

УДК 37.06

**ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ «ПОКОЛЕНИЯ Z»**

**Чугузов Е.П.**

*старший преподаватель*

*Алтайский государственный аграрный университет,*

*Барнаул, Россия*

**Аннотация.** Статья посвящена особенностям восприятия и обработки информации представителями поколения Z, рожденными в эпоху активного распространения цифровых технологий. Рассматриваются специфики раннего контакта детей с гаджетами, зависимость от интернет-пространства и изменение роли взрослых в процессе воспитания. Особое внимание уделено феномену клипового мышления, влиянию социальных сетей и знаменитостей на принятие решений молодежью, а также трансформации семейной структуры и межпоколенных коммуникаций. Также раскрываются причины изменения приоритетов в карьерных ожиданиях, особенностях финансового поведения и способов самовыражения молодежи. Раскрываются факторы, определяющие новую социальную динамику, включающую повышение уровня гражданской сознательности, расширение круга коммуникативных связей и усиление глобального самосознания. Цель статьи заключается в осмыслении факторов, влияющих на становление личности и выработку механизмов эффективного взаимодействия с поколением Z в образовательном, профессиональном и бытовом пространствах.

**Ключевые слова:** поколение z, клиповое мышление, информационное общество, доверие инфлюенсерам, межпоколенные отношения, потребительская культура.

***THE IMPACT OF INFORMATION AND COMMUNICATION  
TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF GENERATION Z***

***Chuguzov E.P.***

*Senior Lecturer*

*Altai State Agrarian University,*

*Barnaul, Russia*

**Abstract.** The article is devoted to the peculiarities of information perception and processing by representatives of generation Z, born in the era of the active spread of digital technologies. The specifics of children's early contact with gadgets, dependence on the Internet space, and the changing role of adults in the parenting process are considered. Special attention is paid to the phenomenon of clip thinking, the influence of social networks and celebrities on youth decision-making, as well as the transformation of family structure and intergenerational communications. The reasons for the change in priorities in career expectations, features of financial behavior and ways of self-expression of young people are also revealed. The factors determining the new social dynamics are revealed, including an increase in the level of civic consciousness, an expansion of the range of communication links and an increase in global self-awareness. The purpose of the article is to understand the factors influencing the formation of personality and the development of mechanisms for effective interaction with generation Z in educational, professional and everyday spaces.

**Keywords:** Keywords: generation z, clip thinking, information society, trust in influencers, intergenerational relations, consumer culture.

Сегодня дети осваивают гаджеты буквально с первых шагов своего развития. Ещё будучи малышами, они уверенно включают смартфоны и планшеты, изучая окружающий мир через экран устройства. Постепенно переходя от простых игрушек к интерактивному контенту, маленькие Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

представители поколения Z приобретают базовые навыки взаимодействия с цифровыми платформами задолго до школьного возраста. Этот ранний старт создаёт предпосылки для быстрого освоения всех цифровых новшеств, превращая детей в настоящих «Цифровое поколение» [1].

Уже в дошкольном возрасте многие малыши способны эффективно пользоваться приложениями и развлекательными ресурсами, находя интересующие их игры, мультфильмы и познавательные программы. Эти умения помогают ребёнку расширять горизонты познания и удовлетворять любопытство быстрее и эффективнее, чем предыдущим поколениям. Поэтому роль традиционных методов воспитания и передачи опыта от старших постепенно теряет своё доминирующее положение.

Для подростков эпохи цифровизации основным источником сведений становится Всемирная паутина. Будь то покупка товаров или выбор образовательных курсов, первое обращение делается именно к поисковикам и специализированным ресурсам. Получив доступ ко всей доступной информации одним кликом, представители поколения Z перестают считать необходимым получение рекомендаций и советов от опытных наставников или преподавателей [2].

Приобретённые знания используются ими не только теоретически, но и активно применяются на практике. Отзывы покупателей, рейтинги товаров и обзоры продукции давно заменили советы продавцов-консультантов. Онлайн-магазины позволяют сравнивать характеристики и цены, выбирая наиболее подходящий товар, минуя посредников. Следовательно, Интернет стал незаменимой частью повседневной жизни подростков и главным инструментом принятия решений.

Значительное доверие подрастающего поколения оказывают известным интернет-персонажам — блогерам, авторам видеоконтента и социальным сетевым звездам. Нередко такие персонажи задают культурные нормы и создают собственные сообщества поклонников, формирующие взгляды и

Дневник науки | [www.dnevniknauki.ru](http://www.dnevniknauki.ru) | СМИ ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

привычки молодёжи. Взамен традиционной популярности и доверия традиционным институтам и средствам массовой информации приходит новый вид влияния, исходящий непосредственно от пользователей интернета.

Такой феномен порождает явление массового подражательства и стремление принадлежать к определённой группе или сообществу, что дополнительно стимулирует рост числа подписчиков и участников социальных площадок. Возникающая взаимозависимость лидеров мнений и аудитории определяет тенденции и направления культурных изменений внутри поколения Z.

Современная молодёжь привыкла получать информацию короткими порциями, словно нарезанными кадрами фильма. Высокоскоростные потоки визуальной информации способствуют развитию особого типа сознания, называемого «клиповым мышлением». Его особенности заключаются в быстрой смене фокусировки, низкой способности воспринимать длинные тексты и глубокую рефлекссию над прочитанным материалом.

Таким образом, студенты и школьники вынуждены приспосабливаться к новому формату коммуникации, основанному на яркости изображений, лаконичности содержания и лёгкости усвоения материалов. Информация, представленная в форме постов, роликов и мемов, воспринимается легче и усваивается быстрее. Традиционные формы письма и чтения книг уступают место коротким и динамичным видеороликам, GIF-анимациям и различным мультимедийным сообщениям.

Семья XXI века претерпевает значительные изменения, вызванные технологическими инновациями и изменением моделей социализации. Между представителями разных поколений исчезают прежние границы субординации, привычная иерархия сменяется принципами равноправия и сотрудничества. Если ранее старшие были безусловными авторитетами, то теперь их позицию замещают дети, чьи компетенции в области высоких технологий превосходят родительские.

Такая ситуация позволяет молодым людям чувствовать себя уверенными консультантами, чьё мнение стало значимым фактором при принятии важных жизненных решений. Не редкость ситуации, когда взрослые спрашивают совета у собственного сына или дочери, стремясь разобраться в технических аспектах современных устройств или выбрать правильный продукт [3].

Глубокая интеграция интернета в повседневную жизнь накладывает отпечаток на формирование ценностей и предпочтений подростков. Социальные сети, мобильные приложения и специализированные сервисы предлагают широкий ассортимент продуктов и услуг, адаптируемых специально под нужды молодого потребителя. В результате развивается своеобразная форма лояльности брендам, закрепляемым ассоциативно с положительными эмоциями и приятными воспоминаниями детства.

Особенно это заметно в поведении младшего сегмента поколения Z, которые охотно покупают продукцию любимых героев фильмов, сериалов и мультперсонажей. Производители детского ассортимента осознали потенциал такого подхода и начали создавать целые линейки продуктов, привлекательных для малышей и подростков. Такие стратегии стимулируют потребление товаров через эмоциональную привязанность к персонажу или звезде.

Под влиянием постоянного доступа к разнообразной информации и возможностям саморазвития поколение Z отличается осознанным выбором профессий и стиля жизни. Многие выпускники школ отказываются от традиционных путей трудоустройства, считая важным наличие внутренней мотивации и интереса к делу. Среди молодёжи популярны творческие специальности, работа в креативных индустриях и сферы, обеспечивающие интеллектуальное удовлетворение и свободу творчества.

Кроме того, современному человеку важно ощущать личное пространство и независимость. Свобода перемещения, свобода выбирать удобное время работы и занятия любимым делом – ключевые приоритеты нового поколения.

Оно готово пожертвовать стабильностью ради удовлетворения своих потребностей и реализации индивидуальных целей.

Главной характеристикой поведения подростков поколения Z является отказ от отложенного вознаграждения и мгновенная реакция на происходящие вокруг события. Привычка постоянно обновлять ленту новостей и проверять социальные сети развивает нетерпеливость и ожидание незамедлительного результата любого предпринятого шага. Здесь формируется особое отношение к времени и усилиям: зачем ждать завтра, если можно насладиться результатом прямо сейчас?

Эта философия находит отражение и в потребительском поведении. Вместо долгих размышлений о выгоде или длительности службы продукта, подростки готовы тратить деньги на импульсивные покупки, подчёркивающие статус и участие в общем тренде. Самовыражение через одежду, аксессуары и путешествия приобрело огромную важность, позволяя молодёжи заявить о себе и занять своё место в социуме [4].

Заметна общая тенденция усиления социальной вовлечённости и гражданской ответственности среди подростков. Во многом этому способствует распространение информации о проблемах окружающей среды, правах человека и справедливого распределения благ. Благодаря современным технологиям и быстрому обмену информацией, молодые люди получают уникальную возможность почувствовать себя участниками глобальных процессов и внести вклад в общее дело.

Вместе с тем укрепляется чувство принадлежности к единому мировому сообществу, снижающее национальные и этнические барьеры. Юноши и девушки искренне интересуются культурой других народов, понимая её ценность и уникальность. Признание важности сохранения многообразия и толерантности становится отличительной чертой современного подросткового движения.

Генерация Z сформирована особенностями условий проживания и воспитательного процесса, характеризующегося повышенной степенью свободы и широким спектром доступных инструментов и сервисов. Свободолюбивый дух, творческая энергия и готовность учиться новому делают молодых людей активными участниками общественной жизни и бизнеса. Своевременное выявление особенностей психологии и поведенческих реакций позволит успешно взаимодействовать с новыми специалистами и потенциальными клиентами, обеспечивая гармоничное сосуществование различных поколений и сохранение культурного наследия будущего человечества.

### **Библиографический список:**

1. Василенко И.В. Формирование цифровой компетентности школьников // Педагогика. 2022. № 8. С. 34-41.
2. Киреев А.С. Психология социального воздействия интернета на подростков // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2023. № 1. С. 55-67.
3. Чуланова О.Л. Влияние цифровых технологий на когнитивные процессы подростков // Психологический журнал. 2022. Том 43, № 4. С. 103-114.
4. Соколова Н.М. Ценности и мотивы выбора профессий у студентов поколения Z // Высшее образование в России. 2022. № 6. С. 78-85.
5. Хохлов А.В. Развитие критического мышления у учащихся школы в условиях широкого распространения дезинформации // Наука и школа. 2022. № 3. С. 64-71.