

как необходимое условие благоприятной личной и профессиональной жизнедеятельности.

Анализ данных показал, что чем выше значения переменной «сложность», тем выше значения переменной «предпринимательство» ( $\beta = 0,71$ ,  $p = 0,001$ ). Чем выше показатели переменной «интолерантность», тем ниже – переменной «предпринимательство» ( $\beta = -0,62$ ,  $p = 0,004$ ). Таким образом, студент с ориентацией на предпринимательство готов преодолевать сложности на различных этап построения своего дела, не распределяя ответственность на других коллег, и в ситуации неопределенности старается творчески ее разрешить, используя различные когниции.

Обобщая данные исследования, можно сделать вывод, что толерантной к неопределенности личности свойственно преодолевать трудности на профессиональном пути, приобретать новые знания, заниматься самосовершенствованием, быть конкурентоспособным и соответствовать профессиональным требованиям современной действительности.

#### **Список использованных источников**

1. Идентичность личности в условиях социальных изменений: дис. ... докт. психол. наук / Е. П. Белинская. – М., 2006. – 479 с.
2. Юртаева, М. Н. Когнитивно-стилевые и личностные характеристики толерантности к неопределенности: дис. ... канд. психол. наук / М. Н. Юртаева. – Екатеринбург, 2011. – 164 с.
3. Солдатова, Г. У. Психодиагностика толерантности личности / Г. У. Солдатова, Л. А. Шайгерова. – М.: Смысл, 2008. – 172 с.

(Дата подачи: 26.02.2019 г.)

*Н. М. Плескачева*

Республиканский институт высшей школы, Минск

*N. Pleskachova*

Republican Institute of higher education, Minsk

УДК 159.99

## **ВЕБ-ПРОСТРАНСТВО КАК ПРИЗНАК СОЦИАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ РАЗВИТИЯ ПОКОЛЕНИЯ Z**

## **WEB SPACE AS A SIGN OF THE SOCIAL SITUATION OF DEVELOPMENT OF GENERATION Z**

*В статье представлены результаты исследования социальной ситуации развития поколения Z. Описаны психологические особенности и новообразования данного поколения. Проанализированы и представлены рекомендации при взаимодействии с представителями поколения Z в учебной и трудовой деятельности.*

*Ключевые слова: социальная ситуация развития; новообразования; психологические особенности; поколение Z.*

*The article presents the results of the study of the social situation of the development of generation Z. The psychological characteristics and neoplasm of this generation are Described.*

*Analyzed and presented recommendations in the interaction with representatives of generation Z in education and work.*

*Keywords: social situation of development; neoplasms; psychological features; generation Z.*

В системе образования сегодня активно обсуждается проблема взаимодействия педагогов с воспитанниками. Так как они являются представителями разных поколений и на многие вещи объективно смотрят по-разному, с нашей точки зрения, актуальным является вопрос рассмотрения социальной ситуации развития современной молодежи, относящейся к поколению Z. При описании социальной ситуации развития мы отталкивались от идей Л. С. Выготского. Очевидно, что процесс индивидуального развития человека развивается в культурном (социальном) пространстве и некотором промежутке времени. При этом существуют воздействия как со стороны социального пространства на личность, так и изменения человеком самого этого социального пространства. Процесс такого взаимодействия (отношений между личностью и средой) – это конкретные условия, в которых осуществляется возвращение индивидуальной программы развития и которые оказывают на нее соответствующее воздействие. Условия как система отношений между индивидом и средой могут быть благоприятными или неблагоприятными для индивидуального развития человека. Значит, его результаты в большей степени будут зависеть от конкретных условий, в которые попадает человек. И в первую очередь это будет сказываться на формировании тех новообразований, которые в меньшей степени обусловлены программой развития, заложенной в генотипе. Поэтому актуальность рассмотрения социальной ситуации развития поколения Z не вызывает сомнений.

Социальная ситуация развития – специфическая для каждого возраста система отношений ребенка с окружающим миром. Социальная ситуация развития данного возраста представляет собой исходный момент для всех динамических изменений, происходящих в развитии в течение данного периода. Она определяет целиком и полностью те формы и тот путь, следуя по которому ребенок приобретает новые и новые свойства своей личности, черпая их из среды как из основного источника своего развития, тот путь, по которому социальное становится индивидуальным [1, с. 23].

С другой стороны, для понимания развития человека важно приложение разработанного Б. Г. Ананьевым комплексного подхода, ориентированного на разностороннее рассмотрение многоуровневой, системной организации структуры человека. Именно такое соединение естественнонаучного и культурно-исторического взглядов легло в основу нашего исследования. Так как сегодня наиболее часто используется терминология теории поколений Нейла Хоува (Neil Howe) и Вильяма Штрауса (William Strauss), то мы решили рассмотреть данную теорию. Авторы данной теории поколений связали социально-психологические особенности представителей разных возрастных групп с экономическими циклами развития государств и про-

следили эти циклы на примере Америки за более чем 500-летнюю историю этого государства. По их мнению, каждый период длится примерно 20 лет.

Людей, рожденных в тот или иной период, объединяет не только набор ценностей, но и историческая миссия. Личность формируется под воздействием разных факторов: социума, семьи, активности самого человека и т. д., но людей одного поколения объединяют фундаментальные особенности мировоззрения, взгляды на жизнь, ценности. Для нас представляет интерес поколение Z – молодежь, которая родилась в начале 2000-х гг. Что для них характерно? Как можно описать их социальную ситуацию развития? В обществе сосуществуют различные поколения, наиболее социально активны последние четыре, но не всегда их взгляды на жизнь соотносятся друг с другом, поэтому важно понимать, в чем отличия представителей различных поколений. Сегодня творят историю представители поколений X и Y, но завтра им придет на смену поколение Z. Это молодые люди примерно 20-ти лет, которые сегодня получают образование. Поэтому для системы образования важно понимать, кто является ее потребителем, какими свойствами и психологическими особенностями обладает Z-представитель, какие элементы образовательной среды для него наиболее значимы, как подстроить систему образования под потребности представителей поколения Z. Именно эти задачи мы ставили в нашей работе. Если посмотреть, что говорят о представителях Z-поколения, то можно услышать, что они не читают книг, практически не гуляют на улице, играм на улице предпочитают общение с компьютером. Если посмотреть более вдумчиво на это поколение, то можно увидеть, что они являются экспертными потребителями различных гаджетов. Смартфон, айфон или компьютер для них – естественная среда обитания. Не читая книг в большом объеме, они, тем не менее, не менее экспертны, просто для них источник информации – ГУГЛ, который все знает.

Особенностью поколения Z является клиповое мышление, потому что они ищут ответы на конкретные вопросы. Они не хотят тратить время на глубокое и всестороннее понимание процессов и явлений, поэтому им нужно научиться обрабатывать информацию. Чему стоит поучиться у поколения Z: технологической продвинутости, решимости и открытости мышления. Поколение Z живет в мире, где благодаря быстрому научно-техническому прогрессу барьеры между физическим и виртуальным миром практически рухнули, поэтому Z-представители вообще не видят разницы между виртуальным и реальным. Для них намного проще купить необходимую вещь в Интернете, просмотрев сайты с предложениями и прочитав отзывы потребителей, чем ходить по магазинам в поисках необходимого.

Следующей важнейшей особенностью поколения Z называют персонализацию. Как и все поколения, поколение Z столкнулось с подростковой неуверенностью, стремлением «найти свою игру» и одновременным жела-

нием продемонстрировать свою уникальность. В нашем исследовании мы провели опрос студентов 1-го курса Института бизнеса БГУ, в нем приняли участие 62 студента специальности «Бизнес-администрирование» и 43 студента специальности «Логистика».

Приводим некоторые высказывания дословно: «У меня есть масса способов показать и предьявить себя миру: создание страничек в социальных сетях: в Контакте, в Фейсбуке, в Инстаграм; публикация постов в Инстаграм и твитов в Твиттере; лайков понравившейся мне информации. Это просто! Все, что нужно сделать, – посмотреть мою ленту в Facebook, и через несколько секунд вы будете знать, что я люблю». Таким образом поколение Z обладает беспрецедентными возможностями выбирать и контролировать свои предпочтения. Это прекрасная возможность, если использовать ее в благих целях. Однако при массовом доступе к сети Интернет и при возможности скрыть реальную картину, чтобы произвести определенное впечатление, Интернет сегодня дает как огромные возможности, так и многочисленные риски. Именно с целью профилактики деструктивных коммуникаций в веб-пространстве на кафедре психологии и педагогического мастерства в рамках переподготовки по специальности веб-психология создан одноименный курс с целью минимизации опасности, исходящей от веб-коммуникации.

На долю поколений X и Y пришлось много перемен, которые произошли в нашем обществе. Традиционные модели достижений успеха оказались не выигрышными, поэтому представителей X и Y переполняли уверенность в собственных силах и стремление достичь чего-то большего. Они планировали стать финансовыми магнатами или Марками Цукербергами, спасти мир или хотя бы создать свое дело, которому было бы уготовано великое будущее. И искренне верили, что они именно то поколение, у которого все получится. Уже их дети – Z-поколение росло с пониманием того, что для достижения успеха в жизни надо четко понимать свои цели и действовать в соответствии с ними. Для поколения Z характерны практичность и реалистичность. Обращаясь к результатам опроса, хочется упомянуть высказывание представителя поколения Z: «Наши подростковые мечтания о роли финансовых воротил уступают место страхам вообще ничего не добиться в жизни. Для того, чтобы преуспеть, надо смотреть на жизнь трезво и реалистично».

Следующей особенностью социальной ситуации развития поколения Z можно назвать синдром упущенных возможностей. Представители Z-поколения моментально получают информацию о том, что происходит в жизни и мире, потому что одновременно получают информацию сразу из нескольких экранов: смартфонов, айфонов, планшетов, ноутбуков и т. д. Причем телевизионные экраны для поколения Z теряют актуальность (72 % респондентов из нашего опроса отметили, что вообще не смотрят телевизор). Это

скорее всего связано с недостаточной оперативностью представления информации. От последних новостей из разных уголков мира до информации о том, кто кого пригласил на день рождения, поколение Z знает все и всегда. И это неудивительно, учитывая, что они черпают информацию не менее чем с пяти экранов одновременно – любая информация, образно говоря, находится на расстоянии клика. Быть в контакте для поколения Z все равно что дышать. Из опроса: «Наличие доступа к информации и контакт со сверстниками для нас как воздух. Страх что-то упустить заставляет нас все время контролировать свои аккаунты».

По данным нашего исследования, 44 % представителей поколения Z проверяют свои аккаунты в социальных сетях как минимум раз в час, а 7 % – раз в пятнадцать минут. Поколение Z – это поколение «сделай сам». Они критикуют традиционное образование за его длительность и ненаправленность на практику. Идеалами для представителей поколения Z являются люди, которые самостоятельно смогли освоить те или иные навыки и с их помощью добиться результатов. Атлеты, выигрывавшие чемпионаты мира, например, кениец Джулиус Йего – самоучка, чьим тренером был YouTube, – резко подняли планку значения выражения «сделай сам». Представители поколения Z стараются решить любые вопросы, связанные с недостатком каких-либо знаний или обучением каким-либо навыкам и т.д., самостоятельно, с помощью веб-пространства, где ответы можно найти на все. С целью проанализировать мотивацию представителей Z-поколения, в частности, мотивацию успеха и боязнь неудачи, мы использовали опросник А. А. Реана. Результаты получились следующие: у 41 % респондентов было более выражено стремление к достижению успеха, у 37 % – определенной тенденции не выявлено, у 22 % – более выражен страх неудачи.

Анализируя результаты изучения ценностных ориентаций представителей Z-поколения, мы получили следующие приоритеты:

- богатый внутренний мир и потребность защитить его, поэтому избегают конфликтов, ссор и противоречий;
- уважение к личному пространству других людей;
- высокий уровень достижения мастерства в выбранной сфере;
- стремление к лидерству.

Чему стоит поучиться у поколения Z: вере в собственные силы и способности быстро развиваться. Но сегодня встает и ряд проблем взаимодействия с представителями поколения Z: как их учить и как с ними работать.

«По большому счету поколение Z – это гении, но работодатели столкнулись с проблемами другого порядка при найме молодых людей:

- высокая уверенность в своей уникальности;
- своенравность;
- уже на этапе прохождения испытательного срока требование большой заработной платы;

- низкая вовлеченность в рабочий процесс;
- если работа перестает вызывать интерес, с легкостью увольняются, что создает постоянную текучку кадров» [2].

Д. Стиллман изучил поведение молодых людей на работе и дает несколько простых рекомендаций:

- ставить четкие цели и задачи, которые дают быстрый видимый результат, расписывая все нюансы;
- создание интереса через привлечение к участию в больших проектах, пусть это будет небольшой этап одной из задач, но ощущение причастности к чему-то большему очень хорошо мотивирует;
- общение на равных – центениалы авторитетов не признают;
- удаленная работа – самый привлекательный вариант для Z-тов;
- сроки работы должны строго регламентироваться – это единственное ограничение, которое приемлемо для этого поколения;
- поощрения и небольшие вознаграждения в конце каждого успешного завершения работы [3, с. 17].

Что касается образования, то оно «безнадежно устарело», так говорят учителя, столкнувшиеся с проблемой обучения поколения Z, все, что работало раньше: передача знаний из уст в уста, заучивание стихов или отрывков наизусть произведений – уже не работает. Да и сами учителя перестали быть авторитетом для учеников, поэтому в образовательной сфере очень остро стоит вопрос: как учить поколение Z, который остается открытым. Из небольшого по времени опыта взаимодействия и наблюдения за центениалами, педагоги выделили несколько параметров для успешного обучения:

- оснащенность классов современными гаджетами;
- вместо учебников – электронные книги и пособия;
- индивидуальный подход к каждому ученику вместо обычной «уравниловки»;
- создание мотивации и здоровой конкуренции среди учащихся;
- сложные темы подавать в виде презентаций с наглядными образами и минимумом текста;
- часть тестовых заданий должна быть в форме компьютерной игры (например, квеста);
- привлечение в школы и другие учебные заведения людей, достигших успеха в той или иной области;
- введение коучинга как предмета, чтобы дети учились правильно ставить цели и достигать их;
- занятия на сплочение команды и принятие совместных решений.

В 2016 г. Сбербанк России опубликовал интересные данные на основании исследования групп, в которые входили дети от 5 лет и молодые люди до 24-летнего возраста. Исследование включало в себя интервью с родителями, учителями, самими участниками фокус-групп, а также анализ по-

пулярных блогов. Центениалы, или поколение Z, – исследование Сбербанка позволило выделить ряд особенностей этого непонятого для старшего возраста поколения:

- у центениалов плохая бытовая ориентация вследствие родительской гиперопеки;
- они верят в свою исключительность и неповторимую индивидуальность;
- стремятся к быстрому успеху и гедонизму;
- тяжело преодолевают жизненные трудности, упорный труд не для них;
- считают, что построение глобальных перспектив неоправданно, важно жить сегодняшним днем;
- не признают авторитетов;
- с родителями часто дружеские партнерские отношения;
- не воспринимают критику;
- любят самосовершенствоваться;
- это поколение креативщиков и интернет-предпринимателей;
- в информатике, интернет-технологиях разбираются лучше учителей («родились с кнопкой на пальце»);
- фиксируют свое внимание на информации не более 8 секунд, поэтому важно преподносить им эту информацию кратко и наглядно, лучше в форме картинок;
- комфорт и тихое счастье для них превыше всего [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что проблемы, с которыми мы сталкиваемся при взаимодействии с представителями поколения Z, – это проявление их своеобразной социальной ситуации развития. И представителям других поколений X и Y, которые сегодня являются организаторами и творят историю, необходимо помнить, что им на смену придет поколение Z с описанными выше своеобразными проявлениями, которые надо принимать и находить возможности продуктивно взаимодействовать.

#### **Список использованных источников**

1. *Выготский, Л. С.* Психология развития человека/ Л. С. Выготский – М.: Изд-во Смысл: Эксмо, 2005. – 1136 с.
2. Поколение Z – что это такое и какие их характерные черты? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kak-bog.ru/pokolenie-z-cto-eto-takoe-i-kakie-ih-harakternye-cherty>. – Дата доступа: 31.01.2019
3. *Стиллман, Д.* Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / Д. Стиллман, И. Стиллман; пер. с англ. Ю. Кондукова. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 23 с.

**(Дата подачи: 08.02.2019 г.)**