

ПЕДАГОГИКА РАЗВИТИЯ И СОТРУДНИЧЕСТВА

Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2023. Т. 12, вып. 1 (45). С. 58–67
Izvestiya of Saratov University. Educational Acmeology. Developmental Psychology, 2023, vol. 12, iss. 1 (45), pp. 58–67
<https://akmepsy.sgu.ru> <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2023-12-1-58-67>
EDN: BMYWMV

Научная статья
УДК 37.01

Образовательный запрос поколения Альфа

Л. Н. Данилова

Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского, Россия, 150000, г. Ярославль, ул. Республиканская, д. 108

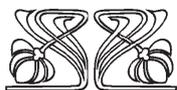
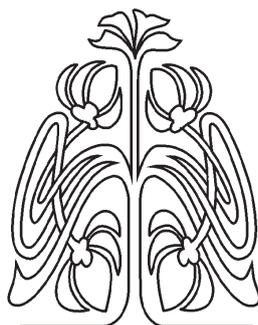
Данилова Лариса Николаевна, доктор педагогических наук, доцент, профессор кафедры теории и истории педагогики, yar-da.l@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1272-401X>

Аннотация. Актуальность исследования объясняется потребностями современной науки и практики в понимании нынешнего поколения детей. В настоящее время распространяется мнение, что вслед за поколением Z, считавшимся современным, примерно с 2010 г. рождаются дети уже нового поколения, несколько отличающегося от него по условиям жизнедеятельности и общим характеристикам. Мы развиваем дискуссию по теме поколения Альфа, чтобы проблематизировать вопрос его образования, поскольку подавляющая часть этой когорты уже включена в систему дошкольного и начального образования. *Цель:* выявить современные вызовы в отношении системы образования, возникающие под влиянием особенностей нового поколения. В силу этого одной из задач исследования являлось определение таких психолого-педагогических особенностей Альфа. В основу методологической базы лег поколенческий подход к изучению поведения и обучения детей. В *результате* сделан вывод, что поколения Альфа и Z отличаются в силу большего влияния на культуру современных технологий: Альфа – первое поколение, уже с рождения живущее в цифровой среде, которое учится взаимодействовать с цифровыми устройствами в раннем возрасте (часто до развития речи). Установлено, что это условие определяет специфику детей Альфа как поколения. Теоретико-эмпирическим путем выявлено, что для него типичны креативность, любознательность, стремление к лидерству, активность и интерес к социальной повестке, а также ряд нарастающих характеристик – излишняя самоуверенность, повышенная возбудимость, неприятие правил. Показано, что эти особенности и жизнь в цифровой среде объясняют запрос Альфа к образованию. Раскрыты проблемы на пути разрешения возникших вызовов (философские, материально-финансовые, кадровые, методические).

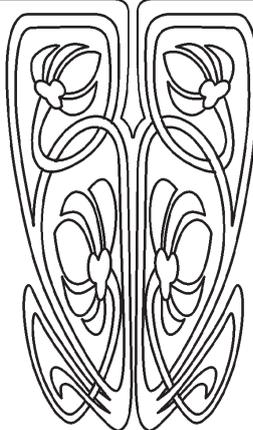
Ключевые слова: теория поколений, обучение поколения Альфа, сравнение Альфа и Z, особенности поколения Альфа, социальный заказ

Для цитирования: Данилова Л. Н. Образовательный запрос поколения Альфа // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2023. Т. 12, вып. 1 (45). С. 58–67. <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2023-12-1-58-67>, EDN: BMYWMV

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





Article

Educational needs of the Generation Alpha

L. N. Danilova

Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky, 108 Respublikanskaya St., Yaroslavl 150000, Russia

Larisa N. Danilova, yar-da.l@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1272-401X>

Abstract. *The relevance of the study* is determined by the needs of current science and practice in understanding the contemporary generation of children. Nowadays, they state that after Generation Z, which was considered to be contemporary, since about 2010, there have been born children of a new generation, somewhat different from Generation Z in terms of life-sustaining activity and general characteristics. The article develops a discussion on the problem of Generation Alpha in order to address the issue of its education. It is a significant question since the majority of this cohort are already included in the system of preschool and primary education. The *purpose* of the study is to identify modern challenges to the educational system that arise under the influence of the new generation's characteristics. In accordance with this, one of the objectives of the study was to determine psychological and pedagogical features of Generation Alpha. The methodological base of the research is the generational approach to the study of children's behavior and education. The *results* of the study show that Generations Alpha and Z differ due to the greater influence of modern technologies on culture: Alpha is the first generation, living in a digital environment from their birth. They learn to interact with digital devices at an early age (often before their language development). It has been revealed that this condition determines the specifics of Alpha children as a generation. By means of theoretical and empirical methods, the study has proved that the most typical features of Generation Alpha are creativity, curiosity, striving for leadership, activity and interest in the social agenda. However, a number of alarming characteristic have been singled out: excessive self-confidence, increased excitability, and the rejection of rules. The research shows that that these features and life in the digital environment explain Alpha's needs in education. The results reveal some problems in connection with the solution of the arising challenges (philosophical, material and financial, personnel, and methodological).

Keywords: generation theory, Generation Alpha training, Alpha and Z comparison, Generation Alpha characteristics, social order

For citation: Danilova L. N. Educational needs of the Generation Alpha. *Izvestiya of Saratov University. Educational Acmeology. Developmental Psychology*, 2023, vol. 12, iss. 1 (45), pp. 58–67 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2304-9790-2023-12-1-58-67>, EDN: BMYWMV

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Интерес к поколенческим аспектам жизнедеятельности человека постоянно возрастает. В базе РИНЦ словосочетание «теория поколений» в качестве ключевого в сентябре 2022 г. встречалась в 860 статьях, а «поколение Z» – примерно в 1200 работах. В зарубежных журналах эти словосочетания встречаются еще чаще, в одной только базе данных WOS тогда же «Generation Z» было в названии темы в более чем в 800 статьях, большинство из которых опубликовано за последние три года.

Поколение – это историческая категория, которая, появившись в древности, отличается внутренней динамикой. Если в далеком прошлом под поколением люди понимали всех современников, а позже группу людей с разницей не более чем в 30 лет (период от рождения человека до рождения его детей), то сейчас границы все больше сужаются. Определяющей является не столько биологическая, сколько социальная трактовка, и поколение рассматривается как промежуток времени примерно в 20 лет [1]. Именно в социологии было замечено, что поколения подвержены влиянию ведущих общественных событий своего времени, что одновременно придает им общие характеристики и отличает от других поколений. Почти 100 лет назад Карл Мангейм поднял вопрос о смене поколений как

биосоциальном процессе, когда старшие передают младшим опыт, обусловленный историческими событиями их эпохи [2]. Эта идея была развита социологией, и сегодня под поколениями подразумевают группы людей, живущих в один период времени, а значит, сталкивающихся с общими социокультурными явлениями и потому приобретающих схожие характеристики. Признается, что с XX в. поколения классифицируются следующим образом:

- великое поколение (1900–1928);
- молчаливое поколение (1928–1945);
- беби-бумеры (1945–1962);
- поколение X (1962–1981);
- поколение Y (1981–1995);
- поколение Z (с 1995) [1, 3].

Поскольку крупные исторические и социальные события могут не носить глобального характера, а затрагивать только развитие своей страны, то справедливо, что эта периодизация, предложенная впервые американцами, полностью совпадает с национальным контекстом. Глобальный характер событий обеспечивает общую базу периодизации, но события национального масштаба обеспечивают ей национальную специфику. Поэтому российские исследователи видят поколенческую структуру общества несколько иначе. Например, В. В. Радаев выделяет периоды, где названия говорят за себя: мобилизационное поколение (родившиеся



до 1938 г.), поколение оттепели (1938–1946), застоя (1946–1967); «реформенное» (1968–1981), миллениалы, или Y (1982–2000), поколение Z (с 2000 г.) [4, с. 17–18]. Таким образом, «поколенческий шаг» у него составляет 8–21 лет, но при этом учитывается именно отечественная специфика развития общества.

Е. Шамис и Е. Никонов ориентируются на традиционную периодизацию, акцентируя ключевые моменты отечественной истории:

- поколение GI, или Победителей (1900–1923 годы рождения), основные события, сформировавшие ценности, – две революции, коллективизация, электрификация;

- молчаливое поколение (1923–1943) – сталинские репрессии, Вторая мировая война, восстановление разрушенной страны;

- беби-бумеры (1943–1963) – оттепель, покорение космоса, холодная война;

- поколение X (1963–1983) – глобальная информированность, техническая грамотность, индивидуализм, прагматизм, равноправие полов;

- поколение Y (1983–2003) – распад СССР, теракты, компьютерные технологии и Интернет;

- поколение Z (2003–2023) – расцвет цифровых технологий, экономический кризис [5].

Нельзя не заметить, что временные рамки отдельных возрастных когорт в представлении разных авторов различаются, например Z появляется где в 1995 г. [1], где в 2000 [4] и 2003 г. [5]. Именно поколение Z вызывает наибольшие сложности с идентификацией, причем сегодня в связи с его второй границей – одни социологи утверждают, что его рождение еще продолжается [4–6], а другие сходятся во мнении, что на смену ему уже пришло новое поколение. И поскольку влияние глобализации при этом признается определяющим, то национальные особенности в данном случае в определении времени его рождения почти не важны. Так, в качестве конечного рубежа поколения Z зарубежные исследователи называют 2009 (М. Мак-Криндел [7], С. Слэйдек [8]), 2010 (агентство McKinsey [9], А. Бендик [10]) и 2012 гг. (Д. Фейертаг [11]). Это значит, что с 2010 г. наблюдается рождение другого, следующего за Z поколения и что самым старшим его представителям сегодня уже по 12 лет, т. е. они активно включены в систему образовательных отношений.

Цифровые поколения Z и Альфа

В связи со всем перечисленным целью данной статьи является анализ образовательных потребностей этих детей и актуальной готовности образовательной системы к их удовлетворению.

В работе содержится обоснование нового поколения, его специфики, вызовов, возникающих перед учреждениями образования и педагогами под воздействием этой специфики, а также трудностей их преодоления. Содержание исследования объясняет выбор методов, основными из которых стали изучение наработок в теории поколений как направления междисциплинарного знания в России и за рубежом, продолжительное наблюдение за детьми 5–9 лет, интервьюирование, опрос среди педагогов детских садов и начальной школы, сравнение полученных в ходе эмпирической работы результатов с данными схожего тестирования за рубежом. Теоретико-методологическая база изучения представлена работами по социальной философии, социологии возрастных групп, возрастной педагогике и психологии, поколенческим подходом, культурологическим подходом, теорией групп и группового поведения, структурным анализом, принципами диалектики и структурализма.

Благодаря М. Мак-Кринделу – одному из идеологов данного феномена – новое поколение получило название «поколение Альфа». Использование первой буквы греческого алфавита предложено им по причине окончания латинского (поколения X, Y, Z) и является заявкой на дальнейшее развитие (появление поколения Бета социолог прогнозирует на 2025 г.).

Безусловно, между Альфа и Z существует сходство (в силу близости когорт и влияющих факторов). Это причина, по которой кто-то отказывается выделять Альфа в отдельное поколение. Фактором выделения обеих групп является влияние цифровых технологий на их повседневную жизнь, учебу, отдых, общение и т. д. Они являются поколениями, зависимыми от Интернета и компьютера. Однако это же влияние создает и разницу между Альфа и Z.

Отличие поколений выражается в разных способах взаимодействия людей с культурной средой [12]. Среда Альфы цифровая, характеризуемая интеграцией умных технологий в быту ребенка, причем с раннего детства. Согласно исследованию В. Тёрка, сенсорный экран эти дети осваивают уже к двухлетнему возрасту, свободно ориентируясь в знакомых игровых приложениях и легко изучая незнакомые [13]. Особого внимания здесь заслуживает то, что Альфа – первое поколение, развивающееся подобным образом в раннем детстве, поскольку поколение Z осваивало эти технологии в более позднем детском возрасте. Поскольку современные родители сами активно пользуются современными технологиями, они и для детей практически с рождения создают соответствующую среду. Уже в 2015 г.



в ходе соответствующего опроса компании Mail.Ru [14], охватившего 5 тыс. родителей, было выявлено, что половина из них покупали цифровые игрушки, 85% разрешали детям пользоваться своими смартфонами и планшетами, а освоение детьми этих гаджетов начиналось в 1–3 года. Происходит это опытным путем и посредством наблюдения за использованием гаджетов самими родителями. Возраст, в котором дети знакомятся с подобными технологиями, очень важен для понимания особенностей накопления их опыта и способов знакомства с внешней средой. Речь идет о феномене развития, когда ребенок сталкивается с вызовом цифровой коммуникации еще до формирования у него речевых умений и это сказывается на развитии его мышления.

Мы живем в эпоху стремительной замены традиционного мира цифровым: меняются вещи, способы взаимоотношений, виды профессиональной деятельности, интересы и потребности человека. Во всем мире большинство детей Альфа столкнулось с удаленным режимом занятий в садах и школах во время карантина, связанного с ковидом; дистанционно работали и родители. В Европе тотальная информатизация и глобализация сокращают детство, посвящая ребенка в недетские вопросы от глобального потепления и веганского питания до изменения пола. Британской компанией Beano Studios установлено, что каждый пятый ребенок 5–9 лет вместе с родителями принимал участие в акциях протеста, вызванных актуальными социальными проблемами [15].

Поколение Альфа воспитывается на других игрушках, предоставленные им возможности отличаются от тех, что были у детей Z. Оно живет в период глобального усовершенствования бытовой жизни семьи, где «дисплеи заменяют детям соску, средства развлечения и образования» [7, с. 17]. С дошкольного возраста они совмещают рисование на бумаге и планшете, привыкают к родительскому чтению в ридерах, предпочитают музеи с виртуальной реальностью и интерактивом, самостоятельно находят себе мультфильмы в мультиканальном телевизоре, играют с электронными питомцами и загружают игровые приложения.

Кстати, разработчики, видя растущий спрос родителей нового поколения, предлагают многочисленные приложения, рассчитанные не только на обучение, но и на воспитание ребенка. Так, для оптимизации выработки привычки чистить зубы можно воспользоваться зубной щеткой Grush и игровым контроллером, привязанным к приложению, которое в игровой форме мотивирует малыша и начисляет награды за успехи. Есть приложения типа Vivofit Jr., которые стимули-

руют детей выполнять даже какие-то домашние обязанности, ведут учет работ и предлагают виртуальные призы. Это говорит о том, что цифровая среда, в которой живет современный ребенок с рождения до 12 лет, охватывает и семейное взаимодействие (чаты, видеозвонки бабушкам, поздравления от Деда Мороза (в ходе коммуникации с Дедом Морозом на платформе Mail.ru дети даже не различают, что его присутствие является не удаленным, а виртуальным, но отмечают разумность голосового устройства «Маруся» – гаджета, заменившего традиционную Снегурочку). Есть мнение, что дети Альфа даже предпочитают электронные игрушки живым питомцам. Надо уточнить, что это не подтверждается нашим и рядом других исследований, что, возможно, объясняется внутренними отличиями детей когорты, попадавших в конкретные выборки. Однако определенно такие игрушки вызывают их повышенный интерес. Например, как замену реальной собаке маркетологи продвигают радиоуправляемых собак, способных лаять, следовать за хозяином, вилять хвостом, кувыркаться, гонять мяч и пр., а динозавры от CogniToys даже могут отвечать на сотни вопросов ребенка, идентифицируя их по ключевым словам, и смеяться над его шутками.

Важно, что благодаря этим и другим возможностям современные родители активно создают ребенку цифровое образовательное и игровое пространство с раннего детства. Поэтому дети Альфа с рождения живут в цифровой среде. Они раньше, чем Z, учатся взаимодействовать с искусственным интеллектом, рано приобретают опыт использования электронных и цифровых средств в повседневной жизни.

Специфика поколения Альфа

По словам румынского специалиста по теории поколений Е. Бонкиш, об Альфе очень мало известно и еще меньше на эту тему написано [16]. Например, американское маркетинговое агентство Wunderman Thompson [17] для выяснения покупательских вкусов современных детей опросило около 4 тыс. маленьких жителей США и Британии в попытке уточнить их поколенческие ценности. Опрос показал, что главную ценность для современного ребенка представляет семья (71% ответов), на втором месте друзья и общение (43%). В то же время есть исследования, утверждающие, что общению с друзьями это поколение предпочитает гаджеты [18]. По данным Wunderman Thompson, только для 16% опрошенных детей ценностью является игра, для 13% – телефоны и планшеты, однако в другом опросе [19] американских Альфа 7–12



лет 58% детей назвали себя геймерами. Это же исследование определило, что более половины респондентов активно пользуются соцсетями.

Эти и другие противоречивые данные будут уточняться другими эмпирическими исследованиями в будущем. Пока же авторы, основываясь на логических заключениях и наблюдениях, обычно отмечают только несколько **характеристик поколения Альфа** – повышенную потребность в социальном признании и импульсивность [18], большое стремление к творческому самовыражению и любознательность [16], более высокие интеллектуальные способности в сравнении с предыдущими поколениями [20], стремление к лидерству [21]. Разумеется, всеми авторами отмечается технологическая грамотность детей Альфа как принципиальный признак данного поколения.

Важно, что появляются работы, в которых прогнозируются (обоснованно или не совсем) и отрицательные качества детей поколения Альфа, например меньшая общительность в сравнении с Y и Z [20] как результат большей зависимости от виртуального пространства, эгоистичности и избалованности как следствия высокой материальной обеспеченности [22]. Примечательным стал опрос турецких ученых К. Апайдин и Ф. Кайя, в результате которого эмпирическим путем выявлены положительные и отрицатель-

ные характеристики Альфа через сравнение с Z. Исследовательницы диагностировали, что дети поколения Альфа более способны к математике, но в большей степени им также присущи вспыльчивость, упрямство, жадность, склонность к нарушению правил, отсутствие потребности в поддержке окружающих, ограниченная эмпатия, проблемы коммуникации [23].

Используя данные таких исследований, мы обобщили характеристики Альфа, а для уточнения проверяли их с помощью лонгитюдного наблюдения за тремя группами детей в условиях детского сада и начальной школы. Характеристики для сравнения поколений Альфа и Z уточнялись также посредством опроса воспитателей и учителей начальных классов, имеющих достаточный опыт работы. Дополнительные данные, полученные в ходе бесед с педагогами и родителями, позволили сделать выводы о ключевых характеристиках нового поколения детей. Для наглядности эти выводы систематизированы в таблице, где последняя колонка отражает результаты нашей эмпирической работы, а первые столбцы содержат описание Альфа из отдельных зарубежных исследований. Табличная форма представления позволяет видеть соотношение конкретных характеристик, заявляемых авторами, и их верификацию на российской выборке детей до 12 лет.

Характеристики поколения Альфа в эмпирических исследованиях

Table. Generation Alpha characteristics in empirical studies

Д. Барковиц, США [24]	М. Мак-Криндел, Австралия [7]	Ч. Апайдин, Турция [23]	Российские ученые
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)
–	Любознательность	–	Любознательность
Нарциссизм	–	Эгоцентричность	Эгоцентричность
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 еще не входит в число присвоенных ценностей
Стремление преодолевать барьеры	Стремление к лидерству	Самоуверенность, отсутствие потребности в авторитетах	Лидерские качества, излишняя самоуверенность
Наличие мнения по широкому кругу социальных вопросов; либеральные взгляды	Склонность к консерватизму и социальному прагматизму	–	Наличие взгляда на социальные и политические события; широкие интересы



Как и следовало ожидать, окружение цифровыми технологиями и свободное обращение с ними в повседневной жизни подтверждается во всех исследованиях, однако в Д. Барковитц, М. Мак-Криндел [24] и другие западные авторы делают акцент на цифровизации самой среды жизни ребенка, а в турецком опросе внимание акцентируется на формировании зависимости от гаджетов. Мы не пытались определить аддикцию, поскольку ее диагностирование должно проходить с привлечением психологов, однако ни учителя, ни родители в качестве проблемы с поведением ребенка ее почти не называли (5%). В сравнении с предыдущим поколением этот процент видится весьма оптимистичным, хотя надо понимать, что детские сады и школы – это не то место, где дети имеют возможность свободного пользования телефоном или планшетом в любое время, т. е. и ответы педагогов в данном случае могут быть не совсем объективными.

Также ясно, что разными авторами замечены такие характеристики детей поколения Альфа, как креативность, лидерские устремления, самоуверенность, широкий круг интересов и мнений, что также вызывает одобрение в силу востребованности данных качеств на рынке труда. В работах разных западных авторов делается акцент на социальной грамотности и гражданской позиции современных детей, на том, что они разделяют либеральные ценности и понимают сущность ключевых обсуждаемых проблем – от парникового эффекта до прав БЛМ и меньшинств. В силу отличия медийной повестки в России российские дети демонстрируют знание других актуальных проблем.

В то же время при сравнении результатов вызывают опасение отрицательные черты современного поколения детей. Можно согласиться с турецкими авторами [23], что для Альфа характерны повышенная возбудимость и вспыльчивость. Опасность представляет высокая доля эгоцентричных детей (47% ответов), поскольку это грозит проблемами коммуникации и социализации; объяснение эгоцентризму может крыться в повышенной опеке по отношению к детям со стороны родителей и стремлением обеспечить им материально благополучное детство (неслучайно Альфа называют самым обеспеченным поколением [7]). Тревогу вызывает такое качество современных детей, подтвержденное в разных работах, как их отношение к правилам, склонность не принимать и нарушать их, что опять же может быть обосновано благополучностью и избалованностью.

Сказанное подтверждает назревшее противоречие между актуальной необходимостью

воспитывать и обучать современных детей с помощью адекватных их поколенческим особенностям методов и средств, с одной стороны, и недостаточной готовностью образовательных учреждений и педагогов к удовлетворению запроса Альфа в силу слабого знания самой специфики данного поколения – с другой. Между тем старшим представителям поколения Альфа через 5–7 лет уже предстоит переход в систему профессионального образования, т. е. системе образования срочно требуется учиться понимать и организовывать полноценное педагогическое взаимодействие с новой возрастной когортой. Пока же педагоги предпочитают использовать более традиционные методы, которые применяли и для Z. Например, понимание ими склонности Альфа к цифровым технологиям находит отражение в применении на занятиях компьютеров, проекторов и электронной доски, реже других средств.

К. Апайдин и Ф. Кайя определили, что детям Альфа требуется более персонализированное обучение, чем их предшественникам, больше наглядности (в том числе кинестетической – для усиления активности и зрительной – по аналогии с использованием дисплея), больше групповых видов деятельности и обратной связи [23].

Но этот список можно продолжить. В соответствии с характеристиками поколения Альфа очевидно, что **перед современным образованием, прежде всего школьным, встают следующие вызовы:**

- если Z требовалась мультимодальность обучения, то для Альфа необходима уже и виртуальность;
- Альфа управляют своим познанием, т. е. им необходимы возможность выбора и большая самостоятельность;
- выплеск творческой энергии не может ограничиваться рисунками и поделками – благодаря своей фантазии дети могут производить более сложные продукты;
- в вопросах объема и глубины знаний учитель не выдерживает конкуренции с искусственным интеллектом;
- в плане содержательности, конкретности и наглядности информации учебник проигрывает в сравнении с цифровыми средствами информации, доступными детям;
- для детей, имеющих в кармане мир Интернета, информация не представляет тайны, поэтому еще больше актуализируется проблема мотивации получения и усвоения новых знаний;
- актуальность умения искать нужные знания отстывает перед умением отсеивать знания ненужные;



– в условиях роста активности, самостоятельности и излишней самоуверенности детей педагогу сложно удерживать внимание и дисциплину на занятии;

– оптимизация выполнения задач с помощью цифровых технологий вызывает непонимание и критику детьми традиционных путей их выполнения;

– еще больше, чем Z, поколение Альфа ждет, что ему предоставят свободу мысли, слова и действия, и школа сталкивается с задачами не формирования, а уже развития критического мышления ребенка.

Примечательно, что все перечисленные вызовы, встающие перед образовательной системой, носят глобальный характер и касаются разных стран, но не являются институциональными, сводясь, по сути, к вопросам дидактики и методики преподавания или воспитания детей. При этом анализ перечисленных потребностей и ситуации в образовании указывает также на ряд **проблем и препятствий**, тормозящих быструю модернизацию педагогических процессов на местах. Так, использование виртуальных технологий требует дополнительных финансовых затрат на приобретение соответствующего программного и технического обеспечения. Если речь идет о создании собственной виртуальной лаборатории, например по физике и химии, требуется привлечение нескольких специалистов в сфере IT, способных участвовать в создании такого продукта [25]. Более доступно использование готовых продуктов, однако их количество ограничено. У проектировщиков содержания педагогического образования нет четкого видения потребностей современного ребенка, недостаточно и усовершенствование подготовки студентов педагогических вузов. Дополнительные финансовые вливания требуют внедрение в учебный процесс и изучение технологий искусственного интеллекта, обеспечение компьютерной техникой каждого класса. Но главное – это дополнительное образование учителей, ведь в конечном счете в прямое взаимодействие с ребенком в классе вступает не государство и не школа, а конкретный педагог, от компетентности и мотивации которого зависит и удовлетворение образовательных потребностей конкретного ребенка. При этом не секрет, что учителя часто вынуждены повышать квалификацию за свой счет, выбирая в этом случае курсы не по актуальной потребности, а по их стоимости. Однако цифровизация в образовательных учреждениях не только затратна, она влечет за собой еще и проблемы со здоровьем (ухудшения зрения, нарушения осанки, снижение подвижности, рост риска

компьютерной зависимости и т. д.). Это прямо противоречит здоровьесберегающей философии образования, и противоречия эти также должны быть устранены в ближайшие годы.

В силу поколенческого разрыва педагогические кадры всегда примерно в равных долях представлены тремя поколениями. В наше время больше половины учителей и воспитателей относятся к поколениям X и Y, уступающим в технологической грамотности Z. Даже несмотря на общий прогресс цифровизации образования и развитие индивидуальной компьютерной компетентности педагогов в связи с COVID-19, она зачастую недостаточна для преодоления перечисленных выше вызовов. Для дидактических аспектов, таких как мотивирование, мультимодальность, организация индивидуализированного обучения и автоматизированного контроля когнитивных процессов, при взаимодействии с Альфа уже недостаточно презентации на электронной доске, чем обходится большинство школ. В детских садах цифровые технологии и вовсе пока редкость.

Одновременно требуют повышенного внимания проблемы характера и поведения юного поколения, т. е. вопросы, уже не связанные с технологиями: для педагогов актуализируются задачи развития у детей коммуникативных, лидерских и творческих способностей, критического мышления, поддержания их стремления к адекватной самостоятельности в действиях и мнениях, умения взаимодействовать с другими детьми – и все это на фоне преодоления проблемы эгоцентризма и повышенной возбудимости Альфа.

Борьба с трудностями требует финансовых вложений и перехода к цифровой дидактике через модернизацию подготовки и дополнительного образования педагогических кадров, а также модернизацию целей, задач, подходов и содержания образования. В отношении поколения Альфа цель обучения вовсе не может сводиться к передаче им системы знаний. Гаджеты под рукой с дошкольного возраста ставят под сомнение знание орфографии (его заменяет опция автонабора), арифметики (калькулятор), иностранных языков (автоперевод), географии (навигаторы) и т. д., поэтому от школы ожидается уже не транслирование классических знаний, а доступное обоснование пользы от них и необходимости владения ими в жизни человека, мотивирование ученика на поиск, освоение, а в чем-то и создание этого знания самостоятельно. Это другая философия образования, в рамках которой и работает цифровая дидактика.



Помочь в интеграции электронных средств в педагогический процесс в соответствии с запросами времени и поколения Альфа может технология эдьютейнмента. Так называемые образовательные развлечения максимально отвечают специфике дошкольного и начального школьного возраста, когда важным видом деятельности является игра. При эдьютейнменте учащиеся активнее проявляют творческое начало и вовлекаются в процесс обучения [26]. Другое средство модернизации образования в соответствии с потребностями современных детей – виртуальная реальность. Эти технологии обеспечивают интерактивный опыт ребенка со знаниями, расширяя возможности школьных учебников. Посещение достопримечательностей, путешествия и проведение экспериментов станут доступнее и интереснее. На повышение привлекательности знаний и мотивации учиться направлена и геймификация, которая удовлетворяет потребность любого ребенка в игре, а также решает задачи обеспечения самостоятельного обучения, наглядности, группового взаимодействия детей, контроля и оценивания. Таким образом, наблюдается зарождение тенденции трансформации школьного класса в цифровой (как и требует цифровая дидактика).

Заключение

Как отмечалось выше, изучение потребностей поколения Альфа очень востребовано в маркетинге, поскольку дети активно влияют на покупки своих родителей, выбирая конкретные игрушки, игры, книги, одежду, продукты, фильмы и т. д. Это объясняет крайнюю заинтересованность сферы производства товаров и предоставления услуг в понимании интересов поколения и использовании его предпочтений. Аналогичные исследования должны активно проводиться в области образования, поскольку оно должно меняться так, чтобы соответствовать особенностям детей Альфа.

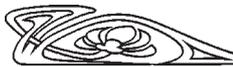
Пока, однако, образовательная система демонстрирует традиционные ей неповоротливость и консерватизм, не успевая оптимально адаптироваться даже под поколение Z. Низкое соответствие системы поколенческой специфике детей Альфа наблюдается на самых разных уровнях, характеризуя соответствующие проблемы.

Так, на уровне целей образования сохраняется ориентация на накопление знаний, а не на освоение ценностей и самостоятельное овладение умениями, ориентация на абстрактную пользу и долгосрочность накопленных знаний (английский как предмет «без которого нельзя

обойтись в современном мире»), а не на тактические цели и повседневную практическую ориентацию, как того ожидают сами дети (учить английский, чтобы понимать видео и мемы в соц-сетях). Одновременно на фоне информатизации образования наблюдается его приспособление к клиповому мышлению современных детей вместо противостояния этому опасному тренду.

Это, в свою очередь, вызывает проблемы на уровне содержания образования – нет общего взгляда ни на отдельные темы, подлежащие освоению современными детьми, ни на традиционные дисциплины. Стремительное развитие технологий порождает мнение, что знания не требуют запоминания и даже изучения – их требуется лишь уметь найти в Интернете. Однако такая позиция грозит детской личности деградацией, поэтому отбор содержания в современном образовании еще больше актуализирует вопрос баланса знаний полезных и необходимых для жизни. Учитывая такие свойства детей поколения Альфа, как эгоцентризм, излишняя самоуверенность, возбудимость и др., повышенное внимание следует уделять их воспитанию, прежде всего через гуманитарные дисциплины, способствующие формированию характера, – литературу, историю, языки, обществознание, – через развитие критического мышления, навыков общения, эмпатии, сотрудничества.

На уровне методики преподавания низкая готовность образовательной системы к работе с детьми Альфа в соответствии с их поколенческими особенностями проявляется уже в извечной проблеме перегруженности педагога. Несмотря на требование ФГОС обеспечивать в педагогическом процессе индивидуальный подход к каждому ребенку, педагоги часто по-прежнему воспринимают класс или группу как единое целое и особые потребности детей учитывают мало. Альфа отличаются повышенной активностью и возбудимостью, поэтому педагоги признаются, что приходится затрачивать массу усилий на поддержание дисциплины и концентрацию внимания, что не оставляет времени на какие-то другие важные аспекты. Между тем дети, по их собственным словам, ждут, что учитель в школе будет их понимать и каким-то образом выделять, т. е. проявлять индивидуальный подход. Это самый сложный, практический уровень проблем, когда педагоги вступают в непосредственное взаимодействие с детьми и когда ожидается использование цифровых средств обучения. Только от педагогической компетентности учителя, его опыта, умения и желания работать качественно будет зависеть образование каждого конкретного ребенка и всего нового поколения в целом.



Это указывает на необходимость преодоления разрыва между ожиданиями и возможностями педагогов и детей, в том числе и разрыва в компьютерной грамотности.

Библиографический список

1. Strauss W., Howe N. *Generations*. New York : Harper Perennial, 1991. 318 p.
2. Mannheim K. Das Problem der Generationen // *Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie*. 1928. Jg. 7, H. 2. S. 157–185.
3. Becker H. *Dynamics of Cohort and Generations Research*. Amsterdam : Thesis Publishers, 1992. 656 p.
4. Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования (Социс). 2018. № 3. С. 15–33. <https://doi:10.7868/S0132162518030029>
5. Шамис Е., Никонов Е. *Теория поколений. Необыкновенный Икс*. М. : Synergy Book, 2020. 192 с.
6. Drugaš M. Screenagers or “Screamagers”? Current perspectives on Generation Alpha // *Psychological thought*. 2022. Vol. 15, no. 1. P. 1–11. <https://doi:10.37708/psyc.v15i1.732>
7. McCrindle M., Fell A. *Generation Alpha*. London : Headline Publishing Group, 2021. 352 p.
8. Sladek S., Grabinger A. *Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived!* Minnesota : XYZ University, 2018. 16 p.
9. Francis T., Hoefel F. ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies // *Consumer Packaged Goods*. 2018. Vol. 1, no. 1. P. 1–10.
10. Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T. Y and Z Generations at workplaces // *Journal of Competitiveness*. 2016. Vol. 8, no. 3. P. 90–106. <https://doi.org/0.7441/joc.2016.03.06>
11. Feiertag J., Berge Z. L. Training Generation N: how educators should approach the Net Generation // *Education+Training*. 2008. Vol. 50, no. 6. P. 457–464. <https://doi.org/10.1108/00400910810901782>
12. Woodman D. Generational change and intergenerational relationships in the context of the asset economy // *Distinktion: Journal of Social Theory*. 2022. Vol. 23, no. 1. P. 55–69. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2020.1752275>
13. Turk V. *Understanding Generation Alpha*. London : Hotwire Consulting, 2017. 21 p.
14. 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)
15. The future's bright: The future's Gen Alpha. Beano Studios, 2019, Jun 20. URL: <https://beanobrain.com> (дата обращения: 15.09.2022).
16. Bonchiş E. Generation Alpha. A great challenge for parents and teachers // *Parenting from A to Z. 83 Challenging Themes for Today's Parents* / ed. G. Pânişoară. Iaşi : Polirom, 2022. P. 125–131.
17. Generation ALPHA: Preparing for the future consumer. Wunderman Thompson Commerce, 2019. 24 p. URL: <https://gertkoot.files.wordpress.com/2019/10/wtc-generation-alpha-2019.pdf> (дата обращения: 14.09.2022).
18. Jha A. K. Understanding Generation Alpha // *OSF Preprints*. 2020. June 20. P. 1–12. <https://doi:10.31219/osf.io/d2e8g>
19. Gen Alpha: Generation Infinite // Cassandra. 2022. July 11. URL: <https://cassandra.co/> (дата обращения: 17.09.2022)
20. Putri W. T. A., Umah R. Y. H. The improving of higher-order thinking skills as information filter for Alpha Generation // *Al-Bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*. 2020. Vol. 12, no. 1. P. 125–138. <https://doi.org/10.14421/al-bidayah.v12i1.341>
21. Gomes Carneir C., De Velo Bezerra F., Oste G., Cremonesi G., Reis T. A., Graziano G. O. 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. P. 9–19.
22. Carter C. M. The complete guide to Generation Alpha. The children of Millennials // *Forbes*. 2016. Vol. 21. December. P. 74–76.
23. Apaydin Ç., Kaya F. An analysis of the preschool teachers' views on Alpha Generation // *European Journal of Education Studies*. 2020. Vol. 6, no. 11. P. 123–141. <https://doi.org/10.46827/ejes.v0i0.2815>
24. Barkowitz D. 13 Things to know about the Alpha Generation // *Adage*. 2016. January 28. URL: <https://adage.com/article/digitalnext/13-things-alpha-generation/302366> (дата обращения: 02.05.2022)
25. Фомичева Е. Е. Виртуальные лабораторные работы в дистанционном обучении физике // *Мир науки, культуры, образования*. 2022. № 1 (92). С. 64–69. <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-192-64-69>
26. Rusman N. S., Ismail H. N., Syed Jaafar S. M. R. Demand of preschool education by Alpha generation on edutainment leisure in the city // *International Journal of Built Environment and Sustainability*. 2019. Vol. 6, no. 1-2. P. 121–128. <https://doi.org/10.11113/ijbes.v6.n1-2.391>

References

1. Strauss W., Howe N. *Generations*. New York, Harper Perennial, 1991. 318 p.
2. Mannheim K. Das Problem der Generationen. *Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie*, 1928, jg. 7, h. 2, S. 157–185 (in German).
3. Becker H. *Dynamics of Cohort and Generations Research*. Amsterdam, Thesis Publishers, 1992. 656 p.
4. Radaev V. V. Millennials compared to previous generations: an empirical analysis. *Sociological Studies (Socis)*, 2018, no. 3, pp. 15–33. <https://doi:10.7868/S0132162518030029>
5. Shamis E., Nikonov E. *Teoriya pokoleniy. Neobyknovenniy Iks* [The Theory of Generations. The Extraordinary X]. Moscow, Synergy Book Publ., 2020. 192 p.



6. Drugaş M. Screenagers or «Screamagers»? Current perspectives on Generation Alpha. *Psychological Thought*, 2022, vol. 15, no. 1, pp. 1–11. <https://doi:10.37708/psyc.v15i1.732>
7. McCrindle M., Fell A. *Generation Alpha*. London, Headline Publishing Group, 2021. 352 p.
8. Sladek S., Grabinger A. *Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived!* Minnesota, XYZ University, 2018. 16 p.
9. Francis T., Hoefel F. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. *Consumer Packaged Goods*, 2018, vol. 1, no. 1, pp. 1–10.
10. Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T. Y and Z Generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 2016, vol. 8, no. 3, pp. 90–106. <https://doi:10.7441/joc.2016.03.06>
11. 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. <https://doi.org/10.1108/00400910810901782>
12. 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:10.1080/1600910X.2020.1752275>
13. Turk V. *Understanding Generation Alpha*. London, Hotwire Consulting, 2017. 21 p.
14. 69% of children start using gadgets at preschool age. Available at: <https://hi-tech.mail.ru/news/> (accessed 15 September 2022) (in Russian).
15. *The future's bright: The future's Gen Alpha*. Beano Studios, 2019, Jun 20. Available at: <https://beanobrain.com> (accessed 15 September 2022).
16. Bonchiş E. Generation Alpha. A great challenge for parents and teachers. In: Pânişoară G., ed. *Parenting from A to Z. 83 Challenging Themes for Today's Parents*. Iaşi, Polirom, 2022, pp. 125–131.
17. *Generation ALPHA: Preparing for the future consumer*. Wunderman Thompson Commerce, 2019. 24 p. Available at: <https://gertkoot.files.wordpress.com/2019/10/wtc-generation-alpha-2019.pdf> (accessed 14 September 2022).
18. Jha A. K. Understanding Generation Alpha. *OSF Preprints*, 2020, June 20, pp. 1–12. <https://doi:10.31219/osf.io/d2e8g>
19. *Gen Alpha: Generation Infinite*. Cassandra, 2022, July 11. Available at: <https://cassandra.co/> (accessed 17 September 2022).
20. Putri W. T. A., Umah R. Y. H. The improving of higher-order thinking skills as information filter for Alpha Generation. *Al-Bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 2020, vol. 12, no. 1, pp. 125–138. <https://doi.org/10.14421/al-bidayah.v12i1.341>
21. Gomes Carneir C., De Velo Bezerra F., Oste G., Cremonezi G., Reis T. A., Graziano G. O. 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.
22. Carter C. M. The complete guide to Generation Alpha. The children of Millennials. *Forbes*, 2016, vol. 21, December, pp. 74–76.
23. 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/10.46827/ejes.v0i0.2815>
24. Barkowitz D. 13 Things to know about the Alpha Generation. *Adage*, 2016, January 28. Available at: <https://adage.com/article/digitalnext/13-things-alpha-generation/302366> (accessed 02 May 2022).
25. Fomicheva E. E. Virtual laboratory classes in distance learning physics. *Mir Nauki, Kul'tury, Obrazovaniya*, 2022, no. 1 (92), pp. 64–69 (in Russian). <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-192-64-69>
26. Rusman N. S., Ismail H. N., Syed Jaafar S. M. R. Demand of preschool education by Alpha generation on edutainment leisure in the city. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, 2019, vol. 6, no. 1-2, pp. 121–128. <https://doi.org/10.11113/ijbes.v6.n1-2.391>

Поступила в редакцию 27.09.2022; одобрена после рецензирования 01.11.2022; принята к публикации 15.12.2022
 The article was submitted 27.09.2022; approved after reviewing 01.11.2022; accepted for publication 15.12.2022