



Книга Поколение цифровой эпохи

Как “сетевое поколение” изменяет мир

Дон Тэпскотт
McGraw-Hill, 2008
Также есть на следующих языках: Английский

Рецензия BooksInShort

В 1997 году Дон Тэпскотт выпустил книгу “Рожденные в цифровую эпоху”, в которой исследовал вопрос о том, что представляет собой первое поколение людей, родившихся в условиях стремительного развития цифровых технологий. В своей новой книге автор поставил цель выяснить, что происходит с этим поколением сегодня, когда его представители повзрослели, а технологии развились еще дальше. Тэпскотт не просто показывает, что все опасения по поводу современной молодежи чаще всего не имеют под собой никаких оснований, но и выступает в роли поборника ценностей “ сетевого поколения”. Книга основана на выводах масштабного исследовательского проекта, в рамках которого было опрошено почти 10 000 респондентов из США, однако читается на редкость легко. Заключение автора, подкрепленные научными данными, звучат вполне убедительно, однако иногда его рассуждения становятся чересчур субъективными. Эту книгу *BooksInShort* рекомендует самому широкому кругу читателей: деловым людям, ученым, адептам киберкультуры, а также специалистам по управлению персоналом, которых интересует интеграция представителей “ сетевого поколения” в коллектив своей организации.

Основные идеи

- Цифровые технологии оказали влияние на целое поколение людей, потребности которого, в свою очередь, определяют развитие этих технологий.
- Для “ сетевого поколения” нет ничего привычнее компьютеров и Интернета.
- Ценности “ сетевого поколения” – свобода, индивидуальность, критический взгляд, честность, взаимодействие, развлечения, быстрота и новизна.
- Представители “ сетевого поколения” стремятся учиться и работать сообща.
- Они не мыслят своего существования без постоянного обмена информацией.
- Они совершают покупки, руководствуясь собственными критериями, и ожидают, что бизнес будет прислушиваться к их мнениям.
- Они сторонники крепких семейных связей и в кругу родных чувствуют себя намного свободнее и безопаснее, чем все предшествующие поколения.
- “Сетевое поколение” судит о бизнесе по его открытости, комфортности условий работы для сотрудников и озабоченности вопросами экологии.
- Представители “ сетевого поколения” хотят, чтобы их уважали за профессиональные достижения, а не за верность фирме или трудовой стаж.
- “Сетевое поколение” не проводит границы между работой и отдыхом, личной и общественной жизнью.

Краткое содержание

Что такое “сетевое поколение”

Читателям наверняка приходилось слышать, что “сетевое поколение” – это люди, одержимые компьютерами, которые разрушили их мозг, лишили навыков общения и превратили в инфантильных невrastеников. Несомненно, это поколение разительно отличается от всех предшествовавших. Это первое поколение людей, которые владеют цифровыми технологиями с самого детства. Для них совершенно естественным является

постоянный доступ к компьютеру и Интернету, а также возможность постоянно общаться с помощью мобильной связи и других технологий. Эти факторы не только изменили модели их поведения, но даже повлияли на некоторые функции головного мозга. Тем не менее, вопреки расхожему мнению, многие из этих изменений имеют позитивный характер.

“Поколение Интернета – особое поколение. К нему принадлежат дети тех, кто родился в период послевоенного всплеска рождаемости, в США известного как «беби-бум»”.

Для начала сделаем небольшой экскурс в историю и поясним, какое место современная молодежь занимает в ряду послевоенных поколений. Первым из них было поколение “беби-бума” – всплеска рождаемости в 1946-1964 годах. На эти же годы пришлось и повсеместное распространение телевидения, определившее любовь представителей этого поколения к техническим новшествам. Следующим, гораздо более скромным по численности, стало поколение демографического спада 1965-1976 годов. Хотя его представители довольно хорошо образованы и регулярно пользуются новейшими технологиями, их взросление происходило до массового появления компьютеров, и сегодня многие из них уже не играют центральной роли в обсуждении основных проблем современности. Гораздо более многочисленную социальную группу представляет собой “сетевое поколение”. Это люди, которые не могут представить своей жизни без компьютеров. Возможность постоянно быть на связи с любым человеком на планете определила подлинно глобальный характер этой многонациональной и толерантной социальной группы.

“Интернет влияет на образ мыслей и действий подростков, которые, в свою очередь, влияют на дальнейшее развитие самого Интернета”.

Представители этого поколения разбираются в компьютерах гораздо лучше, чем их старшие современники, и иначе используют информационные каналы. Прежде всего они отказываются быть пассивными потребителями информации. Почти 80% из них ежедневно посещают интерактивные блоги, оставляя комментарии и обмениваясь ссылками. Фотокамера их мобильного телефона моментально превращается в инструмент выражения активной социальной позиции, когда с ее помощью, например, фиксируют полицейский произвол. Такие люди все чаще встречаются друг с другом не в физическом, а в виртуальном мире – например, на сайтах социальных сетей наподобие Facebook. Однако с выводом об асоциальности “ сетевого поколения” торопиться не следует – социальные навыки его представителей просто отличаются от традиционных.

“Для современной молодежи Интернет – как холодильник: молодые люди понятия не имеют, как он работает, но принимают его как естественную часть жизни”.

Представителей “ сетевого поколения” как особой социальной группы объединяют следующие жизненные ценности:

1. **Свобода.** Они требуют свободы и возможности выбора во всех сферах жизни. Вместо того, чтобы окончить вуз и устроиться на постоянную работу, они продолжают искать дело, которое будет им по душе.
2. **Индивидуализация потребления.** Предшествующие поколения потребляли продукцию массового производства. “Сетевое поколение” предпочитает потреблять продукцию, изготовленную с учетом их личных потребностей.
3. **Критический взгляд.** СМИ обрушивают на “сетевое поколение” поток противоречивой информации, и молодые люди выработали привычку критически оценивать все, что им сообщают. Они тонко чувствуют фальшь и быстро распознают обман.
4. **Честность.** От бизнеса они требуют, чтобы он был честным. Они могут простить искреннее заблуждение, но никогда не простят сознательную ложь или намеренное нарушение этических принципов.
5. **Взаимодействие.** Современная молодежь выросла в условиях, сделавших возможными формы взаимодействия, которые выходят за рамки обычной командной работы или общественной активности и принимают вид совместного творчества (один из его примеров – “Википедия”).
6. **Развлечения.** Любая работа должна чередоваться с отдыхом. Границы между работой и отдыхом часто стираются – новое поколение желает развлекаться даже на работе. Именно поэтому Microsoft и Google разрешают сотрудникам играть на рабочем месте в компьютерные игры.
7. **Быстрота.** Представители “ сетевого поколения” виртуозно владеют средствами мгновенного обмена информацией, и считают, что все остальное в жизни должно быть столь же быстрым. Ничто на свете не раздражает их больше, чем медлительность.
8. **Новизна.** Представители “ сетевого поколения” беспрестанно жаждут новизны и жить не могут без новейших и самых новых технологических “игрушек”.

Изменения в мышлении

Использование цифровых технологий не могло не оказать влияния на работу мозга представителей “ сетевого поколения”. Постоянное пребывание молодых людей в мультимедийной среде улучшило их зрительное восприятие и ориентацию в пространстве. Положительно отразилось на работе мозга и видеоигры. Выяснилось, что современная молодежь обладает лучшей координацией движений, способна быстрее принимать решения и эффективнее взаимодействовать, чем представители старших поколений. Их способность запоминать информацию ухудшилась, но благодаря всеобщему Интернету этот недостаток почти не ощущается. Сегодня уже не обязательно знать факты; все, что нужно уметь – это искать информацию в Интернете. Однако способность “ сетевого поколения” к критическому осмыслению не стала лучше. Для этого требуется концентрация внимания, и молодежи еще предстоит научиться тому, как заниматься каким-нибудь делом, не отвлекаясь.

Как “сетевое поколение” трансформирует социальные институты

В рамках традиционной модели образования ученики пассивно усваивали определенный набор сведений. Сегодня этот подход безвозвратно устарел. Система образования должна измениться, чтобы соответствовать потребностям нового поколения. Поскольку школьники и студенты посредством Интернета имеют мгновенный доступ практически к любой информации, образование должно заключаться не в передаче знаний, а в обучении методам их приобретения. Преподаватели должны перейти к интерактивным формам взаимодействия с учениками, а ученики – получить возможность самостоятельно изучать новые области.

“Молодежь требует свободы и права на выбор. Это главная особенность ее информационного рациона”.

В роли работников представители “сетевого поколения” тоже ведут себя особым образом. Вместо того, чтобы проявлять лояльность к одному работодателю, они предпочитают строить карьеру самостоятельно. Они часто меняют место работы, открывают собственный бизнес или возвращаются в прежнюю компанию, но уже в новом качестве. Они хотели бы регулярно (и даже ежедневно) слышать отзывы о своей работе. Им претит получать премии за выслугу лет и выполнение нормы в срок – они хотят получать вознаграждение за конкретные результаты. Время и место их работы не должно быть жестко фиксированным, а сама работа должна приносить им удовольствие и не выступать помехой для общения (в том числе виртуального). Хотя иногда может показаться, что представители “сетевого поколения” слишком многое себе позволяют, на рабочем месте они демонстрируют подлинную увлеченность делом и профессионализм.

“Жизненные ценности представителей «сетевого поколения» формировались под влиянием не только Интернета, но и родителей”.

Современные молодые люди – отнюдь не пассивные потребители. Они ожидают активных взаимоотношений с компаниями, товары и услуги которых приобретают, выступая в роли тех, кого Элвин Тоффлер назвал “производящими потребителями”. Бизнес должен искать иные подходы к новому поколению, ориентируясь на главную особенность его представителей – постоянную погруженность в мультимедийную среду. Эти люди окружены рекламой с самого рождения и поэтому научились игнорировать ее или бороться с ней с помощью технологических уловок. Чтобы продавать им свою продукцию, компании должны играть по их правилам, апеллируя к взаимоотношениям людей.

“Сайты с отзывами о продуктах и социальные сети активно взаимодействуют, непредсказуемым образом влияя на решения потребителей”.

Составляя мнение о новых продуктах, представители “сетевого поколения” в первую очередь обращаются к сверстникам. Это означает, что продавцы должны получить доступ к влиятельным источникам из круга общения этих потребителей. Можно, например, организовать дискуссию о продукте на интернет-форумах и привлечь внимание пользователей социальных сетей. После того, как эти потребители приобретут ваш продукт, будьте готовы к тому, что они начнут адаптировать его под свои нужды, а результатами поделятся с другими. О вашей компании они будут судить не только по ее продукции, но и по ее поведению. Любые сомнительные с этической точки зрения или опасные для окружающей среды действия могут иметь для вас катастрофические последствия.

“Сетевое поколение” и семья

“Беби-бумеры” воспитывались в семьях со строгой иерархической структурой, и “окно в мир” было у них совсем небольшим. “Сетевое поколение” выросло в семьях с более демократическими порядками. В отличие от “беби-бумеров” им не нужно было покидать родительский дом, чтобы доказать право самостоятельно распоряжаться своей жизнью – это право они имели с самого детства. Раньше дети могли свободно играть на улице, но “поколение Интернета” родилось в непростом и полном опасностей мире. Страх перед преступностью обострился, и родители стали ограничивать пребывание своих отпрысков вне дома. Семья оказалась тем безопасным местом, где современные дети могут без ограничений общаться со сверстниками при помощи компьютера.

“Мы наблюдаем первые признаки конфликта между свободными от условностей представителями «сетевого поколения» и закрепощенными, разделяющими традиционные ценности представителями поколения «беби-бума»”.

Высокая стоимость высшего образования стала гораздо более тяжелым бременем для нового поколения, чем для всех предыдущих. Как следствие, жизнь в родительском доме перестала казаться для молодого человека чем-то неестественным. Упрочение семейных связей обусловлено еще одним фактором: Интернет таит в себе множество угроз, от которых взрослые должны защищать своих технически более грамотных детей – это порнография, насилие, азартные игры, кибер-хулиганство. Существуют и риски, связанные с наивностью молодых людей. Например, они часто не заботятся о тайне личной жизни и не осознают, что откровенные комментарии или фотографии, размещенные на интернет-форумах, через много лет могут повредить карьере или учебе.

“Если кто-то из рядов «поколения Интернета» захочет изменить мир, в его распоряжении оказывается не только принтер, но и миллион добровольцев, готовых раздавать листовки своим знакомым”.

Успех избирательной кампании Барака Обамы показал, что “сетевое поколение” видо-изменяет привычные методы политической активности. Прежде молодежь не проявляла интереса к политике, так как не доверяла ни политикам, ни государственной власти в целом. Представителям “сетевого поколения” всегда претил застой в партийных структурах и медлительность политических реформ. Однако теракты 11 сентября 2001 года стали толчком к пробуждению политической активности среди молодежи. Последовавшее наступление на коллективные ценности “сетевого поколения” (такие, например, как толерантность) окончательно вынудило его занять место на политической арене.

“В эти дни активисты общественных движений действуют с невиданной ранее оперативностью”.

Поскольку “сетевая молодежь” изначально склонна голосовать за демократов, она охотно слушала Обаму, когда тот обратился к ней через социальные сети и медиасайты YouTube и Twitter. В своей избирательной кампании он взял на вооружение методы, обращенные к современной молодежи. Например, предвыборный штаб Обамы распространял по сети видеоролики, содержавшие выступления кандидата, комментарии его сторонников и молодежную музыку. Отсюда можно видеть, какие именно качества “сетевое поколение” привнесет в политику будущего: это интерактивность, ускоренная мобилизация ресурсов, обмен идеями посредством Интернета, а также внимательное изучение заявлений политиков (включая политических противников), распространяемых через традиционные СМИ.

Как “сетевое поколение” собирается изменить мир

Молодые люди не просто унаследуют мир, как он есть – они будут активно его трансформировать. На самом деле эта трансформация уже

происходит. Вспомним хотя бы “давосскую шестерку” – шесть молодых людей, отобранных Британским Советом для выступления на Мировом экономическом форуме в Швейцарии. Они обратились к мировым лидерам с призывом поддержать социальные проекты молодежных инициативных групп – от сбора средств для школ в других странах до посадки деревьев в Монголии для борьбы с песчаными бурями. Именно таких политических нововведений и следует ожидать от представителей “сетевого поколения”. Они не станут ждать, пока кто-то “наверху” удосужится обратить внимание на тревожащую их проблему. Благодаря Интернету они способны в мгновение ока организовать глобальную кампанию. Набирает силу и волонтерское движение – новое поколение гораздо сильнее, чем предыдущие, осознает глобальные последствия своих действий. Многие его представители предпочитают покупать исключительно продукты компаний, заботящихся об экологии, и не терпят лицемерия со стороны каких бы то ни было организаций.

“Я пришел к пора-зительному выводу: истина состоит не в том, что новое поколение страдает какими-то неискоренимыми пороками, а в том, что те негативные характеристики, которыми со злобным и насмешливым высокомерием общество наделяет молодежь, не имеют под собой никаких оснований”.

Это поколение далеко от совершенства, как далеки от совершенства Интернет и цифровые технологии в целом. Новые времена породили новые способы обманывать, нарушать авторские права, распространять порнографию и унижать человеческое достоинство. Однако многие из грехов, в которых обвиняют современную молодежь, на самом деле являются старыми пороками в новом обличье. Сегодня, как никогда ранее, подростки нуждаются в опытных наставниках, которые помогут им разобраться в том, как отличить правых от неправых, привьют чувство ответственности и научат не преступать границы дозволенного. Этим наставником можете стать и вы. Львиная доля страхов старшего поколения по поводу современной молодежи безосновательна. У молодых людей все в порядке – они чувствуют себя прекрасно в этом мире и собираются сделать его еще лучше, чем он есть сегодня.

Об авторе

Дон Тэпскотт – автор и соавтор 11 книг, среди которых такие известные книги, как “Рожденные в цифровую эпоху”, “Смена парадигмы” и “Викиномика”.
