

Теория поколений.

Воспитываем детей поколения Z

Авторы теории поколений, разработанной еще в 90-е годы в США - американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус, выявили, что люди отличаются не возрастом, а ценностями.

Зачастую мы говорим - Ох, уж эти «трудные дети»! Что за поколение! Ведь так мы говорим, глядя на сегодняшних «трудных детей». А может и дети то не такие трудные, а вся проблема в простом «непонимании поколений»?

Заинтересованные люди ищут разъяснения - что же это за дети – дети 21 века. И вот ученые создали «теорию поколений». По мнению сторонников «теории поколений», поколение — это группа людей, рождённых в определённый возрастной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, с похожими ценностями. Основа теории - именно их сходство, а не возраст и кризис отцов и детей, как полагалось ранее. Потому что мы в 15 лет, наши дети в 15 лет и наши бабушки в том же возрасте – совершенно разные люди, обладающие разными ценностями, так как воспитывались и росли, по сути, в разных условиях. Например, люди пережившие войну будут бояться голода и ценить трудолюбие, а их более счастливые дети будут хотеть отдыха и самореализации. Отсюда и вечный спор «отцов и детей».

«Весна» – период интенсивного роста, «лето» – стабильности и некоторой стагнации, «осень» – начало перемен, «зима» – время кризисов. Мы живем в период «зимы», но он сменится «весной» примерно к 2024 году. Теперь давайте разберемся, как формируются поколенческие ценности.

Осень Поколение Победителей или Герои (1900-1923)

Зима Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.)

Весна Поколение Беби-Бумеров (1943-1963 г.р.)

Лето Поколение X (1964-1984 г.р.)

Осень Поколение Миллениум или Y (1985-2000 г.р.)

Зима Поколение Z (с 2000 г.р.) Поколение Z (опять Молчаливое поколение)

Предполагается, что с 2023-2024 года начнется **поколение Альфа** – пока вообще неизвестное.

В каждое из времён года появляется поколение с определённым типом. У каждого архетипа своя задача и роль в обществе.

Существует четыре типа, которые одновременно присутствуют в мире в любой период, но находятся в разных «фазах»: Герои, Художники, Пророки и Странники.

«Герой» рождается Осенью, его задача — пережить кризис Зимы и в это время совершить свои героические подвиги, в результате его действий появляются новые события.

Задача «Художника», который рождается Зимой,— увидеть, как в результате действий Героев преодолеваются сложности, жизнь становится лучше, описать и даже приукрасить подвиги Героев в картинах и историях, а затем укрепить успех, развивать науку и культуру.

«Пророк» рождается Весной, и его главная задача — видеть улучшение жизни в стране, на основании этого создать в обществе новую мораль, религию, создавать планы и быть идеалистом.

Роль «Странников», которые рождаются Летом, во времена стабильности, — показать, что существующие моральные ценности устарели, и подготовить почву для появления новых Героев.

Поколение победителей

- **Основные влияющие события:** революции 1905 и 1917 годов, коллективизация.

Отличительные ценности: трудолюбие, ответственность, почти религиозная вера в светлое будущее, семья и семейные традиции.

Молчаливое поколение

Их ценности формировались под воздействием сталинских репрессий, Второй мировой войны и восстановления после нее.

Отличительные ценности: преданность, соблюдение правил, законов, уважение к должности и статусу, честь, терпение.

Поколение Беби-Бумеров

Их ценности формировались под влиянием событий: советская "оттепель", покорение космоса, СССР — мировая супердержава, "холодная война", первые пластические операции, создание противозачаточных средств, гарантированность медицинского обслуживания.

Отличительные ценности: оптимизм, заинтересованность в личном росте и вознаграждении, в то же время коллективизм и командный дух, культ молодости.

Поколение X

Их ценности формировались под влиянием событий: продолжение "холодной войны", перестройка, СПИД, наркотики, война в Афганистане. Олимпиада - 80

Отличительные ценности: готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, стремление учиться в течение всей жизни, поиск эмоций, прагматизм, надежда на себя, равноправие полов.

Поколение Миллениум или Y

События, сформировавшие ценности: распад СССР, теракты и военные конфликты, развитие цифровых технологий. Мобильные телефоны и интернет — их привычная действительность. Эпоха брендов.

Отличительные ценности: гражданский долг и мораль, ответственность, но при этом наивность и умение подчиняться. На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение.

А теперь подробнее... о поколениях участников образовательных отношений.

Поколение X (1964-1984)

Кто из нас родился до перестройки, это поколение X. Мы, такие дружные, играющие во дворах в резиночки, классики, войнушку и казаки-разбойники. Такие самостоятельные, с ключами на шее. Такие способные разогреть суп без микроволновки, назначить встречу без сотового телефона, и даже выучить уроки без контроля старших!

Отличные психологи. Умеют адаптироваться к любым ситуациям, находить язык с разными группами и аудиторией. Самые самостоятельные из всех поколений. Они с детства были предоставлены сами себе: родители всегда были на работе. Свободное время проводили на улице. Поэтому все умели делать сами – приготовить, одеться, сделать уроки.

Ответственные, даже слишком. Не любят неоправданную похвалу в свой адрес, сами не щедры на нее. С детства приучены к мобильности и самостоятельности (кружки, секции, лагеря). Успех для них – стабильная работа, машина, дом (квартира), семья и состояние «солнца», как в детстве.

Мы - поколение, улыбавшееся лету, морю и солнцу, мечтавшее о том, что когда-нибудь далекий запрещенный мир с той стороны моря войдет в нашу жизнь с белозубой улыбкой, с жевательной резинкой «Орбит» и охлажденным «Пепси».

Мы готовы вкалывать наравне с мужем, мы готовы учиться на протяжении всей жизни, мы не тратим время на походы к врачам, лекарствами мы снимаем симптомы, и снова в строй, мы из поколения тех, «кто везет, на том и пашут».

Все потому что наши родители, поколение Беби-бумеров, рожденные после войны, такие оптимистичные, такие умные, разрабатывающие лучшее оружие, летающие в космос, умеющие посчитать в уме умножение трехзначных чисел без калькулятора, доверяли нам, верили в нас и любили.

А что же бабушки? Представители Молчаливого поколения? Их практически уже нет в живых, но они передали свои ценности своим детям. Всегда полный стол вкусного. Даже если не предупредил о визите. То самое русское застолье. Самые вкусные пирожки, блины и лапша. Самые добрые глаза и самые теплые руки. «Съешь последнюю ложку, в ней вся сила». Помните? Потому что голод, потому что война, потому что еда – самое ценное. Поэтому гости, поэтому полный стол. И эти ценности они передали следующему поколению. Для них лучший подарок – это конфеты, потому что дефицитно, вкусно, и почти волшебное. Эта ценность так надолго передалась, что мы, в сытое время продолжаем дарить учителям и врачам конфеты.

Деньги стали для поколения Y и даже для поколения Z свободой. Вы не могли представить, что в детстве вам подарят деньги. Ну, или это был не самый желанный подарок. Это была просто бумажка. А лучший подарок это? Правильно, книга. А еще жутко хотелось кукол и лежащую коляску. А деньги? Как часто дети стали просить на праздник, да и просто так деньги. Даже от деда Мороза. У них все уже есть, велосипеды, тренажеры, гаджеты, игрушками завален дом. Поэтому что? Деньги. Это свобода выбора, это радость изыскания, это повседневная реальность.

Поколение Y (1985 - 2000)

поколение социальных сетей. У них часто несколько смартфонов, они много времени проводят в соцсетях, знают, какой товар и по какой цене им нужен. При этом им все равно нужны рекомендации консультанта и реклама. Когда дело касается покупок, его «доверенное лицо» – интернет.

У не торопятся начинать самостоятельную жизнь, обзаводиться собственным домом. Их привычная модель жизни – съемное жилье, часто на несколько человек, зато в центре, – новая модель коммуналки. Они не хотят концентрироваться только на решении профессиональных задач, как их родители, поэтому говорят о балансе работа–жизнь. Совмещают учебу и работу с занятиями спортом, музыкой и другими увлечениями – им важно найти себя и получить психологический комфорт, в том числе на рабочем месте. Престижная работа и высокая должность не самоцель.

Эти люди часто с несколькими высшими образованиями, с хорошей самооценкой. Они не будут «тянуть воз» за три копейки, как, например, предыдущее поколение Иксов. Они знают себе цену и уровень их зарплат и притязаний гораздо выше их предшественников. Им надо быть счастливым здесь и сейчас, иначе мир может снова измениться. Их формирование выпадает на то время, когда образовательная система не успевала меняться за рынком востребованных профессий. Многие из играков еще в институте поняли, что специальность, которую они только получают, уже давным-давно устарела или же устареет в ближайшие годы. Неудивительно, что они ищут свое место в жизни, меняют профессии, не могут найти своего места в этой жизни и все норовят сбежать в какую-нибудь другую реальность. Это они с гуманитарным и экономическим образованием, враз становятся дизайнерами и визажистами, или открывают свой бизнес, пробуя себя в новой роли.

Часто они уходят в виртуальные миры компьютерных игр, социальные сети, в которых ты можешь хотя бы попытаться казаться тем, кем в реальности не можешь стать. Если не блоггеры, то постоянные завсегдатаи инстаграмма, Facebook, «ВКонтакте», они справляются с огромным потоком информации, мимоходом ставя «лайки» и репосты. Но даже яркая, не имеющая ничего общего с настоящей жизнью, синтетическая реальность гламурных тусовок, проецируемая с экранов телевизора и страниц журналов, не дают им полного удовлетворения. Конечная цель всегда где-то рядом. Они не способны экономить, живут на полную катушку, тогда как Иксы, не смотря на все метания, ухитряются сводить концы с концами. Они ждут только развлечений и праздников.

Их установки при выборе работы – зарплата побольше и нежелание принимать на себя ответственность. На первом месте у поколения «Y» стоит материальная обеспеченность. Людям свойственно желать того, чего больше всего не хватает. Их детство выпало на 90-е годы, поэтому сейчас карьерный рост и возможность заниматься чем-то важным и быть полезным отходят на второй план. Их родители вкладывались в то, чтобы выжить и вытягивали детей, потеряв при этом какие-то высокие цели. Потолок ценностей снизился до: образование – выйти в люди, работа – заработать побольше, не принимая ответственности. Лучше быть клерком, чем менеджером, если зарплата устроит.

Поколение Z (с 2000 года)

правильнее назвать «домоседами». Дети этого поколения все время под присмотром, их практически никуда не отпускают одних. Еще их называют «поколением национальной безопасности», потому что именно ей уделяют особое внимание в школах, детских садах, дома.

Из-за этого у поколения сложилось ощущение небезопасности в обществе. Это первое поколение, которое родилось в цифровом мире и уже не может представить себе жизнь без мобильного интернета и других гаджетов. Они не жили без интернета, они думают, что эти вещи были всегда. **Они от рождения живут в мире без границ, правда, часто этот мир ограничен экраном монитора.**

Поколение Z с маленького возраста осваивает новые технологии, в два года оперируют устройствами как профессионалы. Они сами умеют сами себя занять к радости родителей. Интернет и умение работать с технологиями являются естественной средой жизни, Их дни рождения – сродни отмечания дня города, для них арендуются детские центры, устраиваются квесты, пекутся причудливые торты. И знаете, чего они не видели? Как люди зарабатывают деньги. Как они работают. Они живут среди развлечений, соцсети демонстрируют только приятные моменты, по телевизору шквал развлекательных программ, как будто праздник всегда. Кому труднее всего выбрать подарок? Современному ребенку. Потому что у них есть все. И это «все» постоянно совершенствуется. Они устанут от праздничного многообразия, от слишком сладкой жизни и создадут свой мир в компьютерной сети. У нас ценности - книги, у них - виртуальность. Это - их правда, это - их настоящее, и все, что мы можем сделать для себя и для них – понять.

Но представители поколения Z хуже разбираются в эмоциях и поведении других людей, демонстрируя более низкие социальные навыки. Им проще написать, чем сказать, проще подобрать смайлик, чем объяснить эмоцию. Они задают вопросы гуглу, а не учительнице, дорогу найдут по навигатору, а покупки сделают в интернете, причем не обязательно в той стране, где живут.

Они одновременно учат уроки, ведут смс-переписку с тремя друзьями, слушают музыку и разговаривают с бабушкой. Эта способность «видеть» одновременно несколько экранов приводит к тому, что скорость восприятия информации резко растет. **Это качество имеет свою обратную сторону – мозг, приученный к высокой скорости обработки информации, начинает скучать, когда информации мало.**

Именно эта разница в скорости восприятия информации у детей и нас педагогов старшего возраста приводит к множеству проблем – педагоги не могут удержать внимание детей и сердятся на них из-за этого. !!!Часто родители ограничивают «виртуальную жизнь» детей, опасаясь за их психику. Действительно, исследований, как влияет цифровой мир на детскую психику пока немного, а мы зачастую живем в плену старинных стереотипов о том, что нельзя детям сидеть за компьютером больше часа в день.

Западные исследования определили, что дети поколения Z отличаются **повышенным чувством ответственности**, причем не только за себя, но и за окружающий мир. Они многое умеют и могут. Дети поколения Z являют собой странную смесь детской непосредственности и взрослых умений, такой ребенок-не ребенок, живущий в каком-то своем мире и иногда поражающий глубиной восприятия жизни.

РЕКОМЕНДАЦИИ!!!

Как родителям воспитывать, а педагогам учить людей другого поколения?

Вся система взаимодействия строится на условных принципах взаимодействия, с которыми я предлагаю познакомиться:

1. Принцип супермена

Главная мотивация поколения Z — интерес. Отсутствие скуки и захватывающие задачи — часть состояния комфорта поколения Z. Ребенок может в короткий срок решить несколько задач одновременно без потери качества — преимущество поколения. Они супермены в этом деле. Но он не готов браться за задачу, сути которой не понимает. Для него важно знать: что он делает, почему, зачем и как это согласуется с целями.

«Благодаря увлечению соцсетями Дима проконсультируется у других специалистов и друзей. На это он затратит в несколько раз меньше времени, чем Люси. Хотя Люси может быть образованнее Димы. Дима плохо запоминает информацию, но он знает, где её искать. И делает это быстро. Его решение отразит современные тенденции.

Дима относится к начальнице Люси по-приятельски: в его картине мира нет иерархии. Люди равны. Если у Димы есть вопрос, он напишет Люси личное сообщение, а не обратится к коллеге за советом. Дима уважает Люси не как начальника, а как человека. Это единственная возможная форма общения с поколением Z».

2. Быстрый результат

Дима, в отличие от Люси, реалист. Он видел, как разбиваются о реальность жизненные иллюзии его старших братьев и сестер. Он не хочет браться за заведомо невыполнимые задачи, чтобы не разочаровывать. Дима любит побеждать и совсем не любит проигрывать. Задача для поколения Z не должна быть амбициозной. Она должна быть реально осуществима.

В отличие от Люси, Дима не настроен на карьеру. Карьера — долгосрочное планирование, медленное движение по ступеням вверх. Диме скучно. Он работает не ради должности и денег, а ради интереса. Деньги — бонус, который помогает ему оплачивать путешествия, развлечения, курсы. Дима — исполнитель. Но не тупой исполнитель задач, а думающий. Ему интересно решать задачи так же, как головоломку.

3. Обещание награды

Дима рос в окружении наград и трофеев. Он не считает приз в конце этапа выдающимся. Но приз показывает Димину ценность. Награда может быть незначительной или номинальной, но она должна появиться через обещанный срок.

Поколение Z предпочитает незначительное повышение через конкретный срок, чем серьёзное повышение за высокое достижение неизвестно когда.

Поколение Z не готово ждать. Оно росло в относительной безопасности и комфорте, где каждое желание удовлетворялось в течение года. Они не заглядывают в будущее. Их горизонты ближе.

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

1. «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. 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. (коллективные работы, работа в паре)

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

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

3. Представителям поколения Z необходимы разъяснения и инструкции

Требования и подсказки лучше составить в виде инструкции, поскольку поколение Z не привыкло долго слушать.

4. Зеты ждут индивидуальных задач и поручений

Попробуйте общаться с детьми 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.

5. Критиковать детей 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, баловстве, нарушении моральных норм. Скорее, расценят напористую критику воспитателя как знак того, что он не понимает их. Между тем, с их точки зрения, все их поступки логичны, последовательны и понятны.

6. В качестве воспитателя «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 воспитанников благодаря своим знаниям и опыту. Девиз зета: «Слушай меня, понимай меня, говори со мной, цени меня». Агрессивный стиль воспитания может испугать их, они замкнутся еще больше.

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

Хотя бы за старание и усердие, готовность помочь окружающим.

7. «Зеты» неохотно запоминают информацию, надеясь на технологии.

1. Хорошо структурируйте учебный процесс.

2. Обеспечивайте «обратную связь».

3. Сделайте учебный материал «ярким и зримым».

4. Руководите мудро, давая детям возможность продемонстрировать свои знания.

5. Подавайте материал в оптимистичном тоне.

6. Используйте время эффективно. Представители «Поколения Z» не способны удерживать внимание на чём-то одном больше 10 минут — оно ослабевает.

7. Чаще меняйте вид деятельности.