


# ПСИХОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

«Поколение Z»  
и «цифровое будущее»





Поколение – это не столько возраст, сколько система ценностей и образ мыслей. Индивидуальные особенности взросления важны, но всё же большую роль в формировании личности, играет совокупность социальных, экономических, политических и технологических факторов. Главный фактор, определяющий отличие поколения Z от поколений X, Y и всех предыдущих, – технологический бум.

Поколение Z – первое поколение, которое не знает мира без цифровых технологий. Многие его представители родились уже после того, как интернет стал неотъемлемой частью повседневной жизни.

«Как это ни странно, но у социологов и демографов нет единого мнения о том, кого считать представителем поколения Z. Граница, – говорят они, – зависит от уровня развития технологий в стране, где родились молодые люди».

Так, многие западные социологи называют первыми «зэтами» тех, кто родился в 1991 году – в год появления общедоступной всемирной сети, другие ведут отсчет только с 2001 года – когда интернет получил широкое распространение. В Японии, опережающей всех по уровню внедрения цифровых технологий в повседневную жизнь, к поколению Z относят даже тех, кто родился в конце 1980-х годов. В странах СНГ, очевидно, первые «зэты» появились не ранее середины 1990-х.

Обобщив самые распространенные точки зрения, эксперты делают такой вывод: к поколению Z можно причислить подростков и молодых людей в возрасте от 11 до 20 с небольшим лет. От всех прочих предыдущих поколений этих юношей и девушек отличает то, что они с детства знакомы с цифровыми технологиями.

Зачастую термин «поколение Z» рассматривается в качестве синонима термина «цифровой человек». Традиционно люди поколения Z рассматриваются как дети родителей из поколения X, пограничников поколения X-миллениум или иногда даже поколения Y. То, что предыдущие поколения называли «новыми технологиями» или «технологиями будущего», для поколения Z – уже настоящее.

Современная теория поколений зародилась в начале 90-х годов прошлого века. Ее авторами стали два американца – экономист, демограф Нейл Хоув и драматург, историк Вильям Штраус. Независимо друг от друга они изучали такой популярный социальный феномен, как конфликт поколений. И одновременно пришли к одинаковым выводам.

Ученые обратили внимание на то, что модели поведения людей, принадлежащих к одному поколению, совершенно не похожи на модели поведения представителей поколения другого в пору того же возраста.

Проще говоря, сегодняшние 20-летние люди в одних и тех же ситуациях ведут себя примерно одинаково, но совершенно не так, как вели себя в том же возрасте их отцы, деды и прадеды. А вот с прапрадедами прослеживается явное сходство.

Объединившись, исследователи в 1991 году написали книгу Generations («Поколения»). В ее основу Хоув и Штраус положили мысль о том, что поведение человека зависит от того, в каких условиях он жил и воспитывался до 12 – 14 лет. Именно до этого возраста у нас формируется собственная система ценностей, которую мы потом и проносим через всю жизнь.

Поколение – это группа людей, рожденных в определенный возрастной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, и как следствие, являющихся носителями единой системы ценностей. Мы этих ценностей не замечаем, они действуют незаметно, но во многом определяют наше поведение: как мы общаемся, как решаем конфликты и строим команды, как развиваемся, что и как покупаем, что нас мотивирует, как ставим цели и управляем людьми.

Западные психологи констатируют: сегодня в 7 лет ребенок гораздо взрослее, чем в эру до интернета. «Мы могли бы воспитать поколение маленьких взрослых, где 7 лет были бы новыми 17», – замечает детский психолог Эндрю Фаллер. Сегодняшних десятилеток можно вполне назвать подростками. «Гормональный уровень и психика у них на том же уровне, что у четырнадцатилетних 20 лет назад», – считает детский психолог-психотерапевт Ольга Артемова из психологического центра «Пространство».

Участники исследования IQ marketing в 8 – 13 лет уверены, что их возраст – уже не детство. Взрослыми себя считают 70 % участников. 61 % замечают, что это понимают не все окружающие. 10 % респондентов заявили, что такое непонимание их даже раздражает.



Именно в интернете протекает основная активность поколения Z. Им проще воспользоваться поисковиком, чем спросить что-либо у взрослых. Участникам исследования IQ marketing предложили задачу: «Ты сидишь один дома, и тебе надо очень быстро узнать, что такое «тираннозавр рекс». Как ты это сделаешь»? 44% детей сказали, что залезут в интернет. Поколение «почемучек» безвозвратно ушло в прошлое.

Если поколение Y критиковали за недостаток сосредоточенности, то поколение Z намерено планировать надолго вперед. На них сильно повлияли их родители из поколения X – индивидуалисты, полагающиеся на себя – и они хотят избежать ошибок, которые совершили их предшественники из поколения Y.

Если верить недавним громким заголовкам в СМИ, то продолжительность внимания поколения Z сжалась до 8 секунд, и они ни на чем не могут сосредоточиться более длительное время. Однако мы выяснили, что у поколения Z на самом деле возникло то, что мы называем высокоразвитыми «8-секундными фильтрами».

Они выросли в мире, где возможности безграничны, а их время – нет. Поэтому поколение Z адаптировалось к необходимости быстро просеивать и оценивать огромные объемы информации. В онлайн и мобильных приложениях они сильно полагаются на вкладки и секции, где выбран самый популярный и свежий контент. Они также следуют за кураторами, которым доверяют, чтобы понять, где самая адекватная информация и развлечения. Эти инструменты помогают поколению Z уменьшить свой потенциальный набор вариантов до приемлемого.

Радар поколения Z тщательно настроен на поиск того, что стоит их времени. Чтобы преодолеть эти фильтры и завоевать их внимание, понадобится обеспечить им увлекательные и приносящие немедленную пользу переживания. Однонаправленные послания просто утонут в шуме.

85 % подростков поколения Z хоть раз в жизни искали информацию в интернете. 52 % подростков используют YouTube и социальные сети для выполнения школьных заданий. Подростки в возрасте 13–17 лет чаще пользуются телефоном, чем смотрят телевизор (76 % против 72 %), тогда как дети 8–12 лет наоборот (39 % против 72 %). Так или иначе, многие за день успевают посмотреть во множество экранов: телефона, телевизора, ноутбука, музыкального плеера, планшета, электронной книги, игровой приставки.

Вследствие этого у подростков растёт скорость восприятия информации, однако возникает трудность с тем, чтобы удерживать внимание на одном предмете дольше восьми секунд.

Заинтересованность в компьютерных информационных технологиях у учащегося гораздо выше, чем к традиционным учебникам и тетрадям. Новое поколение с интересом работает в сфере мультимедиа, которая пользуется успехом в современной системе образования, так как вызывает их готовность к творчеству, потребность в получении новых знаний и ощущение самостоятельности.

Благодаря интернету современные тинейджеры могут, не выходя из дома, научиться чему угодно, собрать мультинациональную команду, рассказать о своём проекте всему миру (на YouTube или том же TED) и даже найти финансирование для реализации своих идей.

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 и необходимо обрабатывать большое количество информации.

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.



«Зеты» – это 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.

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.

Поколение Z мечтает создавать пространство под себя, а не играть в готовые игрушки. Их больше не устраивают замершие формы, они требуют постоянного обновления.

Успешные детские проекты схожи в одном: они предоставляют детям долгожданную возможность жить по собственным правилам. Например, американская корпорация Schwarz Inc. и шотландская дизайнерская фирма Lucy Moose Studio предлагают юным клиентам самим придумывать дизайн игрушек. Можно позволить детям доводить до ума свои же игрушки, одежду, обувь. Уже выпускают футболки, которые ребенок в состоянии самостоятельно раскрасить в любимые цвета. Почему бы не производить, например, сапожки, где можно нарисовать собственную картинку? Как образ в компьютерной игре.

Если обратить внимание на современных учеников, то в отличие от предшественников, для которых было нормой самостоятельная работа вне аудитории, они требовательны к новым интерактивным методам обучения.

Данное поколение ориентировано на себя; увеличение роста телепередач способствует развитию интереса к бытовым умениям, в результате популяризации науки ребята этого поколения продвинули науку и будут изобретателями.

Именно мультимедиа-технологии включают в работу визуальные, слуховые, когнитивные и поведенческие аспекты, активизируя учащих на дальнейшую работу, а также их познавательную деятельность как на уровне сознания, так и подсознания.

В итоге на смену традиционным технологиям обучения приходят новые информационные развивающие педагогические системы.

Где будет дальше интернет, и какую роль мы можем играть в руководстве его будущим? Предсказания о будущем онлайн-мира варьируются от чрезвычайно позитивных до прямолинейно апокалиптических. Многие из них указывают на положительные тенденции, которые будут набирать силу в ближайшие годы, и это может привести к фундаментальным изменениям. Примеры включают кибератаки, угрозы конфиденциальности, растущее неравенство, достижения в искусственном интеллекте и интернет вещей.

Чтобы отметить очередную годовщину создания Всемирной паутины сэром Тимом Бернерсом-Ли, исследовательский центр Pew собрал тысячи людей, вовлеченных в сеть, чтобы поделиться своими мыслями о том, что ждет в будущем. Хотя большинство договорилось о том, что основные технологические тенденции будут, они не согласились о влиянии этих тенденций на поведение человека и общества.

Некоторые предсказали, что значительная часть воздействия будет отрицательной. Экономически сеть может только углубить разрыв между имущими и неимущими, что может привести к большим возмущениям и даже насилию. По мере обмена информацией в глобальном масштабе разрыв будет становиться все более очевидным. Интернет также может способствовать большему неравенству, опуская средний класс.

Технологические магнаты Силиконовой долины, указывают на то, что сейчас происходит устранение рабочих мест среднего класса. Например, в 1996 году в компании Kodak работало 140 тысяч человек, но цифровая фотография и сервисы, такие как Instagram, привели к ее банкротству в 2012 году. Когда Facebook купил Instagram за 1 миллиард долларов, то в крошечной компании на тот момент было всего 13 человек.

Еще один негативный момент заключается в том, что все проблемы, которые сейчас имеет сеть, от издевательств и преследования преступности, взлома и вторжения в частную жизнь, просто будут расти. Человеческая природа не меняется, и интернет следующего поколения просто предоставляет лучшие инструменты, чтобы сделать жизнь в сети несчастной.

В то же время правительства и корпорации получают еще больше возможностей для осуществления политического и социального контроля, захватив большую часть власти, которую интернет первоначально переместил на отдельных лиц.



Недавние прорывы в искусственном интеллекте также вызывают обеспокоенность; «интеллектуальное будущее» является ключевой темой на конференции SXSW, которая привлекает тысячи техников, чтобы каждый год исследовать следующую новую интернет вещь.

Некоторые из ученых сильно обеспокоены тем, что они видят, как исследования направлены к «суперинтеллекту», в котором компьютеры и цифровые сети превосходят человека в когнитивной области. Компьютеры, оснащенные машинным обучением, уже лучше, чем ваши собственные друзья, судя по тем характеристикам, которые вы оставляете на своих страницах.

Но более оптимистичные исследователи считают, что интернет станет невидимым, как электричество. Он будет настолько вплетен в повседневную жизнь каждого человека, что люди даже этого не заметят. В частности, с интернетом вещей все эти биты и байты будут просто сливаться с фоном, но мы будем в значительной степени полагаться на компьютерные знания, чтобы принять множество решений для себя.

Некоторые функции вызывают опасения. Например, Google Glass представляет собой головную гарнитуру в виде очков, которая может получить доступ к интернету с помощью голосовых команд, совершать телефонные звонки и делать фото и видео.

С одной стороны, устройство предлагает способ увеличить вашу физическую реальность, предоставляя информацию по требованию о том, что вы сейчас делаете. Но устройство вызвало негативную социальную реакцию. Бары и рестораны запретили посетителям проносить их внутрь, пытаясь помешать кому-либо тайно снимать своих клиентов. Некоторые считают, что основной проблемой является мода, и если Google может придумать что-то более сдержанное и привлекательное, это будет лучше. Я не согласен. Основным препятствием является психологическое воздействие устройства, которое влияет на людей вокруг вас.

Автор, музыкант и ученый-программист Джарон Ланье сожалеет о том, что наш выбор технологий интернета не является безусловным, потому что разработка программного обеспечения происходит так быстро. Он говорит: «Как будто вы стоите на коленях, чтобы посадить семя дерева, и оно растет так быстро, что проглатывает всю вашу деревню, прежде чем вы сможете подняться на ноги».

Особенности становятся «запертыми», прежде чем мы успеем оценить, как они влияют на поведение или общество. По мере того как время прогрессирует, и программное обеспечение становится все более сложным, ранние технические решения становятся намного сложнее изменить, даже если они не являются лучшими решениями.

Тем не менее у нас все еще есть выбор, как мы видели на протяжении всего этого путешествия через психологию интернета. Мы можем выбирать множество перспективных технологий, которые принесут пользу человечеству, вооружившись большими знаниями о том, как интернет-среды влияют на наше поведение.

Мы должны быть в состоянии помочь технологам принимать лучшие решения, чтобы влиять на развитие интернета в позитивном ключе.

Вплоть до начала XXI века научные достижения происходили в основном в университетах, государственных лабораториях или научно-исследовательских и опытно-конструкторских отделах. Наука была в основном закрытым делом, с учеными, конкурирующими за то, чтобы первыми опубликовать результаты и получать выгоду за свои результаты.

Но поскольку мы думаем о будущем интернета и о нашей роли в нем, стоит вспомнить ручной типографский станок Гутенберга, который был изобретен в середине 1440-х годов. Потребовалось более 100 лет, чтобы печатная книга так сильно повлияла на общество. Но даже сейчас, через 600 лет, книга остается важной частью нашей жизни.