцент на социальной активности, целеустремленности, предприимчивости, максимальных достижениях в труде и личном успехе, значимости богатства, рациональном и прагматическом подходе к жизни, способности находить оптимальные решения в нестандартных условиях, ориентации на собственные силы. Данные личностные качества способствуют достижению материального успеха, но зачастую могут вступать в противоречие с нормами и ценностями общества, противоречить многовековым духовным традициям российского общества.

Основной современной проблемой формирования нравственного сознания является переориентация сознания молодого поколения в сторону нравственного идеала, который дополнен инициативой, деловой активностью, трудолюбием, стремлением к профессиональному и интеллектуальному росту. Необходим синтез исследований в психологии, нейронауках и педагогике для разработки инструментов, сочетающих цифровые возможности с глубокой познавательной деятельностью. Поколение Z не деградирует, а адаптируется к антропогенной среде, которую создали предыдущие поколения. Задача современной науки не диагностировать «ущербность» мышления молодежи, а перестроить институты образования и социализации под новые когнитивные реалии, минимизируя риски и максимизируя потенциал цифровой эпохи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Исаева А. Н., Малахова С. А. «Клиповое мышление»: психологические дефициты и альтернативы (пространственный фокус). *Мир психологии*. 2015;4:177–191. URL: <https://elibrary.ru/vkaoyz>
2. Базылев Я. С. Особенности когнитивных процессов поколений: X, Y, Z, Alpha. *Общество: социология, психология, педагогика*. 2024;10:64–69. DOI: 10.24158/spp.2024.10.8
3. Березовская И. П. Проблема методологического обоснования концепта «клиповое мышление». *Философия и культурологические исследования*. 2015;2(220):133–138. DOI: 10.5862/JHSS.220.15
4. Алигаева Н. Н. Клиповое мышление современных обучающихся: миф или реальность. Язык и личность: социокультурные и психологические трансформации. Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 15–16 декабря 2023 года. Москва: Агентство социально-гуманитарных технологий; 2023:172–174. URL: <https://elibrary.ru/fcsoos>
5. Логинов Д. В. Короткий контент — длинные последствия: ответственность в эпоху клипового мышления. *Социальные коммуникации: наука, образование, профессия*. 2025;25:131–135. URL: <https://elibrary.ru/ynyemi>
6. Тюгашев Е. А. Клиповое мышление — современная форма нульмерного мышления. *Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Философия*. 2025;7(1):91–101. URL: <https://elibrary.ru/jekvfy>
7. Тоффлер Э. Третья волна. Москва: «Издательство АСТ»; 1999. 261 с. URL: <https://djvu.online/file/RtaWs9SiASoiE?ysclid=md5w4qgqqd683289378>
8. Яркова Е. Н. Теория клипового мышления или эскиз картины регресса человеческого разума. *Дискурс-Пи*. 2019;2(35):77–85. DOI: 10.17506/dipi.2019.35.2.7785

9. Himi S.A., Volberg G., Bühner M., Hilbert S. Individual differences in everyday multitasking behavior and its relation to cognition and personality. *Psychological Research*. 2023;87(3):655–685. DOI: 10.1007/s00426–022–01700-z
10. Емелин В.А. Солдатова Г.У. Феномен многозадачности в контексте культурно-исторических трансформаций и растущей сложности в информационном обществе. *Вестник Московского университета. Серия 14: Психология*. 2021;3:4–22. DOI: 10.11621/vsp.2021.03.01
11. Ophir E., Nass C., Wagner A.D. Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2009;106(37):15583–15587. DOI: 10.1073/pnas.0903620106
12. Солдатова Г.У., Алексеева Е.А. Когнитивная сложность как фактор дифференциации онлайн и офлайн-пространств. Подросток в мегаполисе. Сборник трудов XVII Международной научно-практической конференции, Москва, 09–10 апреля 2024 года. Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»; 2024:139–142. URL: <https://elibrary.ru/doyzsq>
13. Рассказова Е.И., Солдатова Г.У. Психологические и цифровые факторы отношения студентов к многозадачности. *Образование и наука*. 2023;25(4):211–232. DOI: 10.17853/1994–5639–2023–4–211–232
14. Байков Н.М. Миллениалы и центениалы в региональном социуме: ценностно-мотивационные аспекты. В сборнике: Молодёжь Востока России: история и современность. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. 2019;77–84. URL: <https://elibrary.ru/kxatjj>
15. Каримова В.Г. Стратегии поведения в конфликте и эмоциональная зрелость студентов педагогического вуза: определение взаимосвязей. *Science for education today*. 2022;12(6):55–78. DOI:10.15293/2658–6762.2206.03
16. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. Санкт-Петербург: Речь; 2004:31. URL: <https://libcats.org/book/770143?ysclid=md60omuvlx29221630>

REFERENCES

1. Isaeva A.N., Malakhova S.A. “Clip thinking”: Psychological deficits and alternatives (spatial focus). *The world of psychology*. 2015;4:177–191. URL: <https://elibrary.ru/vkaoyz> (In Russ.).
2. Bazylev Ya. S. Features of cognitive processes of generations: X, Y, Z, Alpha. *Society: sociology, psychology, pedagogy*. 2024;10:64–69. (In Russ.). DOI: 10.24158/spp.2024.10.8
3. Berezovskaya I.P. The problem of methodological substantiation of the concept of “clip thinking”. *Philosophy and cultural studies*. 2015;2(220):133–138. (In Russ.). DOI: 10.5862/JHSS.220.15
4. Aligaeva N.N. Clip thinking of modern students: Myth or reality. Language and personality: Socio-cultural and psychological transformations. Proceedings of the International Scientific and practical conference, Moscow, December 15–16, 2023. Moscow: Agency for Social and Humanitarian Technologies; 2023:172–174. URL: <https://elibrary.ru/fcsoos> (In Russ.).
5. Loginov D.V. Short content — long consequences: Responsibility in the era of clip thinking. *Social communication: Science, education, profession*. 2025;25:131–135. URL: <https://elibrary.ru/ynyemi> (In Russ.).
6. Tyugashev E.A. Clip thinking is a modern form of zero-dimensional thinking. *Bulletin of Samara State Technical University. Series: Philosophy*. 2025;7(1):91–101. URL: <https://elibrary.ru/jekvfy> (In Russ.).
7. Toffler E. The Third wave. Moscow: ACT Publishing House; 1999. 261 p. URL: <https://djvu.online/file/RtaWs9SiASoiE?ysclid=md5w4qgqqd683289378> (In Russ.).
8. Yarkova E.N. The theory of clip thinking or a sketch of the regression of the human mind. *Discourse-Pi*. 2019;2(35):77–85. (In Russ.). DOI: 10.17506/dipi.2019.35.2.7785
9. Himi S.A., Volberg G., Bühner M., Hilbert S. Individual differences in everyday multitasking behavior and its relation to cognition and personality. *Psychological Research*. 2023;87(3):655–685. DOI: 10.1007/s00426–022–01700-z
10. Emelin V.A. Soldatova G.U. The phenomenon of multitasking in the context of cultural and historical transformations and growing complexity in the information society. *Bulletin of the Moscow University. Episode 14: Psychology*. 2021;3:4–22. (In Russ.). DOI: 10.11621/vsp.2021.03.01
11. Ophir E., Nass C., Wagner A.D. Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2009;106(37):15583–15587. DOI: 10.1073/pnas.0903620106
12. Soldatova G.U. Alekseeva E.A. Cognitive complexity as a factor of differentiation of online and offline spaces. A teenager in a megalopolis: Proceedings of the XVII International Scientific and Practical Conference, Moscow, April 09–10, 2024. Moscow: National Research University Higher School of Economics; 2024:139–142. URL: <https://elibrary.ru/doyzsq> (In Russ.).

13. Rasskazova E.I., Soldatova G.U. Psychological and digital factors of students' attitude to multitasking. *Education and science*. 2023;25(4):211–232. (In Russ.). DOI: 10.17853/1994–5639–2023–4–211–232
14. Baykov N.M. Millennials and centenials in regional society: Value-motivational aspects. In the collection: Youth of the East of Russia: History and modernity. Materials of the VI All-Russian Scientific and Practical Conference. 2019;77–84. URL: <https://elibrary.ru/kxatjj> (In Russ.).
15. Karimova V.G. Strategies of behavior in conflict and emotional maturity of students of pedagogical university: definition of interrelations. *Science for education today*. 2022;12(6):55–78. (In Russ.). DOI: 10.15293/2658–6762.2206.03
16. Karandashev V.N. Schwartz's Methodology for studying personal values: Concept and methodological guide. St. Petersburg: Rech; 2004:31. URL: <https://libcats.org/book/770143?ysclid=md60omuvlx292221630> (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT THE AUTHOR

Юлия Евгеньевна Овчинникова — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии и развития человеческого капитала факультета социальных наук и массовых коммуникаций, руководитель психологической службы управления социальной работы, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

Yulia E. Ovchinnikova — Cand. Sci (Psychol.), Assoc. Prof., Assoc. Prof., Department of Psychology and Human Capital Development, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Head of the Psychological Service of the Department of Social Work, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

<https://orcid.org/0000-0001-9810-2336>

YUOvchinnikova@fa.ru

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflicts of Interest Statement: The author has no conflicts of interest to declare.

Статья поступила 01.07.2025; принята к публикации 16.07.2025.

Автор прочитала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article was received 01.07.2025; accepted for publication 16.07.2025.

The author read and approved the final version of the manuscript.