



ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ "ПОДДЕРЖКА СЕМЕЙ, ИМЕЮЩИХ ДЕТЕЙ"
НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА "ОБРАЗОВАНИЕ"

КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ ЦЕНТР

«Центр развития ребёнка – Детский сад № 38» г. Костромы



Консультация для родителей

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОКОЛЕНИЯ

Теорию поколений сформулировали в конце XX века американцы Нейл Хоув и Уильям Штраус. По их мнению, каждые 20–25 лет появляется новая генерация людей с такими особенностями, которые отличают ее от предшественников. Согласно этой теории, современные подростки и молодые люди принадлежат к поколению Z. Какие характерные черты объединяют «зетов»? Что нужно знать взрослым, чтобы уметь наладить с ними контакт и правильно взаимодействовать не только в семейном кругу, но и на работе?

Теория поколений основывается на том, что системы ценностей у людей, выросших в разные исторические периоды, различаются. Мировоззрение человека формируется не только в результате семейного воспитания, но и под влиянием общественных явлений или исторических событий, «на фоне» которых он взрослеет. Значение имеют экономические, социальные, технологические, политические и другие факторы.

Что изменилось

Наблюдая за молодым поколением, ученые пытаются выявить новые модели поведения и спрогнозировать, какое влияние — это может оказать на общество в целом. Дети, родившиеся в конце прошлого — начале нынешнего века, выросли в эпоху большого интернета. Как это отразилось на их развитии и мировоззрении? Делать выводы пока рано, но общие черты, присущие современным подросткам, исследователям выделить уже удалось.

Отношение к технологиям

Для молодого поколения использование цифровых технологий — не редкое особое умение, а образ жизни, повседневный способ получения информации и приобщения к культуре. Ключевая характеристика современных детей — постоянное пребывание на связи, нахождение в

Сети и виртуальное общение. «Цифровые аборигены» в день проводят онлайн около 6 часов 40 минут и используют для интернет-серфинга мобильные телефоны (планшеты и ноутбуки почти ушли в небытие). Треть этого времени у молодежи уходит на социальные сети, в которых ежедневно пребывают 85% российской молодежи.

Отношение к информации

Молодежь поколения Z, в отличие от предшественников, воспринимает информацию по-другому. Они предпочитают полученными сведениями делиться, а не запоминать их. Кроме того, сейчас информация быстро устаревает. Раньше ценным было приобретение и накопление знаний. Для современных подростков важно не хранить информацию, а знать, где ее найти. В этом поиске они берут инициативу в свои руки, а не ждут, когда кто-то ее предоставит. Кроме того, любую поступающую информацию современные молодые люди предпочитают проверять и дополнять.

Отношение ко времени

Новое поколение живет в режиме мгновенности. При таком подходе все должно происходить очень быстро, поэтому прогнозирование современных молодых не интересует. Они живут и чувствуют себя хорошо в быстро меняющемся мире, на изменения в котором «зеты» способны реагировать молниеносно. Долго на чем-то концентрироваться они не в состоянии, зато могут быстро переключаться с одной задачи на другую.

У такого явления есть обратная сторона: исследования показали, что скорость порождает более поверхностный, но и более эмоциональный подход. А это может стать причиной напряжения и конфликтов в профессиональной среде. Поэтому молодым необходимо осваивать навык работы в команде.

Отношение к работе

Новым поколением работа уже не воспринимается как конечная цель и в целом не имеет такого значения, как во времена их родителей. Подобному отношению способствовали изменения в обществе в целом: наемный труд больше не является основой человеческого существования.

Однако это не означает, что молодежь не проявляет к работе никакого интереса. Напротив, возможность работать рассматривается как средство самореализации. И в поисках такого занятия «зетами» движет

желание развиваться и получать удовольствие, а не долг или соответствие социальной норме. Если нужно создать свою собственную работу, молодые люди всегда готовы что-нибудь придумать и предпринять.

Отношение к авторитетам

Практика власти уже несколько десятилетий подряд переживает существенные изменения и в семье, и в школе. Авторитарный стиль общения и воспитания все чаще уступает место авторитетным и демократическим отношениям. В этой связи было бы утопично считать, что в бизнесе новые поколения будут легко соглашаться на слепое подчинение установленному порядку, не претендуя на разделение власти.

Представители нового поколения хотят, чтобы с ними обращались как с равными. Они партнеры, а не подчиненные. Управляющий больше не может обосновывать свое превосходство техническими знаниями и умениями. Он должен уметь придавать смысл происходящему, стимулировать, сопровождать и объединять новых работников. Происходит трансформация лидерства, молодые «зеты» не приемлют полумер и компромиссов. Они ценят горизонтальные, а не вертикальные связи и предпочитают оценивать личный вклад в дело, а не должность или положение в обществе.

Отношение к культуре

Раньше родители так или иначе старались обязательно обучить ребенка английскому языку. Современные молодые люди овладевают несколькими языками, а английский стал языком свободного общения, открыв доступ к любым культурным ценностям независимо от страны проживания. Для нового поколения глобализация — это повседневная реальность. В виртуальном пространстве границы стерты. По всей планете молодежь смотрит одни и те же сериалы и слушает одну и ту же музыку.

Интересно, что при просмотре сериалов молодые люди в первую очередь «привязываются» не к актерам, а к показанным в фильме миру и персонажам. Современные подростки учатся на примерах из видеофильмов и роликов, а руководствуются мнением блогеров и инфлюенсеров. Уровень доверия к их словам у «зетов» высок — около 70% принимают решение о покупке того или иного товара по рекомендациям лидеров мнений в социальных медиа. При этом сейчас

каждый может создать свой Youtube-канал и «продвигать» ту или иную идею. В этом смысле современный молодой человек — не просто потребитель культуры, а ее участник, создатель и распространитель.

Отношение к обществу

Из-за того, что «зеты» предпочитают виртуальное общение реальному, принято считать, что они в большинстве своем индивидуалисты, причем многие с нарциссическими чертами. Но забота о самом себе или желание ценить собственный образ не противоречат необходимости участвовать в жизни коллектива. Напротив, индивид усиливает группу и при этом не имеет ценности без других. «Зеты» нуждаются в окружающих больше, чем прежние поколения, и это хорошая новость для компаний и общества. Родители и работодатели должны уметь создавать дружелюбную и доверительную среду, благоприятную для такого самовыражения в коллективе.

Что могут сделать взрослые

«Зеты» не делят мир на реальный и виртуальный. Размытие границ между двумя мирами описал в своей книге «Поколение Z на работе» исследователь Дэвид Стиллман. Он советует родителям не сопротивляться современному миру, где виртуальное и реальное, цифровое и аналоговое переплетены так тесно, что почти неразличимы. Лучше учиться у своих детей быстро переключаться между задачами в зависимости от ситуации.

Для того чтобы объяснять подросткам сложные вещи и разрешать конфликты, взрослым стоит научиться использовать интернет-язык и наглядные образы. Молодому поколению проще один раз увидеть, чем сто раз услышать или прочитать.

Подростки-«зеты» — не революционеры, они не любят бунтовать и протестовать для того, чтобы привлечь к себе внимание. Они живут внутри системы и хотят ее усовершенствовать. Находясь с ранних лет в соцсетях, они создают свой личный бренд и уделяют большое значение и внешней, и интеллектуальной составляющим.

Заслужить уважение подростка родители смогут, если будут выглядеть и вести себя презентабельно. Мамам и папам стоит также поддерживать связь с детьми не только лично, но и через соцсети и

мессенджеры. Так можно сблизиться с подростком, узнать о его интересах и уделить ему больше внимания.

У поколения Z более здравый взгляд на жизнь, они не идеалисты, а реалисты. Они настроены на работу, но предпочитают делать то, что, по их мнению, может им в жизни пригодиться. Привыкнув с детства получать грамоты и сертификаты за любые достижения, они ждут вознаграждения за каждое совершенное дело. Хвалите ребенка за успехи и поощряйте его стремление к признанию — будь то медаль на спортивных соревнованиях или пятерка на экзамене.