

image not found or type unknown



Теория поколений была создана в 1991 году американскими учёными Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом. Адаптацию теории поколений для России в 2003—2004 году выполнила команда под руководством Евгении Шамис.

В общих словах теория поколений показывает, что промежуток времени, в который родился тот или иной человек, влияет на его мировоззрение. Человеческие ценности (общественных, политических, экономических, социальных, технологических) и воспитания в семье (что хорошо и плохо, что можно делать и что нельзя).<sup>1</sup>

Формирование ценностей происходит согласно данной теории примерно до 12—14 лет.

Границы поколений зависят от уровня развития технологий в стране, где родились молодые люди. Например, в США к поколению Z относят детей, родившихся с 1995 года, в Японии родившихся 1985 году. В России выделяют следующие поколения:

Величайшее поколение (1900—1923).

Молчаливое поколение (1923—1943).

Поколение беби-бумеров (1943—1963).

Поколение X («Икс») (1963—1984).

Поколение Y («Игрек») (1984—2000).

Поколение Z «Зэд» (с 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, пришлось 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)**

Ценности этих людей формировались до середины 50-х годов. Все мы помним этот интервал времени: Великая Отечественная война, сталинские репрессии, сначала разрушение страны, потом восстановление; открытие антибиотиков.

Понятие «семья» для них — святое понятие. Только в семье он может говорить на любые темы, обсуждать проблемы, потому что родные точно не предадут и не подведут. В остальных же местах они будут контролировать себя. Отсюда и название поколения — молчаливое. То, что в это время были открыты антибиотики, которые перевернули всю мировую медицину, внушило им безоговорочное уважение к врачам. Слова докторов — это закон, который не поддается обсуждению. Люди, принадлежащие к данному поколению, уважают законы, должности и статусы других людей, они очень законопослушны. Отдыху них часто связан с пополнением запасов, в шкафах соленья, варенья и консервы.

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

События, оказавшие наибольшее влияние на формирование ценностей людей данного поколений: конечно, победа в Великой Отечественной войне, советская «оттепель», покорение космоса, единые стандарты обучения в школах и гарантированность медицинского обслуживания.

Наименование поколение получило из-за послевоенного всплеска рождаемости. Они выросли в настоящей супердержаве.

Они верили в свою страну так, как не верили ни до них, ни после них, и верят, наверное, до сих пор. События, которые предопределили судьбу этого поколения, очень мощные. Эти люди — оптимисты, командные, коллективные люди.

На пик максимальной активности «бумеров» в 1960—1970-х годах откликнулась даже неповоротливая советская экономика. Именно тогда в стране появились сети

специализированных магазинов «Свет», «Радио», «Охотник-рыболов» и другие.

Лучший спорт для них — это футбол, хоккей. Лучший отдых — туризм. В других людях они очень уважают любознательность. Сейчас представители этого поколения, «бумеры», достаточно активны, ходят в фитнес-центры, бассейны, осваивают новые гаджеты и интернет, ездят по другим странам в качестве туристов.

### **Поколение X, или Неизвестное поколение (1963—1984)**

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

Это так называемое поколение с ключом на шее, дети, которые приучались к ранней самостоятельности, сами делали уроки, умели разогревать себе обеды, оставленные на плите. Их родители — «бумеры» считали, что чем лучше ребенок научится справляться с трудностями, тем проще ему будет жить. Поэтому они не облегчали жизнь своим детям и могли даже усложнять из педагогических целей.

«Иксы» делают выводы, основываясь на собственном опыте, но при этом сильно ориентированы на мнение близких людей. Они, в отличие от предыдущего поколения, больше любят индивидуальные виды спорта — большой теннис, горные лыжи. Они очень дорожат временем, все время торопятся. Все компании, делающие бизнес на полуфабрикатах и фастфуде, должны быть благодарны своим появлением именно представителям поколения X.

Все дело в том, что представители поколения X очень прагматичны, они понимают, что фастфуд — это не полезно, зато быстро. Также и при выборе лекарств они выберут более сильнодействующее, осознавая, что, возможно, это не лучший вариант для качественного выздоровления.

Что в это время происходит в мире во время взросления людей поколения X? Закрытость страны, застой, холодная война, война в Афганистане, появление наркотиков, начало перестройки. А также такое важное явление пришлось на это время, как бум разводов. Семейные ценности в это время очень пошатнулись, многие женщины — представители данного поколения стали заниматься бизнесом, стремиться к самостоятельности.

Главная ценность «иксов» — иметь возможность выбора. Лучшая работа для них — та, которая позволяет проявить свои творческие способности. «Иксу» не обязательно все время менять работу, но постоянно реализовываться нужно. Патриотизм у представителей данного поколения выражен гораздо слабее, чем у предшественников, чтобы понять причины этого, достаточно еще раз взглянуть на перечень событий, пришедшихся на время их взросления. Для «икса» родина — это в первую очередь малая родина, или очень малая: семья, близкий круг друзей, тот, который он сам считает своим.

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

Ценности: свобода, развлечения, результат как таковой. В систему ценностей этих людей также включены понятия «гражданский долг» и «мораль», «ответственность», но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться. На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение.

В исследованиях поколение Y еще называют Поколением большого пальца в связи с тем, что сотовый телефон для них существовал практически всегда, и эти ребята умеют очень быстро писать SMS. Они очень похожи на представителей Величайшего поколения, представители которого родились в начале прошлого века. Такие же категоричные. 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.

Наркомания, табакокурение, алкоголизм вышли в ряд основных проблем, обсуждаются на самом высоком уровне, вплоть до межгосударственного. 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». 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. Когда ему говорят, что надо поработать десять лет в организации, и твой труд будет

вознагражден обеспеченной жизнью, он отвечает: «Какие десять лет? У нас может быть другая страна через десять лет. Ведь жизнь так быстро меняется. Десять лет назад не было ни смартфонов, ни быстрого интернета, ни даже Шенгенской зоны в Европе».

И он прав. 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. Если «игреки» будут выбирать спорт, то это будет скорее красивый спорт, нежели полезный.

### **Поколение Z (с 2000)**

И, наконец, скажем немного о поколении людей, родившихся после 2000 года и продолжающих рождаться по сей день. Про это поколение пока известно немного, так как ценности поколения Z в процессе формирования.

В основе самой теории поколений есть предположение, что поколения не только отличаются друг от друга, они еще и цикличны. Так, как было сказано выше, представители поколения Y чем-то похожи на «величайших». Есть также мнения, что поколение Z будет очень походить на «молчаливое поколение», которое появилось на свет перед Второй мировой войной. Конечно, мы можем только предполагать, но если теория поколений верна, то они будут примерно такими же, как и те, чье детство пришлось на военные и послевоенные годы.

Какие глобальные события происходят сейчас, во время взросления детей из поколения Z? Мировой финансовый кризис, укрупнение бизнеса, создание торговых сетей.

Их молчаливость может быть обусловлена еще и повсеместным распространением различных средств связи, они делают выводы на основе информации, которую получили из интернета. Неуклонно сокращается доля живого общения с людьми в пользу виртуального.

Прежде чем мы обобщим сказанное выше по теории поколений, обращу внимание еще на то, что годы рождения, указанные применительно к каждому поколению, — рамки примерные. Многое зависит от конкретного региона, в котором рос человек.

Скажем, если в крупных городах поколение Y появилось на свет в 1983—1984 годах, то в глубинке еще в 1986 году рождались X. Кроме того, есть люди, которые родились на границе поколений, в таком случае у них могут быть ценностные характеристики, присущие и тому и другому поколению.

А вот как описывает Поколение Z американский детский психолог Шерри Постник-Гудвин: «Они предпочтут текстовое сообщение разговору. Они общаются в сети – часто с друзьями, с которыми никогда не виделись. Они редко бывают на улице, если только родители не организуют их досуг. Они не представляют себе жизни без мобильных телефонов. Они никогда не видели мира, в котором не было высоких технологий или терроризма. Компьютеры они предпочитают книгам и во всём стремятся к немедленным результатам. Они выросли в эпоху экономической депрессии, и от них всеми ожидается лишь одно – быть успешными. Большинство из них очень быстро взрослеют, видя себя значительно старше своих лет».

## **Глава 2**

Представители поколения Z активно используют планшеты, iPad, VR- и 3D-реальность. Зачастую термин «поколение Z» рассматривается в качестве синонима термина «цифровой человек». Поколение Z интересуется наукой и технологиями (например, предполагается, что многие представители поколения будут заниматься инженерно-техническими вопросами, биомедициной, робототехникой), а также искусством. Также предполагается, что поколение будет экономными и будет вести здоровый образ жизни.

Традиционно люди поколения Z рассматриваются как дети родителей из поколения Y, пограничников поколения X-миллениум или иногда даже поколения X. То, что предыдущие поколения называли «новыми технологиями» или «технологиями будущего», для поколения Z уже настоящее. Это первое по-настоящему цифровое поколение. Родителей же детей, ставших впоследствии поколением Z, называют цифровыми иммигрантами, так как в их детстве подобных технологий не было. Теперь интернет не ограничивается домашним компьютером и может быть доступен в любой момент, благодаря новым мобильным телефонам, смартфонам или карманным устройствам. К тому же поколение Z — первое поколение, полностью родившееся во времена глобализации и постмодернизма. Также отмечается, что многие родители людей из поколения Z работают неполный рабочий день или даже берут работу на дом, больше времени уделяя воспитанию детей. В обществе уделяется большое внимание вопросам безопасности.

Принципиальное свойство нового поколения заключается в том, что у него в крови высокие технологии. С ними оно обращается на совсем ином уровне, чем даже представители Y. Это поколение родилось в эпоху постмодернизма и глобализации. Оно аккумулировало черты предшественников, близких по времени, а также черты, которые мы уже ощущаем, но пока еще не в состоянии точно сформулировать. Сделать это нам будет легче лет через 10-20. Однако «строительным материалом» являются отрицание иерархии, наглость, нарциссизм и эгоизм.

Ценности бывают разные, но их можно объединить в четыре основные группы: здоровье (физическое благополучие и безопасность), семья, социальные ценности (карьера, материальное положение) и ценности духовные (образование, культура). Ценности здоровья для нового поколения будут еще более актуальны. Люди будут осознавать, что для поддержания здоровья при современном образе жизни нужно прикладывать больше усилий, и потребление в этой сфере будет расти. А вот вторая группа ценностей – семейные – в глазах нового поколения обречена на постепенную девальвацию. Перемещение внимания будет происходить в сторону социальных ценностей – карьера и благосостояние. Но вспоминая про гиперактивность, повышенную конфликтность и проблемы с эмоциями можно ожидать, что это общество будет склонно к более острой конкуренции людей друг с другом, конкуренции не корпоративной, а персональной. Новое поколение будет еще больше, чем предшественники, стремиться расталкивать окружающих локтями для достижения личных целей. А четвертая группа ценностей – духовная – для значительной массы молодежи опять же будет обесцениваться. Группа людей высококультурных, для которых образование, духовность, личностное развитие имеют высокий приоритет, будет сокращаться.

Пока еще непросто заглянуть за горизонт, для того чтобы понять, зачем эти качества нужны эволюции человека. Вполне вероятно, что они начнут обслуживать что-то, не до конца понятное даже сегодняшними тридцатилетними. Можно делать в настоящее время только робкие предположения о том, что, переболев болезнями, это обвиняемое в нарциссизме и эгоизме поколение сделает шаги к сбалансированному стилю жизни будущего. Для него характерна работа для общественной пользы и созидательного удовольствия, создание семьи из личных чувств, а не потому, что быть одному считается неприличным в обществе, решение завести ребенка не для того, чтобы в старости избежать одиночества, а чтобы передать ему жизненные ценности. Для поколения Z возможны также негативные сценарии. Многие могут прояснить лишь время. Ведь самым старшим представителям этого поколения едва исполнилось 18 лет. Однако они уже

пользуются дурной славой. Маркетинговые компании и СМИ объявили, что это поколение «экранозависимо», а концентрация внимания у них очень плохая. На их плечи также взваливают спасение мира и необходимость исправления ошибок прошлого. Отметим, что теория поколений зачастую не обладает достаточной научной точностью, и исследования в этой области – процесс запутанный. Это касается и последних научных статей. Многие недавние исследования, тема которых – теория поколений, полны стереотипов и предубеждений. Представители поколения Z не заслуживают такого несправедливого отношения. Уже сейчас эта группа составляет около четверти населения, а уже к 2020 году около 40% потребителей будет приходиться именно на нее. Поэтому для взрослых крайне важно понять это поколение.

### **«Восьмисекундные фильтры»**

Если верить недавним исследованиям, то можно отметить, что у поколения Z продолжительность внимания сократилась до 8 секунд. Они не могут сосредоточиться ни на чем более длительное время. Однако правильнее было бы говорить, скорее, о «восьмисекундных фильтрах». Представители этого поколения выросли в мире, в котором возможности просто безграничны, а вот времени на все не хватает. Именно поэтому они адаптировались к необходимости очень быстро оценивать и просеивать огромные объемы информации. В мобильных приложениях и сети интернет они полагаются на секции и вкладки, где собран наиболее свежий и популярный контент. Представители поколения Z легко анализируют огромные объемы информации, быстро выискивая нужные ответы. Если вы не можете большой объем информации выразить пятью словами и одной большой картинкой, то вам не достучаться до представителей поколения Z.

Работа для поколения Z – это просто набор задач, которые необходимо выполнить к тому или иному сроку. Нечто вроде компьютерной игры, в которой герой должен успеть построить замок до наступления ночи – иначе его съедят враги. Утром или днем герой может вообще ничего не делать, ведь условие игры звучит так: замок должен быть построен ДО наступления темноты. А справляться с задачами ДО установленного конкретного срока «зеты» приучены.

### **Следование за кураторами**

Представители этого поколения следуют за кураторами. Они доверяют им, пытаются понять, где находится наиболее адекватная информация и лучшие развлечения. Все эти инструменты необходимы поколению Z для того, чтобы уменьшить

потенциальный выбор из множества вариантов. Однако если эта группа посчитала что-либо достойным своего внимания, ее представители могут стать преданными делу и очень сосредоточенными. Интернет в их эпоху позволил любую тему изучать глубоко и узнавать очень многое от своих единомышленников. Поколение X и Z Радар этого поколения настроен на поиск стоящего их времени. Для того чтобы завоевать их внимание и преодолеть эти фильтры, следует обеспечить переживания, приносящие немедленную пользу и являющиеся очень увлекательными.

## **Социальные взаимодействия**

Поколение Z развивается в век чатов, форумов, сообществ. Они вроде бы и вместе, но каждый в своем гаджете, каждый у себя дома. Семья для них самое безопасное место на земле: «Увидимся» - «Спишемся». Этим детям свойственна высокая социальная активность и необходимость постоянно обмениваться информацией. Плохо воспринимают большие тексты и быстро ориентируются в визуальной информации.

Поколение Z медиа часто рисуют как группу жителей Сети, социально неумелых. Люди более старшего возраста не могут понять, для чего молодежь столько времени проводит в онлайн.

## **Влияние социальных медиа поколение z**

Поколение Z на личном уровне стремится быть немедленно принятым и одобренным посредством социальных медиа. Именно здесь проходят важные беседы, находятся их сверстники. С помощью социальных медиа они управляют несколькими личностями для того, чтобы суметь удовлетворить каждую из аудиторий, а также уменьшить риск конфликта. Поколение «зет» на профессиональном уровне очень внимательно относится к негативным стереотипам, которые преследуют поколение Y. Его представители стремятся выделиться способностью выживать и усердно работать в офлайне. Поколение Z находится между двумя силами: социальные медиа ему необходимы для того, чтобы строить личные бренды, однако оно не хочет, чтобы соцсети определяли то, кем его представители являются на самом деле. Те, кто принадлежит к поколению Z, стремятся к одобрению общества, однако не хотят быть дифференцированными в смысле профессии.

Дети хотят достигать результата, но не любят ждать. У них нет усидчивости и терпения.

Ориентация на успех. «Я еще не знаю кем я буду, но обязательно добьюсь успеха»

## **Истина посередине**

Общество склонно или критиковать молодость за то, что она что-то делает иначе, или романтизировать ее. Однако в действительности зорро-поколение (Z) находится где-то посередине. Его представители сталкиваются с проблемами, возникающими на определенном жизненном этапе у всех: расставанием с родителями, началом карьеры, формированием личной идентичности. Однако им приходится делать это в стремительную технологическую эпоху.

В итоге можно назвать одним из главных признаков современных подростков по данной теории это то, что они являются «цифровыми людьми». Главный фактор влияющий на формирование подростка – поколения Z это информатизация и компьютеризация.

## **Глава 3**

В данной работе был использован один из методов социологического исследования. Социологическое исследование - это система логических последовательных методологических и организационно-технологических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверные объективные данные о изучаемом явлении. Одним из методов является опрос – это социологический метод получения информации, при котором респондентам (людям, которых опрашивают) в письменной или устной форме задают специально подобранные вопросы и просят ответить на них) Опрос наиболее распространенный вид социологического исследования и одновременно самый широко используемый метод сбора первичной информации. С его помощью собирается от 70% до 90% всех социологических данных.

Для подтверждения или опровержения гипотезы использовался такой вид опроса, как анкетирование.

При анкетировании опрашиваемый сам заполняет вопросник в присутствии анкетера или без него.

Для проведения опроса была разработана следующая форма анкеты.

1. Какие гаджеты вы используете(перечислите):
2. Какую бы вы выбрали профессию в будущем?

3. Постоянный ли у вас доступ в интернет?

а) Да б) Нет

4. Сколько времени вы проводите в сети интернета?

5. Как вы проводите своё свободное время?

6. Что вы предпочитаете общение в живую или в сети? (подчеркните)

7. Что бы вы выбрали, если бы вам предложили куда-нибудь сходить в выходные?

а) театр б) кино в) цирк г) дома в интернете

д) дома смотреть телевизор е) свой вариант:

8. Считаете ли вы, что ваше поколение отличается от предыдущих и чем?

9. Как бы вы охарактеризовали современное поколение? (можно прил.)

Было опрошено 63 респондента (учащиеся с 5-9 класс)

На основе анализа анкет были сделаны следующие выводы.

Вопрос №1.

Из 63 респондентов только один ребёнок не имеет гаджетов. Остальные 62 в основном имеют: ноутбуки(31 учащийся), планшеты (20 учащихся), телефоны (62 учащихся). Можно предположить, что один учащийся имеет более одного гаджета. Это связано с их доступностью в магазинах.

На вопрос №2. Какую бы вы выбрали профессию в будущем?

Я нашел и получили достаточно большое разнообразие ответов. Нельзя выделить какие то профессии, которые повторялись бы более 3 раз. Самое главное, что 78% учащихся уже точно знают, кем они будут в будущем.

На вопрос №3. Имеете ли вы постоянный доступ в интернет? Требовался однозначный ответ да или нет.

Да, ответили 52% респондентов. Можно сделать вывод, что половина учащихся в любое время может воспользоваться интернетом для поиска информации или общения в соцсетях, даже во время урока.

На вопрос №4. Сколько времени вы проводите в сети интернета?

Большая часть учащихся (61%) сидят в «сети интернета» от 3 до 10 часов в день (Учитывая, что 8 часов они спят, 8 часов в школе, примерно 2-3 часа на выполнение домашнего задания, получается, что свободного времени остается всего лишь 5 часов). Как они успевают столько времени проводить в интернете? И только 23% респондентов указывают, что проводят в сети интернет от 15 до 60 минут в день.

Вопрос №5. Как вы проводите своё свободное время?

В результате опроса 36%, в своё свободное время, гуляют на улице, 30% играют в интернете в различные игры, 25% занимаются творчеством, 7% занимаются спортом. Лишь 2% проводят свой досуг бесцельно.

Вопрос №6. Что вы предпочитаете общение в живую или в сети? (подчеркните)

Как бы не было удивительно, но по результату опроса 69% указали на то, что они предпочитают общаться в живую больше, чем в сети. Но мы не уточняли вопрос, поэтому они может и предпочитают, но не значит, что общаются.

Вопрос №7. Что бы вы выбрали, если бы вам предложили куда-нибудь сходить в выходные?

а) театр б) кино в) цирк г) дома в интернете

д) дома смотреть телевизор е) свой вариант:

Нашим респондентам было предложено 6 вариантов куда сходить в выходные, 53% выбрали сходить в кино, и лишь 14% хотели бы провести выходные дома в интернете. Можно сделать вывод, если бы их досуг был организован они с радостью бы согласились провести его более культурно.

На вопрос №8. Считаете ли вы, что ваше поколение отличается от предыдущих, и чем?

61% учащихся указали, что современное поколение отличается от предыдущих, указывая на то, что у современных подростков более совершенная техника, у них есть доступ в интернет, и они немного ленивы. Можно предположить, что сами подростки четко понимают свое преимущество перед более старшим поколением и указывают на свой недостаток.

Вопрос №9. Как бы вы охарактеризовали современное поколение? (можно прил.)

30% не смогли дать чёткой характеристики современному поколению, и ещё 30% указали, что самая главная характеристика современного поколения — это интернет-зависимость. То есть можно сделать вывод,

**Вывод:** Данная работа не претендует на роль полноценного социологического исследования, так как имеет ряд недостатков. Во-первых то, что анкетированию подверглись не все.

В идеале такое исследование целесообразно было бы провести более масштабным.

Было неожиданные ответы, которые дали учащиеся, но всё-таки у учащихся много гаджетов и, половина из них имеет постоянный доступ в интернет, но при этом они продолжают общаться в живую и в свободное время ходить гулять.

Связано это может быть с тем, что Полевской – это провинциальный город, и массовая доступность интернета и разнообразных гаджетов пришло немного позже, чем в городах мегаполисах.

## **Заключение.**

В первой главе мы познакомились с современной «Теорией поколений», узнали какие поколения существуют сегодня. Эта теория не претендует на универсальность, но в доступной форме объясняет отличие одного поколения от другого, выделяя основные факторы: экономические, политические, технические. В результате этих факторов формируется общие признаки для всего поколения. Конечно, нельзя не учитывать индивидуальные особенности каждой личности в отдельности, но общие представления о поколениях можно получить. По современным исследованиям, следующим поколением будет «альфа».

Во второй главе были рассмотрены основные признаки современных подростков – поколения Z. Выделили те факторы, которые влияют на формирование нового поколения: глобализация, информатизация и т.д. самые главные признаки поколения (по нашему мнению): активное использование «гаджетов», интерес к науке и технике, эгоизм, наглость, «экранозависимость», «восьмисекундные фильтры», работа по плану, виртуальное общение, Проводя свое исследование, я поняла, что почти все это, про нас. Это мы делаем несколько дел одновременно, это мы считаем, что гаджет нам выдали при рождении, это у нас 500 друзей в контакте (которых чаще всего мы не видели в живую), и это мы можем найти нужную нам информацию со скоростью интернета.

В третьей главе была представлена, разработанная мною анкета, и результаты ее проведения. Гипотеза подтвердилась частично. В результате было решено разработать анкету в онлайн-режиме, для быстрого определения «Цифровой ты человек или нет?», разработан буклет для родителей «Как общаться с современным подростком?»

На сегодняшний день полученная мною информация очень важна как педагогам, так и родителям. Ведь взрослым, чтобы понять детей, нужно знать какие они. Как с ними общаться, что их интересует. На основные характеристики нового поколения влияют объективные процессы, происходящие в обществе: глобализация, компьютеризация, повсеместное использование интернета. Мы не вправе обвинять их в использовании интернета для поиска информации, использовании современных технологий, которые им доступны. Можно сделать вывод, что современные дети не похожи на предыдущие поколения.

Уважаемые взрослые! Не пытайтесь изменить ребёнка и сделать из него человека, с такими же убеждениями, установками и взглядами как у вас. Примите этот факт – мы сейчас другие. Помогите нам войти во взрослую жизнь, поделитесь своим опытом и присмотритесь повнимательнее – возможно, вам тоже есть чему научиться у нас. Но для более полноценного исследования можно в следующей работе сравнить поколения между собой, задавая им одни и те же вопросы. Я думаю, что все познается в сравнении. Можно создать фильм по данной теме.

Я бы и дальше хотела заниматься социологическими исследованиями по проблемам современных подростков, чтобы помогать им познавать себя и решать эти проблемы.