

МОЛОДЁЖЬ В XXI веке: ЦЕННОСТИ И ОРИЕНТИРЫ

**Рождественские образовательные чтения:
научная конференция. 28 ноября 2018 г.**

Гушул Ю. В., канд. пед. наук, доцент, директор Научно-образовательного центра «Информационное общество»

Молодёжь – это не только социально-возрастная группа населения в возрасте 14-30 или 15-25 лет (в разных странах возрастные рамки различаются), но и объект национально-государственных интересов, один из стратегических ресурсов страны, способный создавать и стимулировать развитие инноваций, воспроизводить материальные и интеллектуальные ресурсы

А. В. Соколов

ООН:

К возрастной категории молодёжь относятся люди в возрасте от 15 до 25 лет. В относительном численном выражении это примерно 18% всего населения планеты

Социокультурные характеристики молодёжи

- группа вступает во взрослую жизнь
- несёт в себе демографический смысл смены поколений активного социального действия
- несёт в себе образ желаемого будущего
- несёт ответственность за дальнейшее развитие общества, организацию преемственности его истории, культуры и традиций, жизнь старшего поколения и воспроизводство нации
- определяет потенциал выживания народа как особой, уникальной культурно-исторической общности

***Мы изменили своё окружение так радикально,
что теперь должны изменить себя, чтобы жить
в этом новом окружении***

Норберт Виннер

**Мы живём, точно в сне неразгаданном,
На одной из удобных планет...
Много есть, чего вовсе не надо нам,
А того, что нам хочется, нет.**

Игорь Северянин

Поколение Z не видит разницы между реальным и виртуальным миром

**понаблюдайте за поколением Z, чтобы узнать,
как им удаётся *сочетать реальное и
виртуальное*
*в своих потребительских привычках, жизни и
работе.***

Для поколения Z крайне важна персонализация

У поколения Z масса способов —

от твитов в Twitter, постов в Instagram и страниц в Facebook —

идентифицировать и персонализировать личный бренд

и сообщить о нём миру.

Для них это суперпросто!

Всё, что нужно сделать, — просмотреть ленту в Facebook,

и через несколько секунд мы будем знать, что он

Для поколения Z характерна практичность

**Подростковые мечтания о том,
как можно стать президентами и финансовыми
воротилами и заработать миллион,
*уступили место страхам
вообще ничего не добиться в жизни.***

**Для того чтобы выжить и даже преуспеть,
*лучше смотреть на вещи трезво и быть реалистами.***

**С приходом поколения Z сформировался новый,
более здравый взгляд на карьеру и лидерство**

Поколение Z страдает от синдрома упущенной выгоды

Поколение Z знает всё и всегда.

Они черпают информацию не менее чем с пяти экранов одновременно.

С экрана телевизора, ноутбука, настольного ПК, планшета и, конечно, мобильного телефона — любая информация, образно говоря, находится на расстоянии клика.

Быть в контакте — для поколения Z всё равно что дышать.

Вместе с постоянным доступом вырабатывается и постоянная зависимость от всех и всего вокруг.

Неизменное желание оставаться в курсе событий с течением времени всё сложнее реализовать.

Поколение Z — это поколение «сделай сам»

Но поколение Z на всё, в том числе и на карьеру, смотрит сквозь призму этого принципа.

Главная здесь – *их вера в собственные силы.*

Особенности действий молодёжи

- Частая смена деятельности
- Поиски и метания
- Социально-активное действие в различных его формах:
 - Новаторство
 - Поиск и выражение новых идей
 - Политические перемены
 - Активное участие в практической деятельности