**Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение**

**города Иркутска гимназия №2**

**«Герой» нашего времени. Психологический портрет поколения**

Исследовательская работа

Выполнила:

Климова Дарья.

учащаяся «11А» класса

МАОУ гимназия №2

Руководитель работы:

Кустова Е.С.,

педагог-психолог

г. Иркутск

2019 год

**Содержание**

1. Введение……………………………………………………………………..3

2. Теория поколений. Поколение Z………………………………………….4

2.1. Мнение ученых о поколении Z……………………………………….4

2.2. Смысл теории поколений……………………………………………..5

2.3. Критика теории и альтернативы: почему Сбербанк так интересуется теорией поколений…………………………………………………………….8

2.4. Описание поколения Z…………………………………………...…….8

3. Содержание исследования. Результаты и выводы………………….……14

4. Содержание буклета «Поколение Z» …..…………………………….……21

5. Заключение…………………………………………………………………22

6. Список информационных источников……………………………….…...23

7. Приложение………………………………………………………………...24

**1.ВВЕДЕНИЕ**

Не так давно это поколение еще носило подгузники, но все изменилось – они быстро выросли. Часть Поколения Z уже учится в колледже, а некоторые из них уже составляют рабочую силу той или иной страны. Они уже стали потребителями и в настоящее время обладают $ 44 млрд покупательной способности. К 2018 году их расходы достигнут $ 200 млрд. А это очень существенное увеличение за такой короткий период времени. Руководители, пообщавшись на конференциях, летних практиках со студентами, бьют тревогу: им ничего не интересно, кроме своих гаджетов. Совсем скоро они придут в компании на смену прежним работникам. Как управлять молодежью, как ее мотивировать?

*Цель работы***:** провести исследование значимых качеств поколения 1995-2005 годов рождения

*Задачи работы:*

1. Изучить теоретический материал по теме поколение Z
2. Провести исследование представителей поколения Z.
3. Составить практические рекомендации по обучению и мотивации представителей поколения Z.

*Гипотеза*: в исследуемом поколении есть существенные отличия в значимых качествах, целях, мотивациях и образцах для подражания по сравнению с предыдущими поколениями.

*Предмет изучения*: поколение Z.

*Объект исследования*: качества и мотивы личности, принадлежащей поколению.

*Практическая значимость:*

На основе полученных знаний, мною разработаны практические рекомендации родителям, учителям и будущим работодателям по взаимодействию и мотивации поколения Z.

**2. ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ. ПОКОЛЕНИЕ Z.**

**2.1. Мнение ученых о поколении Z**

Теория поколений создана в 1991 году американскими учеными Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом. Они одновременно и независимо друг от друга решили подробно изучить такое понятие, как «поколение». Их внимание привлек известный «конфликт поколений», который не связан с возрастными противоречиями. Теория поколений Штраусса и Хоува в своём изначальном варианте строилась исключительно на исследованиях американского общества По Штарусу и Хоуву поколения - это совокупность всех людей, которые появились на свет во временном промежутке 20-25 лет. Критерии поколения:

* одна историческая эпоха, в которой представители поколения, находясь примерно в одной возрастной категории, делят воспоминания о ключевых событиях, культурные и социальные веяния;
* общие убеждения и модели поведения;
* чувство принадлежности к данному поколению.

История человечества условно делится на поколенческие эры, которым характерны взлеты и падения, иными словами, обладающие волнообразной структурой. Авторы концепции называют эти периоды превращениями или периодами, в которых поколения образуются по общим закономерностям. Этапы превращения:

* Подъём: общество разделяет коллективные интересы и ориентируется на власть и авторитет институтов; в эту фазу появляется поколение Пророков.
* Пробуждение: встаёт вопрос противостояния индивида обществу, развивается культура индивидуализма, культ бунта и противостояния старым порядкам, усталость от дисциплины; в эту фазу появляется поколение Странников.
* Спад: процветает индивидуализм, государственным институтам не доверяют; в эту фазу появляется поколение Героев.

Кризис: возрождаются идеи сильных государственных институтов. На месте старой государственной власти зарождается новая, которая сплачивает общество под эгидой общих ценностей. В эту фазу появляется поколение художников. Теория Штруса и Хоува далека от идеальной модели современного общества, но её популярность среди современных исследователей заставляет задуматься: может быть, закономерности развития современной цивилизации всё-таки подчиняются общим правилам. В дальнейшем принципы теории поколений использовали и для анализа процессов в других странах. Адаптацию теории поколений для России в 2003-2004 году выполнила команда под руководством Евгении Шамис, которая превратила изучение поколенческих тенденций в бизнес, помогающий современным компаниям управлять персоналом, который состоит из представителей разных поколений.

**2.2. Смысл теории поколений**

Конфликты и непонимание между поколениями закономерны и объяснимы, ведь социокультурный прототип определяется окружающей средой, которая отражает дух времени в данный конкретный момент. Только приспособлением к условиям вид способен выжить, ему приходится играть по постоянно меняющимся правилам. Экономический кризис, голод, война, или наоборот, резкое улучшение качества жизни напрямую влияет на то, как личность формируется и воспринимает себя в условиях, в которых она оказалась.

В основу данной теории лег тот факт, что системы ценностей у людей, выросших в разные исторические периоды, различаются. Это связано с тем, что ценности человека формируются не только в результате семейного воспитания, но и под влиянием общественных событий, всего контекста, в котором он находится в период взросления. Значение имеет все: экономические, социальные, технологические, политические факторы. Формирование ценностей происходит согласно данной теории примерно до 12-14 лет.[3]

Сейчас в России живут представители следующих поколений:

* **Величайшее поколение (1900—1923).**
* **Молчаливое поколение (1923—1943).**
* **Поколение беби-бумеров (1943—1963).**
* **Поколение Х («Икс») (1963—1984).**
* **Поколение Y («Игрек») (1984—2000).**
* **Поколение Z «Зэд» (c 2000)**

**Величайшее поколение (1900—1923)**

Базовые ценности людей, принадлежащих к данному поколению, формировались до середины 30-х годов прошлого века. На эти годы, как мы помним, пришлись революции, Гражданская война, коллективизация, электрификация. Их отличают трудолюбие, ответственность, вера в светлое будущее, приверженность идеологии, семья и семейные традиции, категоричность суждений.

Почти каждый из нас знаком или был знаком с людьми, которые родились в те годы. Если они о чем-то судят, то переубедить их в чем-то действительно очень сложно. Эти люди даже в преклонном возрасте, в 80-90 лет, готовы ходить по инстанциям, чтобы доказывать свою правду. Деньги для них ценностью не являются. Видимо, это объясняется тем, что деньги за время их жизни неоднократно обесценивались, становились бумажками, и люди много раз теряли все, что наживали.

**Молчаливое поколение (1923—1943)**

Их ценности формировались до 1953 года.

Воспитанные в условиях сталинских репрессий, Второй мировой войны, послевоенной разрухи, голода, они молчаливы, исполнительны, чрезвычайно терпеливы. Уважение к закону у них в крови. Отдых у них часто связан с пополнением запасов, в шкафах соленья, варенья и консервы.[4]

**Поколение беби-бумеров (1943—1963)**

Их ценности формировались до 1973 года. Бумеров назвали так в честь всплеска рождаемости. В основе их характера лежит психология победителей. Они росли в настоящей супердержаве, которую боялся и уважал весь мир, которая победила в страшной войне и покорила космос. Для этих людей нет непреодолимых барьеров. Это-оптимисты, нацеленные на постоянное преодоление трудностей. Бумеры- трудоголики, предпочитающие работать в команде. В спорте они предпочитают командные спортивные игры. Лучший отдых - туризм. В других людях они очень уважают любознательность. Сейчас представители этого поколения достаточно активны, ходят в фитнес-центры, бассейны, осваивают новые гаджеты и интернет, ездят по другим странам в качестве туристов. А еще им свойственен культ молодости. Они хотят оставаться «активными и любознательными», что так ценилось в годы их детства.

**Поколение Х, или Неизвестное поколение (1963—1984)**

Их ценности формировались до 1993 года. Поколение Х воспитывалось в годы продолжения «холодной войны» и резкого увеличения потока информации и событийности (смена количества руководителей на национальном уровне, смена «коммунизма» на «перестройку», потом - на «демократию»). В годы их детства впервые широко заговорили о СПИДе и наркотиках. А еще в это время начался бум разводов. Поколение Х- это «дети с ключом на шее». Их родители (наши родители) вкалывали от звонка до звонка, они рано приучались к самостоятельности: сами делали уроки, сами разогревали обед, оставленный старшими на плите. Отсюда и особенности менталитета: готовность к переменам, расчет только на собственные силы и собственный опыт. Х- индивидуалисты. Главная ценность - возможность выбора. «Иксу» не обязательно все время менять работу, но постоянно реализовываться нужно. Патриотизм у представителей данного поколения выражен гораздо слабее, чем у предшественников. Для «икса» родина - это в первую очередь малая родина, или очень малая: семья, близкий круг друзей, тот, который он сам считает своим. Они прагматичны, очень дорожат временем. Готовы учиться в течение всей жизни. [5]

**Поколение Y, или поколение Миллениум, Next (1984—2000)**

Их ценности формировались до 2014 года. Социологи прозвали «игреков» «поколением большого пальца» в связи с тем, что сотовый телефон для них существовал практически всегда и эти ребята умеют очень быстро писать SMS. На время их детства и взросления пришлись распад СССР, теракты, военные конфликты, бурное развитие коммуникаций, цифровых технологий, интернета, мобильных телефонов. Скорости развития стали очень высокими. Наступила эпоха брендов. Игреки наивны и склонны работать в команде. Ориентированы вовне, в общество, экстраверты. Великолепно ориентируются в компьютерных сетях, как следствие им легче общаться с единомышленником на другом краю планеты, чем с соседом. Наступила эра публичности - все вышло в телевидение и интернет. Еще один важный аспект - глобализация, стирание границ и нивелирование национальных различий и традиций. Важные особенности. Почти все представители поколения Y не приучены к самостоятельности, которая была присуща их родителям - «иксам» и дедушкам - «бумерам». Родители баловали их и всячески оберегали, отучали от той самой самостоятельности, которой сами располагали практически неограниченно. Они выросли уверенными в собственной ценности. В связи с тем, что внешняя среда вокруг них менялась очень быстро в период их взросления, им стали присущи такие черты, как желание получать немедленное вознаграждение за проделанную работу, абсолютное неверие в отдаленную перспективу. Если для прежних поколений десятилетиями ничего не менялось (а для их предшественников — так и столетиями), в его жизни, кроме стремительных перемен, ничего не было. Он не знает другой жизни. Еще один важный аспект для «игреков» - это мода, бренды. Даже спортом они занимаются не для того, чтобы победить, быть здоровым или лучше себя чувствовать, а потому, что это модно и приносит удовольствие. Их девиз «Жить в удовольствие, все успеть!», оттягивают переход во взрослую жизнь, долго живут с родителями. Первое поколение, у которого нет героев, но есть кумиры. Самовыражение является крайне важным.

**Поколение Z (c 2000)**

Про это поколение пока известно немного, так как ценности даже самых старших представителей поколения Z в процессе формирования. Они живут во времена экономического кризиса, вертикаль власти крепнет, государственный аппарат получает все большую силу и мощь. Мелкие компании поглощаются крупными сетями, слабое погибает, сильное крепчает. А общество ждет новых крупных терактов. Фактически террористической войны. И новых страшных эпидемий вроде птичьего гриппа или атипичной пневмонии.

**2.3.Критика теории и альтернативы: почему Сбербанк так интересуется теорией поколений**

Поколенческая теория продолжает развиваться и встречает обоснованную критику. Естественно, идея цикличности не нова: эти тенденции просматриваются и в исторической, и экономической науке. Однако, при анализе данных Штраус и Хоув не учитывают ни демографических факторов, ни отдельных характеристик личности, ведь не всех представителей того или иного поколения можно отнести к соответствующему типу, поэтому течение циклов может протекать не так равномерно, как хотелось бы исследователям. Несмотря на глобализацию, представители разных стран сталкиваются c различными условиями, так что вряд ли можно говорить о чётких тенденциях внутри того или иного общества.

В российском научном сообществе теорию поколений в её классическом варианте иногда [сравнивают с гороскопами](https://postnauka.ru/faq/62552), когда одни признаки из описания поколения признаются истинными, а другие, иногда противоречащие реальности, просто игнорируются. До сих пор ведётся полемика о том, применима ли вообще теория к [российскому обществу](https://www.svoboda.org/a/28398182.html). Приведённая в этой статье классификация очень обобщённая и упрощённая, поэтому каждый индивид внутри поколения может с ней согласиться или не согласиться.

Несмотря на противоречивость подхода, российские компании, например, [Сбербанк](https://www.svoboda.org/a/28398182.html), заинтересованы в исследовании поколенческих тенденций. Попытка понять, что движет поколениями Y и Z, поможет руководителям компаний правильно организовать трудовой процесс и обеспечить рост бизнеса.

Рассматриваются схемы общения и постановки задач, которые давно не сходятся с традиционными методами управления персоналом. Проект Евгении Шамис "RuGenerations" занимается изучением поколений как раз с точки зрения работы HR и маркетинга, которое направлено на обучение и введение в корпоративные процессы молодых представителей общества. [6]

**2.4.Описание поколения Z**

Представители этого поколения еще более сосредоточены на себе, чем «игреки». Их сосредоточенность на собственной персоне приводит к отрешенности от всего внешнего, что их напрямую не касается. «Зетов» называют индивидуалистами, считают инфантильными, не способными начать действовать, даже если это поможет удовлетворить их потребности. Они все стараются делать при помощи современных технологий, легко обходятся без живого общения, зато без мобильных устройств с выходом в Интернет не могут прожить и минуты. Поколение Z также называют «цифровыми аборигенами».

Свои первые заработки «зеты» готовы потратить на новый, более продвинутый гаджет. Старшее поколение обвиняет их в том, что они ни на чем не могут сосредотачиваться дольше десяти минут. HR-специалисты, пообщавшись с представителями поколения Z, находят в них и положительные черты: обучаемость, вера в себя, свежесть восприятия и бесстрашие (во многом из-за неопытности). Может, не такие они и «сложные»? Чтобы понять «зетов», нужно разобраться в логике их поступков и мышления, особенностях мировосприятия. [1]

*Особенности детей поколения Z и как найти с ними общий язык:*

* 1. Это дети мультимедийных технологий, цифровой среды, поэтому почти всю информацию они получают из Сети, умеют с ней отлично работать, предпочитают общение в виртуальном пространстве личному общению. Дети и подростки лучше разбираются в технике, чем в человеческих эмоциях и в человеческом поведении. Как правило, и родители школьников и сами школьники создают для совместного общения группы, чаты и беседы В Контакте, WhatsApp и др. Хорошо, когда администратором подобной группы или хотя бы ее участником является классный руководитель. С той целью, что бы как минимум – быть в курсе событий, как максимум – вовремя распознать конфликтную ситуацию и разрешить ее.
  2. Они нетерпеливы и сосредоточены, в основном, на краткосрочных целях.
  3. Они ориентированы на потребление и индивидуалистичные.
  4. Ценят честность и откровенность.

5. Они быстро взрослеют, занимаясь самообразованием в Интернете.

6. Для них характерен загадочный и ошеломляющий феномен детской многозадачности. Ребёнок, сидя за компьютером, одновременно общается в чате, занимается поиском в сети, скачивает музыку, периодически разговаривает по скайпу, слушает музыку из плейера, пытается делать домашнее задание и при этом пьёт сок и жуёт бутерброд. И пусть это не раздражает - такова жизнь: другой образ жизни предполагает другой темп (надо успеть многое увидеть, сделать, на многое среагировать).

7. Они иначе учатся: мотивированно занимаются только тем, что им интересно, и игнорируют при этом всё больше и больше то, в чём они не заинтересованы.

8. У детей поколения Z по-другому функционирует память: в первую очередь, запоминается не содержание какого-нибудь источника информации в сети, а место, где эта информация находится, а ещё точнее - «путь», способ, как до неё добраться. Память становится не только «неглубокой», но и «короткой».

9. Средняя продолжительность концентрации внимания по сравнению с тем, что было 10-15 лет назад, уменьшилась в десятки раз. Если прежде на уроке ученик мог удерживать внимание в течение 40 минут, и это считалось нормой, то сейчас в классе на такую сосредоточенность способны буквально единицы. 10-15 мин максимально способен удержать внимание типичный «зед».

10. У «цифровых аборигенов», как назвал современных подростков американский педагог Марк Пренски, формируется «клиповое мышление», предполагающее переработку информации короткими порциями. Эти люди не будут читать «Войну и мир», они будут читать комиксы и короткие тексты в интернете, которые помещаются на один экран. И переваривать информацию они будут точно таким же образом: быстрее, но короткими порциями.

11. Они гиперактивны. Этим детям трудно долго оставаться сосредоточенными на чём-то одном, они очень непоседливы и потому расторможены. Поэтому у них часто возникают проблемы с успеваемостью из-за неусидчивости и нетерпеливости, хотя при этом они и могут быть одарёнными в каких-то отдельных сферах деятельности. И хотя со временем эти черты детского поведения частично сглаживаются, но все-таки в будущем нас ждёт общество бывших гиперактивных детей - гиперактивный социум, в котором люди будут отличаться большей потребностью в новизне, поиске ощущений, меньшей терпеливостью и терпимостью, склонностью к повышенной конфликтности.

12. Они склонны к аутизации - погружению в себя. Речь идёт об аутизме не в виде расстройства (хотя детей-аутистов становится все больше), а об аутизации как способе взаимодействия с миром, выступающим как защита от проблем современного образа жизни.

Несколько фактов, которые помогут найти с «зетами» общий язык:

Вот несколько фактов о представителях поколения Z, которые помогут вам найти с ними общий язык и подобрать действенные методы управления:[7]

* **«Зеты» - индивидуалисты, поэтому не могут работать в команде.**

Авторы теории поколений отмечают, что многие склонности, черты характера, особенности поведения людей определяются и экономическими условиями, в которых эти личности родились и росли в период до 12–14 лет. Для родителей поколения Z это было сложное время: слом идеологии, новые модели экономики. Люди полагались только на себя, закрываясь от социума. «Зеты», воспитанные в это время, также вырабатывают собственные ценности, новое отношение к жизни, при этом надеются только на себя. Анализируют свой внутренний мир, делают ставку на собственный потенциал и уникальность, полагая, что это позволит достойно существовать. Индивидуальность стала для них главной ценностью, гарантирующей шанс на самореализацию и выживание. «Зеты» ищут свою индивидуальность и строят безопасный и управляемый, но вместе с тем автономный мир вокруг себя.

Если вы хотите, чтобы представители поколения Z работали вместе, поставьте задачу, интересную всем. Чтобы избежать путаницы, распределите ответственность, иначе все могут взяться за одно задание, а поняв это, совсем перестанут работать. «Зетов» привлекают сложные задачи, выполнение которых даст им новые навыки и умения.

* **Бесполезно мотивировать «зета», ставя ему в пример других. Упирайте на его уникальность**

Чужие достижения и успехи не стимулируют «зетов» работать лучше. Они не придают значения внешним фактам, опираясь на такую формулу: «Я – это я, у меня своя концепция жизни и свои ценности. Что у других, мне все равно. Сравнения неуместны».

* **Представителям поколения Z необходимы разъяснения и инструкции в работе**

Эффективно работать «зеты» смогут только тогда, когда достигнут предельной ясности в последовательности действий, зонах ответственности, формате взаимодействия с другими сотрудниками. Если работа в компании организована нечетко, то «зеты» будут хитрить и лишь делать вид, что заняты важным делом. Требования и подсказки лучше составить в виде инструкции, поскольку поколение Z не привыкло долго слушать. «Зеты» также ждут интересную работу, в которой непременно задействованы современные технологии, необходимо обрабатывать большое количество информации. Привлекательна для них удаленная работа или гибкий график. [9]

* **Зеты ждут индивидуальных задач и поручений**

Попробуйте общаться с молодежью лично, понять, что им интересно, в чем уникальность каждого из них. Так у вас будут рычаги воздействия. Упирая на уникальность, тем самым подчеркивая их отличия от других, вы сможете давать задания, которые «зеты» непременно выполнят. Возможно, индивидуальный подход к каждому сотруднику с появлением в компаниях представителей поколения Z станет непременным условием успешного управления.

* **Критиковать молодежь нет смысла, необходим конструктивный разбор удач и промахов**

Поколение Z не обижается на критику. Вряд ли они даже каким-либо образом прореагируют на упреки в безответственности, халатности, нарушении моральных норм. Скорее, расценят напористую критику руководителя как знак того, что он не понимает их. Между тем, с их точки зрения, все их поступки логичны, последовательны и понятны. [10]

* **За инфантилизмом скрывается четкая расстановка приоритетов**

Все, что не совпадает с ценностями, внутренним миром и личными интересами «зетов», не вызывает в них никаких треволнений и желания проявить участие. Они глухи ко всему, что, на их взгляд, не полезно и не нужно, не имеет прикладного характера. Будучи погруженными в бесконечный поток информации, люди поколения Z научились жестко отметать то, что не нужно для жизни. Иначе можно утонуть. Поэтому общаться с «зетами» лучше всего предметно, по делу. Они сами смогут выявить и исправить недоработки.

* **В качестве руководителя «зетам» больше подойдет профессионал, который будет общаться с ними на равных**

Лидер для поколения Z – это не тот, кто напорист и нахрапист, умеет давить на других и во что бы то ни стало продвигаться к своей цели. Это прежде всего великолепный профессионал, способный завоевать авторитет среди подчиненных благодаря своим знаниям и опыту. Девиз зета: «Слушай меня, понимай меня, говори со мной, цени меня». Агрессивный стиль управления может испугать их, они замкнутся еще больше.

* **Поколение Z не доверяет чужому опыту. Позвольте им самим понять, как и что лучше делать**

«Зеты» не привыкли полагаться на чужие выводы. Поэтому им необходимо время на обдумывание и принятие решения. Возможно, им нужно будет попробовать себя в нескольких сферах, чтобы определиться, какая из них больше увлекает. Задачи им лучше ставить так, чтобы они звучали как предложение, которое нужно обсудить.

* **«Зеты» обладают клиповым мышлением и живут в многозадачности**

Поколение Z предпочитает потреблять и перерабатывать информацию короткими порциями. Им можно и нужно ставить одновременно несколько разных задач на короткий срок. Их гиперактивность и способность постоянно переключать внимание поможет справиться с работой.

Задачи для «зетов» должны быть простыми и лаконичными. Лучше, если их будет три-пять, причем разноплановых. Благодаря этому у сотрудника не возникнет ощущения, что его работа стереотипна и монотонна.

* **«Зеты» – поколение «лайков». Находите поводы их регулярно хвалить**

Представители этого поколения привыкли с детства к поощрениям. Рекомендуйте руководителям искать поводы для похвалы. Хотя бы за старание и усердие, готовность помочь коллегам. Не обязательно тратиться на премию. Подойдут и маленькие бонусы: билет в кино, подарочный сертификат в магазин модной одежды или электроники.

* **Поколению Z необходимы понятные правила поведения и построения карьеры**

Полагаясь на собственный потенциал, осознавая свои интересы и возможности, «зеты» хотят работать здесь и сейчас, полностью раскрыть и реализовать себя. Покажите им простые и четкие правила, как в компании можно расти и совершенствоваться. В качестве карьеры поколение Z рассматривает не только продвижение по службе. Им интересно и совершенствование уже имеющихся навыков, статус профессионала, эксперта.

О форме контроля работы договаривайтесь заранее. Например, «выполнишь требования, получишь больше свободы. Не выполнишь - контроль усилится». Как правило, дети технологий следуют договоренностям и мирятся с усилением контроля, если проштрафились.

* **«Зеты» неохотно запоминают информацию, надеясь на технологии**

Учитывайте этот факт при построении бизнес-процессов. Например, можно ставить задачи и контролировать их выполнение через системы автоматизации управления, локальную сеть или внутренний сайт компании. Руководители, пообщавшись на конференциях, летних практиках со студентами,бьют тревогу: им ничего не интересно, кроме своих гаджетов. Совсем скоро они придут в компании на смену прежним работникам. Как управлять молодежью, как ее мотивировать?

Нейл Хоув и Вильям Штраус относят людей 1995-2020 года рождения к поколению Z. Представители этого поколения еще более сосредоточены на себе, чем «игреки». Их сосредоточенность на собственной персоне приводит к отрешенности от всего внешнего, что их напрямую не касается. «Зетов» называют индивидуалистами, считают инфантильными, не способными начать действовать, даже если это поможет удовлетворить их потребности. Они все стараются делать при помощи современных технологий, легко обходятся без живого общения, зато без мобильных устройств с выходом в Интернет не могут прожить и минуты. Поколение Z также называют «цифровыми аборигенами». [8]

**3. ИССЛЕДОВАНИЕ. РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ,**

Чтобы лучше узнать поколение Z, я решила провести исследование значимых качеств и свойств этого поколения. Для этого нужно было разбить поколение на 3 группы:

* 8 класс (14-15 лет), 60 человек;
* 10 класс (16-17 лет), 90 человек;
* 22-23 года, 30 человек.

Исследование я проводила с помощью анкетирования. Первое анкетирование я проводила с помощью теста Рокича. Остальные вопросы анкеты мною составлены самостоятельно. (Приложение 1). Результаты ответов представлены в таблице:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ вопроса** | **Учащиеся 8 классов** | **Учащиеся 10 классов** | **Студенты ВУЗов и молодые специалисты (23-23года).** |
| Распределите ценности в том порядке, какие вы считаете самыми важными для вас? | * + - 1. Здоровье       2. Свобода       3. Интересная работа       4. Любовь       5. Уверенность в себе | Здоровье  2.Любовь  Уверенность в себе  Свобода  Познание. | 1.Любовь  2.Здоровье  3.Интересная работа  4.Саморазвитие  5.Жизненная мудрость |
| Назовите 2-3 ваших кумира и напишите, почему вы выбрали именно этих людей? | 1. Люди, связанные с индустрией музыки. В основном называли зарубежных исполнителей, таких как Ариана Гранде и Селена Гомес. И называли русских рэперов, таких как Тимати, Баста, Гуф, и Оксимирон. Музыка имеет большое влияние на современных подростков. Так ответили примерно 45% опрошенных. 2. Спортсмены, приблизительно 35%. Больше всего называли таких спортсменов, как Игорь Акинфиев, Алина Загитова, Евгения Медведева, Елена Исинбаева и Мария Шарапова. Спорт также оказывает большое влияние на подростков. 3. Актеры, приблизительно 10%. Это Венсан Кассель, Кейси Аффлек, Леонардо ди Каприо, Дженнифер Лоуренс, Кейт Бланшет, Николь Кидман. Российских актеров практически названо не было. Подростки смотрят, в основном, зарубежные фильмы. 4. Ученые, 8%. Подростки называют Менделеева, Ломоносова. 5. Хотят быть похожими на своих родителей, 2%. | | * 1. Актеры- 40%   2. Музыканты- 32%   3. Ученые- 25%   4. Спортсмены-3%. |
| Кем они хотят стать? | 1. Собственный бизнес 2. Экономист 3. Спортсмены 4. Юрист 5. Видеоблогер | | |

**Выводы:**

Результаты говорят о том, что поколение больше всего ценит любовь и здоровье. Поколение ценит традиционные ценности. Так же присутствует интересная работа, т.е. подростки хотят работать на той работе, которая для них интересна, и это для них важно. Так же поколение сознает, что должна быть уверенность в себе, иначе возникают проблемы, человек не может самовыразиться. Что касается вопроса о кумирах, опрашиваемые ценят в этих кумирах то, что они без помощи других людей добились успеха, что они выходцы из простой среды и то, что они трудолюбивые и целеустремленные, а также яркие, харизматичные личности.

**Рекомендации по обучению поколения:**

* ***Учитывать Twitter-эффект***

Для предыдущих поколений информация была не так доступна, как для поколения Z, но они умели лучше её искать. Им чаще приходилось самим придумывать, как найти решение. Теперь дети чувствуют себя более расслабленно. Многие даже не догадываются, что технику и поисковые системы можно использовать не только для развлечения. Важная черта Z-детей- склонность к так называемому Twitter-эффекту. Он просто не понимает, зачем долго говорить, если можно произнести пару ключевых фраз.

* ***Не заставлять учить то, что не нужно***

Поколение Z много времени проводит в интернете. Нет смысла рассказывать им, как жить. Это очень продвинутые дети, ведь в сети можно узнать всё, что хочешь - и о трудоустройстве, и о том, где и какие знания пригодятся. Представители предыдущих поколений не могли даже представить себе такое в детстве. Часто они сначала получали образование и только потом задавались вопросом, что делать дальше. У современных школьников очень развито целеполагание. Многие из них не хотят учить то, что им кажется ненужным. Нужно следить за трендами, иначе в какой-то момент вы обнаружите, что отстали на целый век.

* ***Общаться с детьми в соцсетях, но осторожно***

В работе полезно использовать соцсети. Часто школьники считают, что общаются с теми, с кем поддерживают контакт в сети. Если они не могут задать человеку вопрос в той форме, к которой привыкли, он для них не существует. А ещё у разумного школьника может возникнуть вопрос: «Почему я могу написать однокласснику, но не могу написать учителю, который обещал помогать мне?». Ответ «не положено» тут не подойдёт. Отношения с детьми не должны быть слишком формальными. Иногда у всех нас просто нет времени на переписку. Но это уже другой вопрос: есть минутка - отвечайте, нет - не нужно. Общение с педагогами в соцсетях вырабатывает у детей полезный навык чётко задавать вопросы и понимать лаконичные ответы. Важный момент - приватность. Многим детям не хочется, чтобы их страницы просматривали учителя. Не стоит добавлять учеников в друзья по собственной инициативе - только принимать запросы. Лучше не реагировать на то, что они пишут у себя на стенке. Это их личное пространство, и нельзя делать выводы о жизни человека по его профилю. Не связанные с предметом репосты и записи не должны сказываться на учебном процессе. Лучше ничего не лайкать, а посты спорного содержания игнорировать. Школьник не должен чувствовать, словно учитель пытается контролировать его жизнь в интернете. Это тоже разрушает доверие.

* ***Не сравнивать детей с самим собой***

Z-детям (да и любым детям) нельзя говорить: «А вот в наше время…». Нельзя сравнивать их с собой. То, что поколения, даже в пределах десятилетия, друг от друга отличаются, - это нормально. Важно понимать, на какой волне класс, и подстраиваться под это. У каждого поколения есть свои характерные привычки, которые учителя могут использовать. Сейчас школьникам нужен азарт, дух соревнования.

* ***Не заставлять их всё делать по шаблону***

Лучше не требовать жёсткого оформления по шаблонам («дано», «ответ»). Разумные Z-школьники не понимают, зачем это нужно. Они думают, что такие вещи только зря занимают место на листе. Вместо этого можно формировать новые, более сложные формы заданий, когда человек может показать свои знания без лишних слов. А ещё - не давать обширных абстрактных упражнений. Например, сочинение на дом на два часа. Ученику может быть интересна тема, но дома ему сложно выкроить два часа для однообразной работы. Ему хочется, просидев час, почувствовать, что уже есть конечный результат.

* ***Смотреть полезные видео (самому!)***

Поколение Z любит видео, поэтому иногда на уроках можно показывать интересные научные и околонаучные ролики. Впрочем, как правило, достаточно просто сказать, по каким ключевым словам можно найти материал. Это хороший способ проверить, интересна ли детям тема. Они много времени проводят на YouTube и в Instagram. Очень редко получается открыть для них что-нибудь новое. Поэтому задача педагога - не показать полезное видео, а дать детям понять, что он смотрит те же каналы. Это помогает наладить взаимопонимание.

* ***Уважать их интересы***

Полезно спросить у детей: «А что вы слушаете (но хорошее)?». Попросить их порекомендовать пару фильмов. Узнать, как они проводят свободное время. Огромное количество интересной информации можно получить от школьников или благодаря школьникам. Любой взрослый, который ни разу не зависал на YouTube, в первый раз наверняка застрянет там на пару дней. Если, конечно, показать ему правильные каналы. Учителю нужно попытаться понять, почему школьники такие же разумные люди, как он сам, тратят столько времени на всё это. Надменный подход «я взрослый, я лучше знаю» лучше оставить. Он не поможет в работе со школьниками. Это применимо только в рамках предмета: здесь педагог действительно лучше знает, снисходительное же отношение к интересам детей вызывает отторжение. После этого ученики, возможно, уже не захотят доверять учителю.[7]

* ***Объяснить, почему в учёбе есть смысл***

Дети поколения Z умеют легко и часто переключать внимание. Они могут всё сделать быстрее, чем ждут педагоги. Конечно, им часто не хватает внимания на большие задачи, потому что это скучно и требует времени. Но когда нужно, сосредоточиться на какое-то время способны все.

* ***Узнать, чего хочет сам ребёнок (а не его родители)***

Когда учитель чётко понимает, зачем ребёнку нужно заниматься, можно просто объяснить ему это. Иногда дети понимают, что предмет им нужен, но не могут себя заставить заниматься. Тут надо просто создать им комфортные условия. Подготовка к ЕГЭ, например, - довольно простая вещь: сидишь и решаешь. Но уйти в это надо с головой. И вот это уже вопрос условий. Кому-то нужна музыка, а кому-то - полная тишина. Если учитель обеспечит это своим ученикам, они смогут работать.

**Сходство внутри поколения:**

* Живут в интернете, и как следствие, легко поддаются манипулированию;
* Гиперактивны;
* Агрессивны в подростковом возрасте;
* Не нацелены на чтение;
* Нацелены на науку и искусство;
* Способны к многозадачности, но при этом рассеянны;
* Обладают клиповым мышлением, основанном на визульных образах, а не на логике.

**4. Содержание буклета «Поколение Z»**

* Теория поколений. Классификация поколений.
* Поколение Z. Ценности и кумиры поколения Z.
* Рекомендации по обучению и взаимодействию поколения Z.

**5.** **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В рамках данной работы и проведенного исследования было выявлено, изучено и описано поколение Z в России с точки зрения разных ученых, в том числе и зарубежных. На основании полученного материала гипотеза подтверждена. Проведенная работа дала значимые не только теоретические выводы, но и практическую пользу.

Выявлены причины отличий поколений: государственный строй и мировые события; стадии развития экономики и темпы роста; уровень информатизации общества; жизненные ценности.

Профессиональные психологи считают: каждое поколение в чем-то сильнее и умнее предыдущего, уверяют они. Просто это новое поколение - *всегда другое.*

**6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1.Возрастная и педагогическая психология: Хрестоматия / Сост. И.В. Дубровина, А.М. Прихожан, В.В. Зацепин. – М.: Издательский центр «Академия», 1999.

2.Иванова Е.С. Особенности эмоционального интеллекта в подростковом возрасте // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С.37–42.

3.Клепиков В.Н. Потенциал социокультурной модернизации образования в ракурсе нравственноэтического воспитания детей, подростков и молодёжи // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2013. № 3. С.39–46.

4.Селюкова М.А. Развитие социальной компетенции как ведущее направление в работе школьной социально-психологической службы с подростками // Эксперимент и инновации в школе. 2011. № 6. С.71–77.

5.Сиденко Е.А. К вопросу адаптации младшего и старшего подростка в социуме // Эксперимент и инновации в школе. 2011. №6. С.3–9.

6.Сиденко Е.А. Особенности старшего подросткового возраста // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2011. № 2. С.30–32.

7.Солдатова Г.В. Пойманные одной сетью. Социально-психологический анализ представлений детей и подростков об интернете. М.:Фонд развития интернет, 2011, 176 с. (В соавторстве с Зотовой Е.Ю., Гостимской О.С.)

8. Солдатова Г.В., Нестик Т., Рассказова Е., Зотова Е. Цифровая компетентность российских подростков и родителей: результаты всероссийского исследования. - Фонд Развития Интернет, Москва, 2013. — С. 144. (В соавторстве с Нестик Т., Рассказовой Е., Зотовой Е.)

9.Санжаревский И.И. История, методология и техника исследования проблем общества и личности в социологии. Тамбов, 2012 (Глава 3)

10.Решетников О.В. Поколение Z и недалекое будущее рынка труда. Санкт-Петербург, 2014

**7**.**ПРИЛОЖЕНИЕ**



