

ПЕДАГОГИКА

Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2022. Т. 28, № 4. С. 5–12. ISSN 2073-1426

Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2022, vol. 28, № 4, pp. 5–12.

ISSN 2073-1426

Научная статья

УДК 159.922.7

<https://doi.org/10.34216/2073-1426-2022-28-4-5-12>

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПОКОЛЕНИЯ АЛЬФА

Данилова Лариса Николаевна, доктор педагогических наук, доцент, Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, Ярославль, Россия, yar-da.l@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1272-401X>

Аннотация. Последние годы в педагогике широко пропагандируется необходимость пристального изучения потребностей, интересов, ценностей и возможностей поколения Z – возрастной группы родившихся на рубеже миллениума. Обусловленность их жизни информационно-коммуникационными технологиями объясняла необходимость учёта особенностей этой когорты в образовательной системе для оптимизации педагогических процессов. Однако с 2010 г. зарубежные социологи отмечают появление нового поколения, так называемого альфа, чьи характеристики несколько отличаются от Z в силу ещё большего влияния на них цифровизации, фактически – с рождения. Это дети, которые сегодня посещают детские сады и начальную школу. Через 7 лет они начнут поступать в систему профессиональной подготовки кадров, а у образования до сих пор нет ясного представления об особенностях новой возрастной когорты. В данной статье преследуется задача характеристики специфики поколения альфа. Для этого были изучены теоретические исследования соответствующей литературы в России и за рубежом, в течение нескольких лет проводилось наблюдение за двумя группами детей, а также был организован опрос педагогов, призванный подтвердить или опровергнуть характеристики поколения альфа, выявленные в эмпирических исследованиях предыдущих лет. В результате установлено, что при типичности для нового поколения детей таких качеств, как высокая креативность, лидерские способности, самоуверенность, интересы в разных сферах жизнедеятельности человека, для них более, чем для предыдущего поколения, характерны повышенная возбудимость, вспыльчивость и эгоцентризм, что может отразиться на формировании рынка труда в будущем.

Ключевые слова: теория поколений, поколенческий подход в педагогике, поколение Z, характеристики альфа, цифровые технологии.

Для цитирования: Данилова Л.Н. Психолого-педагогический портрет поколения альфа // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2022. Т. 28, № 4. С. 5–12. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2022-28-4-5-12>

Research Article

PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL PROFILE OF THE ALPHA GENERATION

Larisa N. Danilova, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Yaroslavl State Pedagogical University, Yaroslavl, Russia, yar-da.l@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1272-401X>

Abstract. In recent years, pedagogy has been widely promoting studying of needs, interests, values and capabilities of generation Z – the age group born at the turn of the millennium. The connection of their life with information and communication technologies explained the need of the educational system to reckon with this cohort's traits for optimizing pedagogical processes. However, since 2010, foreign sociologists have been observing a new generation, the so-called Alpha, whose characteristics are a little different from Z, due to the even greater influence of digitalization; in fact, from birth. These are children who attend kindergartens and primary schools today. In 7 years, they will begin to enter professional training system, but one still has no clear ideas in education about the traits of the new cohort. This article strives to characterizing Alpha's specifics. For that, we studied relevant literature in Russia and abroad, for several years had been observing two groups of children, and interviewed teachers for confirming or rejecting the characteristics of Alpha identified in empirical studies of previous years. As a result, it was found that, while such qualities as high creativity, leadership abilities, self-confidence, interests in various spheres of human activity are typical for the Alpha children, they are more than Z characterized with increased excitability, irascibility and egocentrism, which may affect the labor market formation in future.

Keywords: generation theory, generational approach in pedagogics, generation Z, generation Alpha characteristics, digital technologies.

For citation: Danilova L.N. Psychological and pedagogical profile of the alpha generation. Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2022, vol. 28, № 4, pp. 5–12. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2022-28-4-5-12>

В социологии замечено, что поколения как группы людей подвержены влиянию ведущих общественных событий своего времени, что придаёт им общие, поколенческие характеристики и одновременно отличает от других возрастных групп. Среди западных исследователей [Becker: 12; Strauss, Howe: 90; Oblinger: 14 и др.] распространено мнение о целесообразности выделения в XX–XXI вв. следующих поколений:

- великое поколение (1900–1928),
- молчаливое поколение (1928–1945),
- бэби-бумеры (1945–1962),
- поколение X (1962–1981),
- поколение Y (1981–1995),
- поколение Z (с 1995 г.).

Отечественные авторы предпринимали попытки уточнения этой структуры применительно к российскому обществу, поэтому В.В. Радаев конкретизирует годы рождения когорт и типичные исторические феномены: мобилизационное поколение (родившиеся до 1938 г.), «поколение оттепели» (до 1946 г.), «застоя» (до 1967 г.), «реформенное» (до 1981 г.), миллениалы, или Y (1982–2000); поколение Z (с 2000 г.) [Радаев: 17]. Е. Шамис и Е. Никонов, также отмечая события российской истории, больше равняются на западную периодизацию, выделяя: поколение Победителей (1900–1923 г. р.), чьи ценности подвергались влиянию русских революций, коллективизации и электрификации в СССР; молчаливое поколение (до 1943 г.), формировавшееся под влиянием репрессий, Великой Отечественной войны и послевоенного восстановления; бумеров (до 1963 г.), на чьё социальное становление пришлось «оттепель», покорение космоса и «холодная война»; поколение X (до 1983 г.), обусловленное глобальной информированностью, технологизацией, индивидуализмом и прагматизмом; поколение Y (1983–2003), на которое пришлось распад СССР, всплеск терроризма и компьютеризация; и поколение Z (2003–2023) – расцвет цифровых технологий, экономический кризис [Шамис, Никонов: 24].

При сравнении разных взглядов на периодизацию обращает на себя внимание, что новые поколения авторами называются одинаково, однако время рождения, особенно, поколения Z, каждый автор определяет несколько по-своему: если Е. Шамис утверждает, что рождение Z ещё продолжается [Шамис, Никонов: 26], то на Западе чаще звучит мнение, что его временная граница приходилась на 2010-е гг. Между тем именно Z – основная группа учащихся в со-

временном образовании. И поскольку они выступают самым универсальным из остальных поколений XX в. (слишком велико стало влияние глобализма к 2020 г.), то логично предположить, что как раз Z были в меньшей степени подвержены влиянию национальной жизни по сравнению с предыдущими поколениями, и тогда граница его рождения должна быть более выровнена по странам. Зарубежные учёные также не имеют единого взгляда на границы Z. Социологи и маркетологи по-разному видят его поколенческие рамки: 1995–2010 (агентство McKinsey [Francis, Hoefel: 2]; А. Бенцик [Bencsik, Horváth-Csikós, Juhász: 94]), 1995–2009 (М. Маккриндел [McCrindle, Fell: 45]), 1996–2009 (С. Слэйдек [Sladek, Grabinger: 4]), 1995–2012 (Д. Файертаг [Feiertag, Berge: 459]), 1997–2012 (М. Димок [Dimock: 3]). Таким образом, конечным рубежом поколения Z являются 2009–2012 гг., а значит, возникает вопрос о том, что следует за ним: какие дети рождаются сегодня? В.В. Радаев и Е.М. Шамис отвергают эту границу, считая, что современные маленькие дети – это тоже Z. Это мнение высказывается и рядом зарубежных учёных, которые утверждают, что это «обновлённым вариант Z», «поколение Z 2.0» [Nagy, Kölcsey: 109; Drugas: 4]. Однако вслед за М. Маккринделом, первым оспорившим эту позицию, можно утверждать, что примерно с 2010 г. наблюдается рождение уже другого поколения.

В данной статье актуализируется вопрос выделения нового поколения и преследуется задача его характеристики, что затрудняется отсутствием единого взгляда на границы периода Z, с одной стороны, и довольно юным возрастом новой возрастной когорты, с другой. Поэтому ключевыми методами исследования стали: изучение мнений отечественных и зарубежных экспертов в области теории поколений, лонгитюдное наблюдение за детьми возраста 5–9 лет, проведение опроса среди педагогов и сопоставление его результатов с данными аналогичных опросов и наблюдений, организовывавшихся ранее за рубежом. Таким образом, теоретико-методологическую базу исследования составили труды специалистов в области социальной философии, социальной истории, маркетинга, возрастной педагогики и психологии, поколенческий подход (теория поколений) к изучению групп детей, структурно-функциональный анализ, контент-анализ, принципы преемственности, структурализма, единства исторического и логического.

В науке новое поколение получило разные варианты названий, в основе которых лежит обыгрывание современных технологий: iGen (аббревиатура

по аналогии с iPhone), screenagers (от англ. «дисплей» и «годы»), glass generation («стеклянное поколение» – также отсылка к дисплею), wired generation («проводное поколение») [McCrindle, Fell: 12; Tootell, Freeman: 84; Williams: 9; Ziatdinov, Cilliers: 384], однако самым распространённым стало «поколение альфа». Автором термина и одним из ведущих идеологов этого феномена стал австралийский социолог и демограф Марк Маккриндл. Он предложил использовать для обозначения общностей людей, родившихся после 2010 года, сочетание «поколение альфа». Греческий алфавит был выбран по примеру имён ураганов в США: после окончания букв латинского алфавита (X, Y, Z) ему представлялось логичным начать описание новых поколений с первой буквы греческого [McCrindle, Fell: 12]. Поскольку из всех предложенных именно этот термин прижился, следует ожидать, что в будущем появится и поколение Бета (сам Маккриндл прогнозирует его уже на 2025–2039 гг.).

Уже из перечня альтернативных названий нового поколения следует вывод о **сходстве альфа и поколения Z** (что и создаёт условия при желании объединить их в одну большую группу цифровых поколений). Сходство основано на роли цифровых технологий в их быту, учёбе, работе, развлечениях, общении и т. д. Оба поколения живут в мире Интернета и компьютеров и не представляют жизни без них. Они не знают, что такое конспектировать книги в читальном зале, готовясь к занятию, за неимением фотокамеры и электронной библиотеки; не понимают, зачем старшие поколения распечатывают фотографии вместо сохранения на «облаке»; не знают мира кино «по расписанию», без торрентов и онлайн-просмотров; не умеют писать бумажные письма родне и друзьям. Они не знают другого мира, технологии прочно вошли в их жизнь, а для альфа – с рождения.

Несмотря на это сходство, между двумя поколениями наблюдаются **отличия**, которые и обуславливают закономерность выделения альфа в отдельный период. Так, замечено, что одно поколение отличается от другого отношением к социально-политической жизни и способами взаимодействия с культурой [Woodman: 57]. Средой альфа является цифровая среда, ускоряющая технологический прогресс, и широкое использование технологий в повседневной жизни ребёнка. Для альфа эти технологии – реальность с раннего детства. Многие современные первоклассники имеют собственные iPhone, в то время как Z в их возрасте пользовались кнопочными телефонами. Недавнее исследование доказало, что уже к двум годам дети поколения альфа осваивают сенсорный экран и легко ориентируются в приложениях на смартфонах и планшетах; их предшественники осваивали это в более сознательном возрасте [Turk: 10]. Аналогичный опрос 5 тыс. родителей был проведён

в 2015 г. экспертами Mail.Ru, выявившими, что уже в тот год 46 % семей покупали детские гаджеты (дистанционные и радиоуправляемые игрушки, детские планшеты), при этом 85 % родителей давали детям смартфоны и планшеты, а освоение гаджетов начиналось в 1–3 года [69 % детей: 1].

Акцентирование легкости взаимодействия с сенсорными технологиями является показателем для подтверждения тезиса о развитии человека на основе личного опыта взаимодействия со средой. Важно, что мозг ребёнка нового поколения сталкивается с вызовом коммуникации с гаджетами ещё до развития речи, и, несомненно, этот опыт, умения и навыки на его основе влияют на формирование у него нейронных связей иначе, чем у предшествующих поколений. Причём очевидно, что родители не обучают ребёнка раннего возраста использованию телефонов, однако мозг нацелен на познание окружающей действительности, и результат не заставляет себя ждать. Можно сказать, что как первобытные дети приобретали социальный опыт через наблюдение за взрослыми и личную активность, так и маленькие альфа получают первый цифровой опыт и осваивают смартфоны опытным путём и благодаря наблюдению за взаимодействием с гаджетами их родителей. Поэтому справедливо, что это поколение называют «экранным».

Альфа – это первое поколение, родившееся в XXI в., и их образ жизни несколько отличается от образа жизни родившихся даже в конце XX в. Замечено, что именно на 2010 г., с которым связывают границу поколения большинство специалистов, приходится выпуск iPad и запуск Instagram; в 2011 г. вышло голосовое приложение Siri, в 2015 – умные часы от Apple. Поскольку родители являлись активными пользователями приложений и устройств, то всё это становилось средой и для детей с ранних лет. Одновременно, согласно Маккринделу, к разряду уходящих в прошлое предметов уже в 2017 г. относились CD/DVD диски, в 2018 – ключи от машины, в следующие годы – бумажные книги, стационарные компьютеры, кредитные карты, бумажники и механические часы [McCrindle, Fell: 135]. Меняются модели взаимоотношений, профессии и виды деятельности, способы коммуникации, интересы и потребности человека. Подавляющее большинство детей этого поколения ещё в дошкольном возрасте столкнулась с массовыми мерами борьбы с COVID, включая дистанционный режим занятий в детском саду и удаленную работу родителей. Ускорение глобализации также меняло ландшафт детства, что особенно заметно на примере западных стран, где с ранних лет ребёнок сталкивается с опасной информационной открытостью и либеральной повесткой ценностей типа гендерной пропаганды. К примеру, исследование компании Beano Studios показало, что каждый пя-

тый ребенок в возрасте 5–9 лет участвовал в маршах или акциях протеста [The future's: 1]. Доступность информации обеспечивает раннее знакомство детей с миром политики, финансов, экологии, технологий, гендерными проблемами.

Поколение альфа живёт с отличающимися от Z (когда они были в том же возрасте) игрушками, развлечениями, средствами коммуникации и образования, и всё это представлено дисплеями. Как выразился М. Маккриндел, оно живёт в беспрецедентные времена перемен и стремительных инноваций, являясь частью непреднамеренного всемирного эксперимента, в ходе которого дисплеи заменяют детям соску, средства развлечения и образования [McCrindle, Fell: 13]. Рисование интереснее на планшетах, чтение – в электронном формате, энциклопедии – через технологии виртуальной реальности, мультфильмы и игры – на смартфоне, сказки на ночь – через приложения.

Приложения вообще всё чаще задействуются родителями в развитии и воспитании детей. Родители поколения X, не зная ответа на детский вопрос, искали его в энциклопедиях, родители Z – в интернете, альфа и их родители запрашивают ответ у Сири (Apple), Алисы (Яндекс) или Маруси (VK). Приложения широко используются не только в учёбе и развлечениях, но и в домашнем воспитании ребёнка. Например, прежде родители приучали ребёнка чистить зубы методами примера, объяснения, осуждения и др.; сегодня им на помощь пришли приложения (как в случае с зубной щёткой Grush – игровым контроллером, связанным со смартфоном: в игровой форме приложение стимулирует и отслеживает процесс чистки зубов и награждает ребёнка за результат, поверхностно отслеживая этот результат). Родители предыдущих поколений пытались мотивировать детей на работу по дому вербальными и материальными поощрениями, а родителям альфа предлагаются мобильные приложения с трекингом активности детей типа Vivofit Jr. То есть само взаимодействие переходит в цифровую среду – от видеозвонков бабушкам до чистки зубов или игры (заменой живому питомцу становятся радиоуправляемые собаки, а игрушки типа динозавров Cognition Toys отвечают на тысячу вопросов ребёнка, смеются над его шутками, запоминают привычки, проявляя индивидуальный подход в общении). Даже Дед Мороз звонит детям с Mail.ru, и они видят, как он запрашивает информацию именно о них у экосистемы Маруси. И важно, что всё это не просто возможности организации детства современного ребёнка 0–12 лет, это реальность, которую большинству уже активно обеспечивают родители.

Таким образом, особенностью этих детей является то, что их индивидуальное развитие обусловлено ускоренным технологическим процессом. Они в бо-

лее раннем возрасте, чем Z, взаимодействуют с искусственным интеллектом, получают опыт и навыки цифровой грамотности, а их родителями являются X, Y, Z, т. е. технологически активные поколения. Эти характеристики и объясняют выделение детей, родившихся после 2010 г., в отдельную возрастную когорту.

Надо заметить, что изучение альфа затруднено рядом факторов: они представляют собой ещё только детей, т. е. формирующиеся личности; их возрастной разброс 0–12 лет слишком широк для получения полной картины поколения, а нижняя граница не позволяет делать о себе однозначных выводов. Об альфе известно мало, и знание часто субъективно. Обычно авторы ограничиваются общим описанием проблемы идентификации нового поколения, но были и попытки его характеристики, основанной на наблюдениях и прогнозах, что даёт собирательный образ поколения альфа – с преимуществами и недостатками.

Так, индийский исследователь А.К. Джха отмечает у альфа повышенную потребность в признании и импульсивность [Jha: 5]. Румынская эксперт в этой области Е. Бончиш описывает их как творческих и любознательных, но более вспыльчивых в сравнении с поколением Z [Bonchiş: 128]. К.М. Картер называет их самым материально обеспеченным поколением, что увеличивает риск эгоизма и избалованности [Carter: 75]. Опрос группой бразильских учёных учителей, детей и родителей, общей сложностью более 400 человек, подтвердил технологическую продвинутость, креативность, подвижность и стремление альфа к лидерству [Carneir: 11].

Основная доля эмпирических исследований, нацеленных на получение объективных знаний об этой когорте, приходится на область маркетинга. Они собирают сведения о характеристиках альфа (обычно на внушительных выборках). Например, американское агентство глобальных маркетинговых коммуникаций Wunderman Thompson, изучая покупательские предпочтения нового поколения в попытке выстроить прогнозы для своего бизнеса, опросили примерно 4 тыс. детей поколения альфа в США и Великобритании. Справедливо полагая, что изучению этих детей как потребителей должно предшествовать понимание их как людей, агентство обратилось к выявлению ценностей нового поколения. Было установлено, что главной ценностью детьми признаётся семья (71 % детей указали этот ответ), затем – друзья (43 %), что опровергает заявления других исследователей о предпочтении детьми технологий общению с друзьями [Jha: 7 и др.]. Далее в рейтинге следовали такие ценности: счастье (31 %), здоровье (19 %), образование/школа (17 %), игра (16 %), деньги (15 %), телефон (13 %, 8-е место) и т. д. [Generation: 6].

Технологические аспекты ценностей акцентировал опрос примерно 700 американских детей 7–12 лет

и 1 000 их родителей аналитической группой «Касандра». Выяснилось, что 55 % детей этого возраста пользуются социальными сетями, а 77 % убеждены, что технологии помогают им лучше учиться. 58 % считают себя геймерами, и игра для них в приоритете. Примечательно, что на вопрос, чем бы они предпочли управлять – YouTube и соцсетями или Америкой, – 64 % выбрали работу ютубера, а не президента США [Gen Alpha: 9]. Это и предыдущее упомянутое исследование демонстрируют противоречивые данные по ряду ценностей (например, компьютерной игры).

Если обычно новое поколение представляют в позитивном или нейтральном ключе, то турецкие исследователи К. Апайдин и Ф. Кайя предупреждают, что следует избегать его идеализации. Они провели опрос 12 педагогов частных школ на сравнение Z и альфа. Они установили, что у альфа в большей степени наблюдаются такие характеристики, как вспыльчивость, упрямство, жадность, у них выше математические способности, они больше времени проводят дома. В отличие от Z, у них отчётливо заметны склонность к несоблюдению правил, эгоцентризм, самоуверенность (отсутствие потребности в поддержке окружающих), независимость, ограниченная эмпатия, трудности в отношениях со сверстниками [Araudin, Kaaya: 126].

Опираясь на данные отдельных исследований, в основе которых лежали методы наблюдения или опроса, мы синтезировали характеристики альфа,

в совокупности дающие **общее представление об образе этого поколения**. Для наглядности наиболее примечательные из них собраны в таблице, где строки соотнесены по принципу содержательного соответствия характеристик в упоминании отдельными авторами. Данные получены исследователями из разных стран за последние 8 лет. На базе этих и аналогичных исследований нами также был проведён опрос среди 12 учителей начальной школы и воспитателей детских садов, т. е. педагогов, взаимодействующих с детьми 4–11 лет. Их ответы, а также результаты бесед с педагогами и итоги личного трёхлетнего стороннего наблюдения за несколькими группами детей 2013–2014 г. р. легли в основу собственных выводов о признаках поколения альфа (они отражены в последнем столбце таблицы). Они примечательны тем, что собраны на выборке именно российских детей.

При сравнении характеристик обращает на себя внимание, что активное использование технологий как ведущий признак поколения подтверждается в каждом исследовании. При этом американцы акцентируют обеспеченность среды ребёнка гаджетами, турецкое исследование – зависимость детей от технических устройств, в то время как в рассматривавшейся нами выборке наличие зависимости было предположено только у 5 % детей. Этот показатель достаточно условный, поскольку аддикция диагностируется психологами, а педагоги лишь судили по таким критериям, как нежелание ребёнка расставаться с гаджетами, частота использования их школьниками на переменах.

Таблица 1

Характеристики поколения альфа в отдельных эмпирических исследованиях

Д. Барковитц [Barkowitz: 1] и др., США	М. Маккридел [McCordle, Fell: 139], Австралия	К. Апайдин, Ф. Кайя [Araudin, Kaaya: 125], Турция	Россия
нежелание делиться		склонность к агрессии, вспыльчивость	повышенная возбудимость, активность, вспыльчивость
мобильность	самое материально обеспеченное и технологически подкованное поколение	технологическая зависимость	владение и использование технических устройств (зависимости не замечено)
	любопытность		любопытность
нарциссизм		эгоцентризм	эгоцентризм
нелюбовь к правилам и ограничениям		отвержение правил	знание, но нарушение правил
креативность, предприимчивость	креативность		наличие собственных идей преобразования мира, креативность, богатая фантазия
здоровый образ жизни как ценность	забота об окружающей среде		здоровый образ жизни ещё не входит в число присвоенных ценностей
стремление преодолевать барьеры	стремление к лидерству	самоуверенность, отсутствие потребности в авторитетах	лидерские качества, излишняя самоуверенность
наличие собственного мнения по широкому кругу социальных вопросов; либеральные взгляды	склонность к консерватизму и социальному прагматизму		наличие взгляда на социальные и политические события, широкие интересы

Низкая доля детей здесь видится логичной (в силу их довольно маленького возраста и среды живого взаимодействия) и оптимистичной.

Нельзя не заметить креативность, лидерские задатки, уверенность в своих силах, многочисленные интересы и мнение детей альфа по широкому кругу тем, на что указывают все исследования: это также настраивает на оптимистический лад, поскольку подобные характеристики однозначно будут востребованы на рынке труда через 15–30 лет. Одними из таких тем являются экология и здоровый образ жизни, и западными авторами неизменно подчёркивается приверженность детей этим ценностям, но, возможно, они отчасти выдают общий тренд за реальность. Российские дети до 11 лет демонстрируют знание повестки дня, понимание значимости её проблем, но говорить о присвоении таких ценностей пока рано из-за возрастных различий внутри поколения и продолжающегося формирования ребёнка.

Ну и, конечно, во всех западных работах постулируется открытый тип мышления поколения альфа: они лояльно смотрят на гендерные и расовые вопросы. В турецком исследовании такие аспекты не затрагивались, а наши наблюдения показывают, что дети ими не интересуются в силу отсутствия соответствующей активной повестки в медийном и образовательном российском пространстве. Маккриндел указывает, что, поскольку поколение альфа растёт с интернетом в руках в условиях глобализации, то приобретает общие обычаи, ценности и опыт, т. е. глобализируется. Но следует уточнить, что геополитические события (особенно 2022 г.) однозначно свидетельствуют о выборочности глобализации, поэтому её влияние на детей в России, Китае, Азии, Латинской Америке и Африке будет меньшим в сравнении с их европейскими или австралийскими сверстниками.

Одновременно обращает на себя внимание ряд отрицательных характеристик детей альфа. Вслед за рядом исследований (К. Апайдин и Ф. Кайя) нами выявлено, что эти дети отличаются повышенной возбудимостью и вспыльчивостью в сравнении с Z, но педагоги и не признали за ними особой агрессивности. Вызывает тревогу доля эгоцентричных детей (47 % ответов), и надо заметить, что эгоцентричное поведение во многом объяснимо другими особенностями альфа – повышенной заботой со стороны родителей и высокой материальной обеспеченностью этого поколения. Ещё одна черта, вызывающая опасение, – пренебрежение правилами, что подтверждают разные авторы. Очевидно, растущие в атмосфере благополучия, многочисленных прав и свобод дети привыкают самостоятельно устанавливать для себя границы и испытывают недовольство, сталкиваясь с чужими требованиями. Это распространяется на разные ситуации – от правил дорожного движения до требо-

ваний учителя отступить в тетради 2 клетки от предыдущей записи. При этом замечено, что добиться принятия норм и соблюдения правил значительно проще с помощью разъяснения их сущности и значимости, в то время как на жёсткие требования и авторитарный стиль педагога дети альфа реагируют упрямством и отказом.

Всё это указывает, что в педагогике наблюдается острое противоречие между потребностью в знаниях о воспитании и обучении современных детей до 12 лет с помощью методов, подходов, принципов и средств, максимально целесообразных именно для их нового поколения, и одновременно отсутствием не только совокупности такого педагогического инструментария, но и системных знаний о поколении альфа. При этом старшие из них через 5–7 лет уже закончат школы и перейдут в учреждения профессиональной подготовки. Чтобы выстроить с ними оптимальное педагогическое взаимодействие, педагоги должны овладевать знаниями о специфике юного поколения и уметь с ними работать.

Список литературы

- Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33. <https://doi.org/10.7868/S0132162518030029>
- Шамис Е., Никонов Е.* Теория поколений. Необыкновенный Икс. Москва: Synergy Book, 2020. 192 с.
- 69% детей начинают пользоваться гаджетами ещё в дошкольном возрасте // Hi-Tech.Mail.Ru. 2015. 18 июня. URL: <https://hi-tech.mail.ru/news/> (дата обращения: 15.09.2022).
- Apaydin Ç., Kaya F.* An analysis of the preschool teachers' views on Alpha Generation // European Journal of Education Studies, 2020, vol. 6, No. 11, pp. 123-141. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46827/ejes.v0i0.2815>.
- Barkowitz D.* 13 Things to know about the Alpha Generation. Adage, 2016, January 28, p. 1.
- Becker H.* Dynamics of cohort and generations research. Amsterdam, Thesis Publishers, 1992, 656 p.
- Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T.* Y and Z generations at workplaces. Journal of competitiveness, 2016, vol. 8, No. 3, pp. 90–106.
- Bonchiş E.* Generation Alpha. A great challenge for parents and teachers. G. Pânişoară (Ed.). Parenting from A to Z. 83 challenging themes for today's parents. Iaşi, Polirom, 2022, pp. 125–131.
- Carneir C.G.* Study on the Alpha Generation and the reflections of its behavior in the organizational environment. Quest Journals Journal of Research in Humanities and Social Science, 2018, vol. 5, No. 6, pp. 9-19.
- Carter C.M.* The complete guide to Generation Alpha. The Children Of Millennials. Forbes, 21, December 2016, pp. 74-76.

Dimock M. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, January 17, 2019. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (дата обращения: 17.09.2022).

Drugas M. Screenagers or “Screamagers”? Current perspectives on Generation Alpha. *Psychological thought*, 2022, vol. 15, No. 1, pp. 1-11. <https://doi.org/10.37708/psyc.v15i1.732>

Feiertag J., Berge Z.L. Training Generation N: How educators should approach the Net Generation. *Education Training*, 2008, vol. 50, No. 6, pp. 457-464.

Francis T., Hoefel F. ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. *Consumer Packaged Goods*, 2018, vol. 1, No. 1, pp. 1–10.

Gen Alpha: Generation Infinite. Cassandra, 2022, July 11. URL: <https://cassandra.co/> (дата обращения: 17.09.2022).

Generation ALPHA: Preparing for the future consumer. Wunderman Thompson Commerce, 2019. URL: <https://gertkoot.files.wordpress.com/2019/10/wtc-generation-alpha-2019.pdf> (дата обращения: 14.09.2022).

Jha A.K. Understanding Generation Alpha. *OSF Preprints*, 2020, June 20, pp. 1-12. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>

Mccrindle M., Fell A. Generation Alpha. London: Headline Publishing Group, 2021, 352 p.

Nagy Á., Kölcsey A. Generation Alpha: Marketing or science? *Acta Educationis Generalis*, 2017, vol. 7, No. 1, pp. 107-115. <https://doi.org/10.1515/atd-2017-0007>

Oblinger D., Oblinger J. Is it age or IT: First steps towards understanding the netgeneration. *Educating the Net generation*. Boulder, Educause, 2005, pp. 2.1–2.20.

Sladek S., Grabinger A. Gen Z. The first generation of the 21st century has arrived! Minnesota, YZ University, 2018, 16 p.

Strauss W., Howe N. Generations. New York, Harper Perennial, 1991, 318 p.

Tootell H., Freeman M., Freeman A. Generation Alpha at the intersection of technology, play and motivation, R.H. Sprague Jr. (Eds.). 47th Hawaii International Conference on System Sciences. Waikoloa, 2014, pp. 82-90. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.19>

The future's bright: The future's Gen Alpha. Beano Studios, 2019, Jun 20. URL: beanobrain.com

Turk V. Understanding Generation Alpha. London, Hotwire Consulting, 2017. 21 p.

Williams A. Meet Alpha: The Next ‘Next Generation’. *The New York Times*, 2015, September 19, p. 9.

Woodman D. Generational change and intergenerational relationships in the context of the asset economy. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 2022, vol. 23, No. 1, pp. 55-69. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2020.1752275>

Ziatdinov R., Cilliers J. Generation Alpha: Understanding the next cohort of university students.

European Journal of Contemporary Education, 2021, vol. 10, No. 3, pp. 783-789. <https://doi.org/10.13187/ejced.2021.3.783>

References

Radaev V.V. *Millenialy na fone predshestvuyushchih pokolenij: empiricheskij analiz* [Millennials against the background of previous generations: an empirical analysis]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological research], 2018, vol. 3, pp. 15-33. (In Russ.)

Shamis E., Nikonov E. *Teoriya pokolenij. Neobyknovennyj Iks* [The theory of generations. The extraordinary X]. Moscow, Synergy Book, 2020, 192 p. (In Russ.)

69 % detej nachinayut pol'zovat'sya gadzhetaми eshchyo v doshkol'nom vozraste [69 % of children start using gadgets at preschool age]. *Hi-Tech.Mail.Ru*, 18.06.2015 (In Russ.). <https://hi-tech.mail.ru/news/> (access date: 15.09.2022)

Apaydin Ç., Kaya F. An analysis of the preschool teachers' views on Alpha Generation // *European Journal of Education Studies*, 2020, vol. 6, No. 11, pp. 123-141. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.46827/ejes.v0i0.2815>.

Barkowitz D. 13 Things to know about the Alpha Generation. *Adage*, 2016, January 28, p. 1.

Becker H. Dynamics of cohort and generations research. Amsterdam, Thesis Publishers, 1992, 656 p.

Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T. Y and Z generations at workplaces. *Journal of competitiveness*, 2016, vol. 8, No. 3, pp. 90–106.

Bonchiş E. Generation Alpha. A great challenge for parents and teachers. G. Pânişoară (Ed.). *Parenting from A to Z. 83 challenging themes for today's parents*. Iaşi, Polirom, 2022, pp. 125–131.

Carneir C.G. Study on the Alpha Generation and the reflections of its behavior in the organizational environment. *Quest Journals Journal of Research in Humanities and Social Science*, 2018, vol. 5, No. 6, pp. 9-19.

Carter C.M. The complete guide to Generation Alpha. *The Children Of Millennials*. Forbes, 21, December 2016, pp. 74-76.

Dimock M. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, January 17, 2019. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (дата обращения: 17.09.2022).

Drugas M. Screenagers or “Screamagers”? Current perspectives on Generation Alpha. *Psychological thought*, 2022, vol. 15, No. 1, pp. 1-11. <https://doi.org/10.37708/psyc.v15i1.732>

Feiertag J., Berge Z.L. Training Generation N: How educators should approach the Net Generation. *Education Training*, 2008, vol. 50, No. 6, pp. 457-464.

Francis T., Hoefel F. ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. *Consumer Packaged Goods*, 2018, vol. 1, No. 1, pp. 1–10.

- Gen Alpha: Generation Infinite*. Cassandra, 2022, July 11. URL: <https://cassandra.co/> (дата обращения: 17.09.2022).
- Generation ALPHA: Preparing for the future consumer*. Wunderman Thompson Commerce, 2019. URL: <https://gertkoot.files.wordpress.com/2019/10/wtc-generation-alpha-2019.pdf> (дата обращения: 14.09.2022).
- Jha A.K.* Understanding Generation Alpha. OSF Preprints, 2020, June 20, pp. 1-12. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>
- Mccrindle M., Fell A.* Generation Alpha. London: Headline Publishing Group, 2021, 352 p.
- Nagy Á., Kölcsey A.* Generation Alpha: Marketing or science? *Acta Educationis Generalis*, 2017, vol. 7, No. 1, pp. 107-115. <https://doi.org/10.1515/atd-2017-0007>
- Oblinger D., Oblinger J.* Is it age or IT: First steps towards understanding the netgeneration. *Educating the Net generation*. Boulder, Educause, 2005, pp. 2.1–2.20.
- Sladek S., Grabinger A.* Gen Z. The first generation of the 21st century has arrived! Minnesota, YZ University, 2018, 16 p.
- Strauss W., Howe N.* Generations. New York, Harper Perennial, 1991, 318 p.
- Tootell H., Freeman M., Freeman A.* Generation Alpha at the intersection of technology, play and motivation, R.H. Sprague Jr. (Eds.). 47th Hawaii International Conference on System Sciences. Waikoloa, 2014, pp. 82-90. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.19>
- The future's bright: The future's Gen Alpha*. Beano Studios, 2019, Jun 20. URL: beanobrain.com
- Turk V.* Understanding Generation Alpha. London, Hotwire Consulting, 2017. 21 p.
- Williams A.* Meet Alpha: The Next 'Next Generation'. *The New York Times*, 2015, September 19, p. 9.
- Woodman D.* Generational change and intergenerational relationships in the context of the asset economy. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 2022, vol. 23, No. 1, pp. 55-69. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2020.1752275>
- Ziatdinov R., Cilliers J.* Generation Alpha: Understanding the next cohort of university students. *European Journal of Contemporary Education*, 2021, vol. 10, No. 3, pp. 783-789. <https://doi.org/10.13187/ejced.2021.3.783>

Статья поступила в редакцию 28.09.2022; одобрена после рецензирования 14.11.2022; принята к публикации 14.11.2022.

The article was submitted 28.09.2022; approved after reviewing 14.11.2022; accepted for publication 14.11.2022.