



# Учет психологического «портрета» поколения Z при формировании стратегии профилактической работы в образовательной организации

Елена

Мазурова

Заведующий отделом КГБУ  
«Алтайский краевой центр ППМС-  
помощи»

## Поколение Z – люди, которые родились после 2000 года

Это первое поколение, которое родилось в эпоху интернета.

Они не делят мир на цифровой и реальный- их жизнь плавно перетекает на экран и обратно.

Они проводят со смартфонами и планшетами больше 8 часов в день.

На каждый шаг у них — приложения, которыми они пользуются так же естественно, как дышат.



Для них ведущее измерение реальности – это онлайн: здесь они легко знакомятся, рассказывают о себе, ищут информацию, делают покупки, перенимают ролевые модели.

Они заботятся не о том, чтобы оптимизировать свои силы при помощи технических средств, а о том, чтобы пассивно погружаться в создаваемые этими средствами реальность.

Они точно знают, по каким законам живёт информация: как именно «зацепить» аудиторию, как привлечь внимание или чего следует избегать.



# Особенности поколения Z

- стремятся жить быстро
- легко привыкают и адаптируются ко всему новому
- нетерпеливы и ставят краткосрочные цели
- воссоздают мир по собственному сценарию личности
- отрицают всякие запреты, ограничения и правила поведения - при этом для них не слишком характерен подростковый бунт или показная депрессия, стараются формально следовать правилам
- многие жаждут острых ощущений испуга, испытывают радость, наблюдая за чьим-то смущением и стыдом
- им не нравятся одноразовые вещи, они хотят покупать то, что прослужит долго
- среди них модно быть минималистами
- высоко ценят безопасность и личное пространство: повышенное стремление отгородиться от лишних глаз в интернет-среде



ЛИЧНОСТНЫЕ  
ОСОБЕННОСТИ

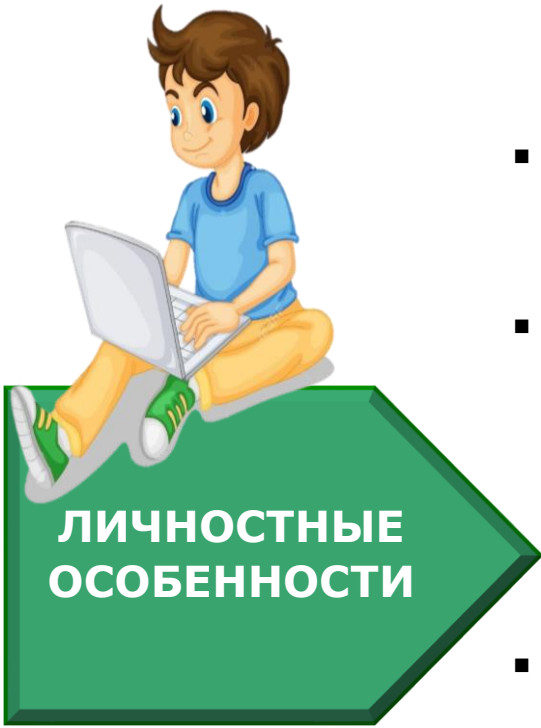


# Особенности поколения Z

- имеют очень трезвые представления о жизни и о том, как добиваться успеха, чаще всего знают, чего они хотят
- мультикультурны и толерантны - так как в интернете общаются с совершенно разными людьми без привязки к расе, полу, внешности или месту проживания

тонко чувствуют несправедливость мирового порядка

- нет устойчивых предпочтений и постоянной лояльности брендам и стилям одежды, «обязательных списков» в музыке или кино (что модно сегодня, завтра сменяется новой модой)
- индивидуалистичные и не склонны становиться частью определённых групп (отсутствие каких-либо выраженных субкультур)
- имеют иммунитет к рекламе (на подсознательном уровне просто не обращают на нее внимания, воспринимая как элемент декорации)
- рациональны в финансовых вопросах



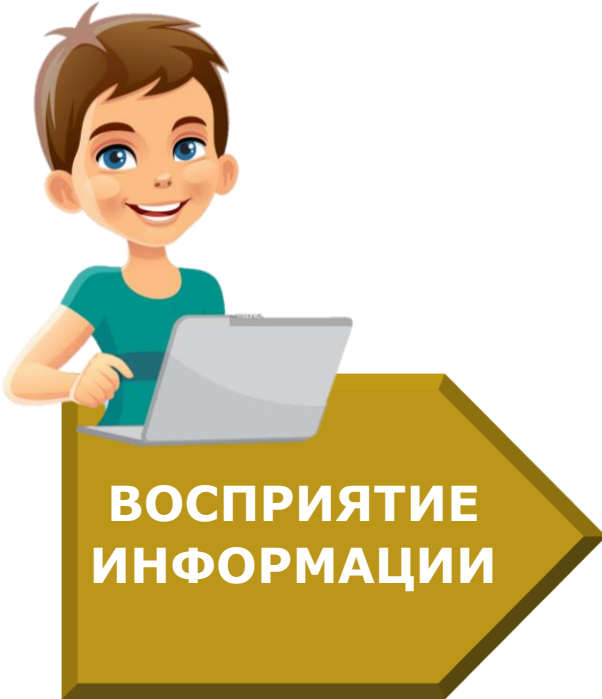
# Особенности поколения Z



**ВОСПРИЯТИЕ  
ИНФОРМАЦИИ**

- новое лучше воспринимают глазами;
- заучивание и запоминание не в приоритете;
- больше развита кратковременная память, чем долговременная.
- не вчитываются, а «сканируют»;
- быстро ищут и обрабатывают информацию;
- способны проанализировать целые массивы статистических данных и «походя» выдать результат, которого старшие будут добиваться неделями;

# Особенности поколения Z



- аудиоинформации и руководствам на бумаге предпочитают видео
- воспринимают краткую и наглядную информацию (*иконки, смайлики, картинки, заменяющие текст*)
- быстро переключают внимание (*средний период концентрации внимания на одном объекте – **8 секунд***)
- информация потребляется маленькими «перекусочными» порциями
- имеется тенденция к распространению синдрома дефицита внимания и гиперактивности

# Особенности поколения Z



**МЫШЛЕНИЕ**

- клиповое (не привыкли долго и глубоко концентрироваться на одном предмете, неспособны системно воспринимать информацию и системно мыслить)
- предпочитают мультитасковость, когда с одной задачи можно легко перепрыгивать на другую;
- не любят возвращаться к одному вопросу несколько раз;
- привыкли думать глобально, потому что мгновенно получают информацию со всего света;
- быстро принимают решение;
- любят исследования и открытия



# Особенности поколения Z



## ОТНОШЕНИЕ К УЧЕБЕ, ОБРАЗОВАНИЮ

- высокую ценность имеет инструментальное знание, основанное на коммуникациях и современных цифровых технологиях
- мало интересует классическое образование
- очень важно найти возможность для самореализации
- нацеленность на успешную карьеру: еще со школы решают, где будут работать и сколько планируют зарабатывать, подгоняя навыки и умения под этот «идеал»
- много времени уделяется самообразованию на всевозможных курсах, тренингах, стремление к получению современных специальностей
- потребность в интерактивных персонализированных программах и методах обучения
- **болезненное отношение к критике, быстро теряют интерес при малейших неудачах**





## ОТНОШЕНИЕ РАБОТЕ, КАРЬЕРЕ, УСПЕХУ

# Особенности поколения Z

- слова «карьера» и «престижная работа» практически не звучат
- не готовы «вкалывать»
- работа должна приносить удовольствие, доход и не отнимать много времени
- не хотят работать по расписанию – предпочтение ненормированный график, удаленная работа
- нет уверенности, что постепенные усилия приведут к цели и успеху (успех может быть быстрым и легким);
- среди приоритетов — собственный бизнес, работа на себя
- легко монетизируют хобби, начинают зарабатывать в подростковом возрасте

# Особенности поколения Z



**Отношение к  
своему  
здоровью**

- больше обращают внимание на здоровье (многие используют мобильные ЗОЖ-приложения)
- меньше склонны к курению и употреблению алкоголя
- количество подростковых беременностей с каждым годом неуклонно падает



**Отношения с  
родителями**

- конфликт поколений смазан: родители стараются выстраивать партнерские отношения с детьми, признавая их превосходство в ориентации в современной быстро меняющейся жизни
  - нет пиетета к старшим; поступают так, как считают правильным сами, не ставя в известность родителей;
- гиперопека – родители взваливают все бытовые обязанности на себя, у детей не вырабатывается навык решения проблем в реальной жизни;

# Особенности поколения Z



- не переносят одиночества, не могут без социального взаимодействия – важно всегда быть на связи;
- ценят те качества, которые помогают легко общаться в любой компании и любой ситуации;
- общение носит виртуальный характер и осуществляется посредством Интернета и других мультимедийных технологий.
- исключают близкое и глубокое общение, основанное на взаимной заботе и внимании.
- у многих проявляется и формируется инфантилизм (проводят много времени под присмотром родителей и не торопятся от них съезжать,
- домоседы, меньше встречаются с друзьями и реже ходят на свидания

# Особенности поколения Z



**САМО  
ВОСПРИЯТИЕ**

- не видят себя единым поколением
- каждый волен делать, что хочет (хобби, музыка, кино не воспринимаются как маркеры «свой-чужой»)
- уверенность в собственной исключительности (каждый считает себя непохожим на других)
- тотальное следование рекомендациям онлайн, СМИ - под воздействием интернета, телевидения, СМИ, кино стараются копировать стили поведения популярных людей. При этом активные проявляют стремление к креативности, самопрезентации, а пассивные – к подражанию, подверженности влиянию рекламы, символов, брендов (стремятся к групповой принадлежности, становятся разного рода фанатами)

# Особенности поколения Z



## УСТАНОВКИ И ЦЕННОСТИ

- **Установка на поиск себя** - главное – найти свой путь (трудности означают, что выбран неверный путь)
- **Установка на гедонизм** – главный запрос от жизни – быть счастливым. Успех измеряется не богатством и статусом, а разнообразием жизни и удовольствием
- **Установка на саморазвитие**, которым считается любое увлечение, любая активность «по желанию» – путешествия, занятия музыкой, походы в кино, интерес к истории, рисование или фотографирование
- **Установка на разнообразие:** жизнь должна быть разнообразной. Обязательно нужно попробовать разное
- **Установка на индивидуализм** - в первую очередь хотят комфорта для себя и близких

# Особенности поколения Z



## УСТАНОВКИ И ЦЕННОСТИ

- **Установка на признание** - страстно хотят признания: ожидают похвалы на любое действие во взрослой жизни, признание должно вести к социальной популярности на работе, в социальных сетях, среди друзей.
- **Установка на свою систему ценностей:** молодежь уважительно относится к чужим ценностям, но не терпима к людям, которые пытаются изменить её собственные представления о системе ценностей
- **Установка «Модно быть умным»** - уметь устанавливать социальные связи, поддерживать разговоры на любые темы, быть не скучным
- **Апология семейных ценностей** – создание хорошей семьи более важная цель чем профессиональная реализация, удачная семейная жизнь – признак состоятельности и счастья, (более осознанно относятся к отношениям и осторожно подходят к институту брака)
- **Установка на стабильность**, спокойствие и процветание
- **Установка на упрощение жизни:** являются активными потребителями «умных» товаров

# Особенности поколения Z



## СТРАХИ И ФРУСТРАЦИИ

- Страх разочаровать родителей, не оправдать возложенные ожидания
- Правильность выбора – вопрос жизни и смерти (неправильный выбор – это катастрофа, ошибиться нельзя)
- Необратимость сделанного выбора (при обилии дорог пойти можно только по одной и только раз)
- Свобода выбора – не помощь, а затруднение (растерянность перед выбором – нет четких ориентиров, а путь родителей кажется рутиной)
- Страх обычной жизни (страх, что взрослая жизнь будет однообразной, без ярких впечатлений, неумение видеть радость в повседневности),
- Страх одиночества и социального несоответствия – быть одиночкой – это провал
- Склонность верить в приближение глобальной катастрофы, более острое переживание тревожных новостей



# Особенности поколения Z



ОЖИДАНИЕ  
ОТ  
БУДУЩЕГО

- Отдаленное будущее кажется непонятным и пугающим
- Короткий горизонт планирования (*работает только при абсолютно понятной цели – окончить школу- сдать экзамены – окончить вуз*)
- Главные ожидания от будущего – комфорт и спокойствие (*нормальная жизнь, простое счастье – не ставят амбициозные цели, чтобы не разочаровываться*)

# Стратегии первичной профилактики девиантного поведения (употребления ПАВ)

## Первая стратегия

информирование о наркотических веществах и формирование мотивации на эффективное социально-психологическое и физическое развитие

## Вторая стратегия

формирование мотивации на социально-поддерживающее поведение (*создание правил и традиций в классном коллективе, в детских и молодежных организациях как модель позитивного поведения*)

## Третья стратегия

развитие протективных факторов здорового социально - эффективного поведения (*через применение технологии переориентации личностных особенностей, провоцирующих девиацию, на полезную деятельность*)

## Четвертая стратегия

развитие навыков разрешения проблем, поиска социальной поддержки, отказа от предлагаемого наркотического вещества



Сборник методических материалов для специалистов образовательных организаций по профилактике девиантного и суицидального поведения обучающихся - на сайте <https://ppms22.ru>  
- в рубрике - Педагогам - Социальным педагогам, классным руководителям - Методические рекомендации



**Спасибо  
за внимание!**