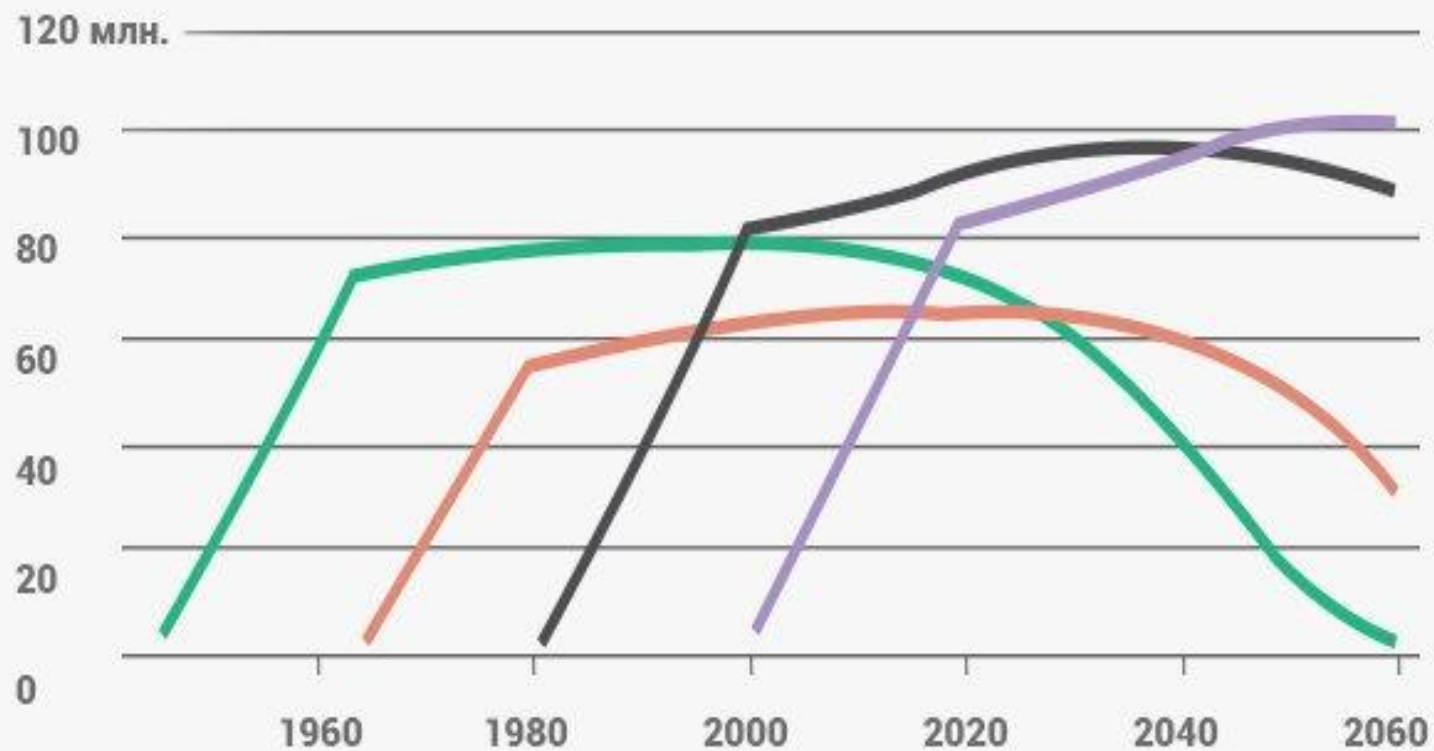


ТЕОРІЯ ПОКОЛІНЬ: ЧОМУ МИ РІЗНІ ТА ЯК ПОРОЗУМІТИСЯ ОДНЕ З ОДНИМ



ТЕОРІЯ ПОКОЛІНЬ



- Бєбі-буммери (1946-1964)
- Покоління X (1965-1980)
- Мільйнеалы (1981-2000)
- Покоління Z (2001-2020)

ПОКОЛІННЯ X

(1964-1980)

VS

ПОКОЛІННЯ Y

(1984-2002)

Прагматичні

Складно обдурити

Звикли до авторитаризму

Люблять дисципліну

Віддані компанії та чекають
того ж від колег



 FundMedia
Educational Education Tools



Не працюють тільки за гроші

Ідеалісти

Не визнають авторитетів

Імпульсивні

Віддають перевагу гнучкому
графіку

Міленіали (1981-2000)

- Міленіали люблять свободу і не хочуть бути прив'язаними до будь-чого. Вони не хочуть працювати на одну компанію, жити в одному домі, їздити на одному автомобілі тощо. Це рабство. Вони хочуть вільного графіку, працювати не лише в офісі, подорожувати й жити там, де бажаєш сьогодні.
- Міленіали не хочуть працювати, вони хочуть розважатися. Потрібно дати їм цікаві задачі, конкуренцію, азарт, можливість приймати рішення та виборювати маленькі й великі перемоги. Визнання - найпотужніший мотиватор для них.

Міленіали (1981-2000)

- Міленіали не визнають авторитетів, не підпорядковуються досвіду чи суб'єктивізму. Вони саботують все, чого не розуміють або не приймають. Тому ще на березі варто скласти соціальний контракт правил, які виконуватиме весь колектив. Керівник - це контролер за виконанням правил. В разі порушення він судить згідно з правилами, а не за особистими переконаннями. Це своєрідна демократія компанії, в якій міленіали не почуваються рабами.
- Для міленіалів працювати за гроші - це депресія. Життя одне, і хочеться, щоб робота стала хобі. Для цього важливо розуміти, якою є ціль компанії. Чого вона хоче досягти, що хорошого робить для світу, чи змінює його? І круто, якщо можна зв'язати те, як робота людини безпосередньо впливає на досягнення цієї мети. Не хочеться прожити беззмістовне життя.

ПОКОЛІННЯ Y

(1984-2002)

1. Прагнуть пригод
2. Занурені в себе, але зважають на екологію
3. Почуваються у безпеці, висока самооцінка
4. Легко отримують, легко відпускають
5. Погано розпоряджаються фінансами
6. Залежать від батьків/дорослих
7. Оптимістичні та прогресивні
8. Орієнтуються на причини
9. Хочуть все одразу
10. Наївні



ПОКОЛІННЯ Z

(2003-2021)

1. Обережні та дуже стурбовані безпекою
2. Дуже переймаються навколишнім середовищем
3. Не почуваються у безпеці, шукають себе
4. Розважливі
5. Ощадливі у керуванні ресурсами
6. Сподіваються на себе
7. Реалістичні та прагматичні
8. Орієнтуються на проблеми
9. Шукають баланс та хороші угоди
10. Глобально кмітливі та свідомі



ПОКОЛІННЯ Z

Волонтери

Відкриті
до
нового

Візуали

Практики

92%
щодня
онлайн

Хочуть
покращити
світ

постійно
навчаються

Мульти-
задачні

щодня
2-4 години
YouTube

Уважні
7-10 хв
на уроці

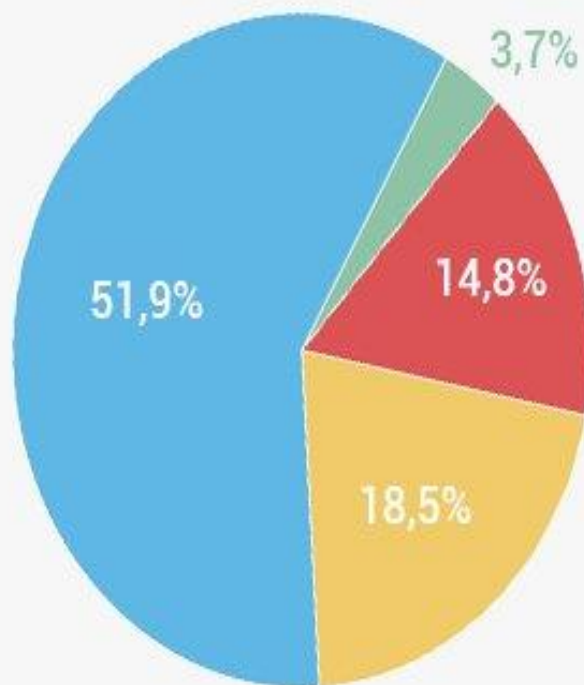


Покоління Z (2001-2000)

- Українські підлітки зараз набагато більш свідомі і внутрішньо вільні, ніж два попередніх покоління. Вже у 13-15 років вони розрізняють, що їм цікаво і важливо, а що - ні. Це стосується навчання, занять, хобі тощо. Якщо предмет не цікавий, його не будуть «зубрити» заради оцінок.
- На перший погляд здається, що вони розпорошені, неуважні до деталей, але не все так просто. Вони здатні аналізувати великі обсяги інформації і фокусуватися тільки на тому, що їм цікаво, ментально відкидаючи і не запам'ятовуючи непотрібну інформацію

Покоління Z (2001-2000)

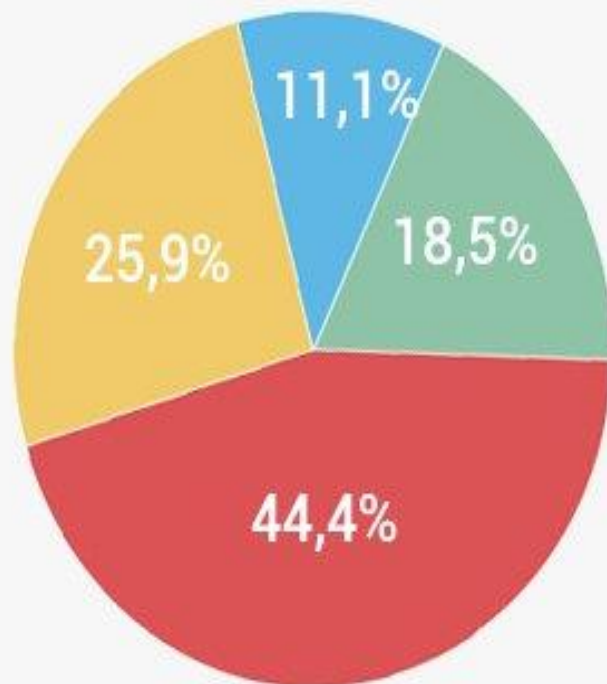
ЯК СТАВЛЯТЬСЯ ДО НАВЧАННЯ



- Ніяк, їх ніщо не цікавить
- Навчаються залюбки, а надто якщо предмет цікавий
- Виконують мінімум, але особливого інтересу не мають
- Цікавляться окремими предметами, решту ігнорують чи приделяють мінімум уваги

Покоління Z (2001-2000)

ЯК ВОНИ СПІЛКУЮТЬСЯ ОДНЕ З ОДНИМ



- Багато знайомих, приятелів, але близьких друзів немає
- Є один/кілька близьких друзів
- Сьогодні спілкуються з одними, завтра – з іншими
- "Спілкуються" з ґаджетами

Покоління Z (2001-2000)

ОЗНАКИ ПОКОЛІННЯ Z

- Діти сучасного інтернету, які ніколи не знали світу без миттєвого доступу до інформації та швидкого сервісу.
- Як «володарі», так і «слуги» соціальних медіа, не тільки користуються перевагами соціальних медіа, а й інвестують у створення контенту багато часу і зусиль.
- Діти персонального брендингу: найбільш бажана «робота» для сьогоднішніх 14-річних — стати ютуберами.
- Перше покоління, яке дійсно обходиться без традиційних структур влади: уряду, освіти, фінансів. А ще — без сильних брендів, традиційних понять краси/естетичності, моди.

Покоління Z (2001-2000)

ОЗНАКИ ПОКОЛІННЯ Z

- Корінне населення країни під назвою «Сучасний Інтернет»: ютубери й інстаграмери.
- Живуть у світі мемів, фільтрів, LULZів (варіант LOL), ґостінгу (розривання усіх зв'язків у мережі, соціальних медіа тощо), Sh**-posting (постійного публікування несмішних мемів, відео або інших картинок, зовсім недоречних), #JOMO (отримання насолоди від реального життя), #FOMO (страху пропустити щось важливе).

Покоління Z (2001-2000)

ОЗНАКИ ПОКОЛІННЯ Z

- Соціально консервативні: одна третина 18-24-річних тепер обирають бути абсолютно тверезими, тобто не вживати алкоголь. А вживання наркотиків для розваги наразі — на найнижчому рівні з 1965 року. Тільки 5 % підлітків палять, порівняно із 40 % у 1990-х.
- Соціально свідомі / ідеологічні: політичний активізм, вегетаріанство / веганізм, перероблення відходів, співробітники компаній та організацій, що мають соціальну мету.
- Відстоюють рівність: права ЛГБТ, громадянські права, фемінізм.

Покоління Z (2001-2000)

ЩО НАДИХАЄ ПОКОЛІННЯ Z?

- лідери
- мислителі
- справжність
- ідеї
- величне вікно у гарний світ
- жорсткість
- точні цифри та математика
- надія

Покоління Альфа ($\approx 2010\text{-}\alpha$)

- покоління «Альфа»
- «дітьми смартфонів»
- Google babies
- покоління дзен



Покоління Альфа ($\approx 2015\text{-}\alpha$)

ОЗНАКИ ПОКОЛІННЯ Альфа

- сприймає цифрову інформацію на такому ж рівні, як і в реальному житті
- відстань не має значення (місце народження)
- пробувала або хоче спробувати знімати/вести блоги
- попит на інтуїтивну освіту

Покоління Альфа ($\approx 2015\text{-}\alpha$)

ОЗНАКИ ПОКОЛІННЯ Альфа

- здобувають освіту вже з самого юного віку
- складність тривалої концентрації
- схильні до нестандартних рішень
- схильні до багатозадачності та самодисципліни, але не до контролю ззовні
- мобільні та залежні від технологій

Навчання: Z & A

- кліпове мислення
- не здатність зосередитись
- постійне відволікання
- важко впоратися з одним завданням
- звикли до постійних стимулів

Навчання: Z & A

- здатність зосереджуватися на уроці цінна не сама по собі, вона є кроком до складніших форм навчання
- смартфони впливають на розвиток мозку учнів, є широко визнаним, методики, як працювати з цим новим поколінням, бракує
- вплив технологій є найпомітнішим у таких традиційних шкільних завданнях, як читання.
- кидають завдання, яке здається їм надто важким
- не можуть обробляти інформацію
- не можуть зберігати її в пам'яті, а значить, не можуть інтерпретувати, аналізувати, синтезувати, критикувати і формувати думку щодо інформації

Навчання: Z & A

- ділити матеріал лекції на уривки
- починати урок із вправ на уважність та застосовувати медитацію, коли учням потрібно зосередитися
- перенести навчання до "місць, де тепер мешкають діти", створюючи уроки в YouTube та Instagram
- спеціалізовані навчальні платформи
- замість паперових підручників навчальні відео
- змішане навчання