

## Връстници и естетически предпочитания. Поколение Z

ас. д-р Павлина Обретенова

Поколение Z се отнася до поколението, родено между 1997-2012 г., след милениалите. Дигиталното поколение<sup>1</sup> скоро ще се обособи като основната група потребители и творци, генериращи визуално съдържание в медията и сферите на изкуството. Какви са спецификите и особеностите на факторите, определящи естетическите тенденции при това поколение и защо Поколение Z се обсъжда като носител на радикална промяна?

Опитите за прогнози в този текст са съсредоточени основно върху два фактора. Първият е свързан с характеристики на психичното развитие в юношеска възраст, тъй като не малко изследвания доказват влиянието на интересите през тийнейджърските години в по-късните житейски периоди<sup>2</sup>. Вторият фактор е технологичната обстановка, в която Поколение Z се ражда и развива, поради двупосочното влияние между технологичен напредък и изкуство, изразено в масова невро-интеграция<sup>3</sup>. В „Изкуство и когнитивна еволюция“, Мерлин Доналд определя културата като разпределена когнитивна система, в която светогледи и умствени модели са конструирани и споделени от членовете на обществото. Артистите обикновено са на чело на този процес и имат огромно влияние върху обществото. Технологията определя видовете когнитивни мрежи, които артистите конструират, отчасти чрез ограничение върху идеите и изображенията, които могат да бъдат осъществени. Още повече, технологията може действително да промени качествата на разпределената когнитивна система и естеството на когнитивната обработка.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Друго наименование за Поколение Z

<sup>2</sup> Проучване на The Times установява, че сме склонни да предпочитаме музиката, която харесваме в ранните тийнейджърски години. Възрастта, на която момчетата са най-склонни да формират вкусове, които продължават и в зряла възраст, е 13, докато за момчетата е 14: James Gillespie Sunday March 25 2018, 12.01am GMT, The Sunday Times

<sup>3</sup> Отнася се до невралната кросмодална унификация на множество източници на опит в единен абстрактен перцептивен модел – Мерилин Доналд – Изкуство и когнитивна еволюция

<sup>4</sup> Donald, M. (2006). Art and Cognitive Evolution. In M. Turner, *The Artful Mind* (p. 3-20). OXFORD.

И двата фактора притежават динамични иманентни характеристики, които са оказвали влияние върху сферите на изкуствата, но за първи път в историята на човечеството технологията има безпрецедентно надмощие в описаната система.

### Общ профил на Поколение Z

Към Поколение Z се причислява всеки, роден след 1996 г. Поколение Z са израснали с новите технологии, интернет и социалните медии, което често ги стереотипизира като пристрастени към технологиите, антисоциални или „борци за социалната справедливост“, но същевременно статистически ще бъдат най-образованото поколение<sup>5</sup>. За референция, предходното поколение – Y (милениали 1981 - 1996), са тези, които въвеждат технологиите и цифровите решения, а техническата им грамотност променя фундаментално начина им на живот и работа.

Типичният профил на Поколение Z описва самоуправляващ се човек, който проявява загриженост към другите, стреми се към разносъставна общност, кооперативен, социален, цени гъвкавостта, автентичността и нейерархичното лидерство и има прагматично отношение към справянето с проблеми<sup>6</sup>.

Поколение Z се самоопределя като много по-толерантно към различията и отворено към новите възможности от всяко поколение. По-голямата част подкрепя социални движения като Black Lives Matter, правата на ЛГБТ+ и феминизма. Среднестатистически, децата от Поколение Z са получили първия си смартфон малко преди дванадесетата си годишнина. Комуникацията и общуването се осъществяват предимно чрез социални медии и текстови съобщения. По-голямата част от поколението предпочита да получава дигитално съдържание онлайн. Поколение Z скоро ще се превърне в най-ключовото поколение за маркетинга, търговията и потреблението изобщо.

Поколение Z се различава от предходните поколения най-вече с това, че са първите потребители, които са израснали изцяло в дигиталната ера и това неминуемо дава

---

<sup>5</sup> [What We Know About Gen Z So Far | Pew Research Center](#)

<sup>6</sup> От 2017 г. Робърта Кац, заедно със своите съавтори, Сара Огилви, Джейн Шоу и Линда Уудхед провеждат многогодишен изследователски проект на CASBS върху Поколение Z – <https://news.stanford.edu/2022/01/03/know-gen-z/>

отражение върху възприятията и формирането на естетически вкус. Тази особеност има двупосочно влияние – както медията формира възприемащия, така и очакванията на потребителя определят тенденциите в масовата култура.

Тук е от особено значение да се дискутира влиянието на съвременните технологии върху визуалната култура, които се характеризират най-вече с алгоритми, базирани върху изкуствен интелект. Тези алгоритми обобщават тенденции въз основа на база данни и предлагат все по-достъпни, опростени и бързи способи за генериране на желаното съдържание. Безспорно алгоритмите на изкуствения интелект все повече и съвсем неусетно започват да определят сетивните стимули постъпващи към потребителите и масовия човек. А постъпващата информация и съхранението ѝ в паметта са определящи за резултатите от креативността и творчеството.

Към днешна дата, изкуственият интелект автоматизира естетическия избор, „препоръчва“ и прави подбора на това, което достига до нас в масовото потребление на артикули и съдържание, а вече също и в някои области на естетическото производство. В бъдеще ще играе все по-голяма роля в професионалните сфери, ангажирани с културата. Част от тази работа се фокусира върху количественото определяне на съдържание и визуална концепция на милиони артефакти. Създадени са модели, които прогнозираат кои от тях ще добият голяма популярност и кои техни характеристики допринасят за това, използвайки големи масиви от споделено съдържание в социалните мрежи и данните за поведението на хората в тези мрежи. Предходно гледана информация, както и това, което се доближава по род до нея се предлагат статистически по-често от алгоритмите, въз основа на споделената от нас информация и времето, което сме ѝ отделили. Тези статистически фактори ограничават достигащата до нас база данни и съответно стесняват спектъра на естетическите ни възприятия<sup>7</sup>.

Едно от значенията на "статистиката" е, че тя е обобщение на характеристиките на масив от информация. Всяко резюме, по подразбиране ще пропусне някои подробности, защото е по-малко от оригиналната информация. Следователно, ако използваме статистически

---

<sup>7</sup> Manovich, L. (2017, September-October). *Automating Aesthetics: Artificial Intelligence and Image Culture*. Retrieved August 20, 2018, from manovich.net: <http://www.manovich.net>

подход за обобщаване на колекция от културни артефакти или набор от данни за културното поведение (например споделяне, харесване или коментиране на конкретни изображения в социалните мрежи), за намиране на модели или предложения за взаимоотношения, това няма да важи за всичко, което е налично в набора от данни.

Манович казва, че за науката боравенето със статистически модел, който работи само понякога, какъвто е описаният случай, е проблем, защото парадигмата предполага, че такъв модел трябва точно да улови характеристиките на явлението. Не трябва да се приема, че културното отклонение – нетипичен продукт, е отклонение от средното. Нито пък, че голяма част от произведенията в дадена жанрова медия следват един или няколко модела. Манович вярва, че можем да изучаваме културното разнообразие, без да се предполага, че то се дължи на вариации от някои видове или структури. Да се предположи съществуването на културни модели е да се приеме, че правим поне някакви ограничения в анализа на данните. Но без статистика не може да се сравни нищо, освен ако не се занимаваме с екстремн минимализъм или серийност, където авторите правят всичко равностойно и боравят само с една променлива. Можем да дефинираме културните анализи като количествено изследване на културни модели от различни мащаби. Докато искаме да открием повтарящи се модели в културните данни, винаги трябва да помним, че те отразяват само някои аспекти на артефактите и тяхното възприемане (Manovich, 2017). Крайната цел на културните анализи трябва да бъде да се разбере и разкрие подробно разнообразието от съвременни професионални и потребителски генерирани културни артефакти, създадени в световен мащаб – т.е. да се съсредоточи върху това, което е различно между множеството артефакти, а не само върху това, което споделят<sup>8</sup>.

В изследването на Дженифър Дрейк и Елън Уинър върху перцептивни и когнитивни характеристики, свързани с рисуването<sup>9</sup>, авторите разглеждат случая на две художествено надарени деца и спецификите на техните изобразителни умения. Яни и Грейс – на тригодишна възраст, рисуват в кардинално различен художествен стил поради

---

<sup>8</sup> Manovich, L. (2017, September-October). *Automating Aesthetics: Artificial Intelligence and Image Culture*. Retrieved August 20, 2018, from manovich.net: <http://www.manovich.net>

<sup>9</sup> Jennifer E. Drake and Ellen Winner, Precocious realists: perceptual and cognitive characteristics associated with drawing - *Phil. Trans. R. Soc. B* (2009) 364, 1449–1458 doi:10.1098/rstb.2008.0295

културните различия на родните си страни. Грейс рисува с реализъм, присъщ на западната култура, а Яни рисува с характерната стилизация от класическата китайска акварелна техника, но и двете са определени като надарени. Това ни навежда на мисълта, че потенциалът не определя крайният резултат толкова, колкото определя възможността за резултат, а факторите на заобикалящата среда предвиждат спецификите на артефактите. И двете деца имат удивителна миметична способност, която се дължи на уменията да възприемат стила на изкуството, на което са били изложени в средата си, като след това демонстрират умения да генерират картини в този стил. Тези деца не копират конкретни рисунки, а успяват да извлекат стила от визуалните стимули, на които са били изложени. По този начин домейнът – съвкупността от стимули, които съставляват макросистемата<sup>10</sup>, в която се развива индивида – упражнява изключително силно влияние върху посоката на осъществяване на креативния потенциал и продукт – „В основата на артистичния талант е способността да се овладяват репрезентативните конвенции на културата, независимо дали конвенцията е реализъм в западен стил в случая на Грейс... или алюзионистично рисуване с четка в китайски стил в случая на Яни.“<sup>11</sup>

Така съвременните дигитални средства, употребявани в творческия инструментариум на Поколение Z стимулират креативността по два начина:

- Чрез въвеждане на нови теми и концептуализации;
- Чрез директен сетивен стимул, предизвикващ високи нива на интерес – поради неговата новост или неочакваност, дължащи се на експоненциалното развитие на технологиите и краткото време за привикване на сетивата към тях;

Парадоксът се получава, когато новите теми и концепти, в естетическата парадигма на Поколение Z, предполагат екстравертно социално поведение, а употребата на технологичните средства изисква интровертно отношение към усвояване на нови

---

<sup>10</sup> Термин използван от Ури Бронфенбренер в неговия биоекологичен модел на човешкото развитие (Bronfenbrenner и Evans, 2000), за описание на спектъра от културните ценности, норми, закони, обичаи и други социални влияния, които ръководят развитието на детето.

<sup>11</sup> Jennifer E. Drake and Ellen Winner, Precocious realists: perceptual and cognitive characteristics associated with drawing - Phil. Trans. R. Soc. B (2009) 364, p. 451

умения. Вероятно може да се установят някакви положителни корелации между тази амбивалентност и типизацията на профила при Поколение Z.

Защо юношеството на Поколение Z е толкова важен процес за развитието на естетическа парадигма?

В тома на Хол – „Младежта: нейното образование, режим и хигиена“, той въвежда термина „буря и стрес“, за да опише емоционалната и физическа изменчивост на юношеството. Той вижда тийнейджърските години не като постоянен процес на развитие, а като по-драматична, непредсказуема поредица от „израствания“, с които младият човек трябва да се бори. През 1969 г. Даниел Оферт пише ключова книга, озаглавена „Психологическият свят на тийнейджъра“, в която оспорва заключенията на Хол относно юношеството. Оферт не е съгласен с идеята, че тийнейджърските години задължително са период на промени в настроението, и твърди, че тези открития винаги са били докладвани в проучвания на тийнейджъри с поведенчески и емоционални затруднения. Той, от своя страна, провежда редица проучвания върху деца, които не изпитват подобни проблеми и установява, че въпреки че някои млади хора преживяват емоционални катаклизми или проявяват разрушително поведение, това със сигурност не е норма.

Допълнителна подкрепа за теорията на Даниел Оферт идва от Джефри Дженсън Арнет, който предполага, че докато някои тийнейджъри демонстрират смущения в настроението и участват във високи нива на рисково поведение, това не е характерно за всички култури (Арнет, 1999). Арнет установява, че „бурята и стресът“ на юношите са по-вероятни в индустриализираните култури, а живеещите в традиционни култури е много по-малко вероятно да намерят юношеството толкова смущаващо. Той обаче твърди, че тъй като младите хора влизат в по-голям контакт с културния опит на индустриализираните нации (чрез географска или културна миграция), е по-вероятно и те да изпитат „буря и стрес“.

Към днешна дата, можем да считаме Поколение Z за почти глобално хомогенизирано, въпреки националните различия, тъй като обменът на социален и естетически опит се

случва почти мигновено, посредством социалните платформи. Актуалните трендове<sup>12</sup> достигат до индивида със скорост, сравнима с тази на светлината и е въпрос само на няколко минути човек да актуализира информацията си относно промените и нагласите в социума. Това предполага не само една безпрецедентно динамична визуална среда, но и ускорени процеси на преживяванията, при които тийнейджърите получават и споделят опит. Ако приложим това, което Арнет твърди през 1999г. за индустриализираните култури към 2022 г., то не бива да ни изненадват статистическите данни за нивата на стрес и склонност към депресивни състояния при младите хора. Бих посочила една от причините за повишаването на тези статистики – непостоянната изменчивост на културната среда, в която се развиват тийнейджърите. Човешкото неврално устройство се развива с еволюционно бавен темп, а се сблъсква с революционното развитие на технологията и това поражда психическо напрежение свързано с неврологичните промени по време на пубертета и сетивната свръхстимулация.

Основните неврални особености на мозъка по време на пубертета, които биха могли да окажат влияние върху естетическите предпочитания и тенденции са миелинизацията<sup>13</sup>, която води до по-бързо предаване на информация във фронталния кортекс и синаптичното подрязване<sup>14</sup> в префронталния кортекс. Това означава, че мозъкът на тийнейджъра става изключително ефективен във времето за обработка на големи масиви от информация и не е изненадващо, че информационните съобщения в социалните платформи отразяват тази способност, като придобиват все по-кратък характер и умножават броя си за единица време.

---

<sup>12</sup> Термин от областта на икономиката, означаващ посоката на движение на пазарните котировки. Към днешна дата придобива глобална популярност със значение: преобладаваща тенденция или наклонност, движение.

<sup>13</sup> Аксоните<sup>13</sup> във фронталния кортекс продължават да бъдат покрити със слой от миелин. Тази мастна тъкан, ускорява предаването на електрически импулси (Яковлев и Лекур, 1967).

<sup>14</sup> По време на ранна и детска възраст броят на синапсите в префронталния кортекс се увеличава бързо (Huttenlocher, 1994). Въпреки това, по време на пубертета се наблюдава бързо намаляване на тези синапси, така че до зряла възраст мозъкът има 41% по-малко синапси от новороденото дете (Abitz et al., 2007). Смята се, че бързото нарастване на синапсите води до излишък на връзки в мозъка. Синаптичното подрязване се случва през първата година от живота и след това отново в пубертета и се смята, че това води до по-голяма ефективност при предаването на информация в мозъка (Blakemore and Choudhury, 2006).

Интересното е, че има „намаление“ в изпълнението на задачите за разпознаване на лица и разпознаване на емоции по време на ранен пубертет, функция на фронталния кортекс (Carey et al., 1980). Въпреки че способността за идентифициране на емоции в снимки на лица се връща в късна юношеска възраст, има значително намаляване на способността на младите тийнейджъри да разчитат емоциите и вероятно, следователно, да разчитат ситуацията, в която се намират (McGivern et al., 2002). Други задачи, свързани със социалното познание и способност да се възприема гледната точка на другия, изглежда са засегнати през тийнейджърските години и въпреки че все още са проведени малко изследвания, това са дейности, свързани с фронталния кортекс (Blakemore and Choudhury, 2006).

Ключова промяна в развитието, която настъпва по време на юношеството, е под формата на период на търсене на идентичност. Теорията на Ериксън за психосоциалното развитие (Erikson, 1963) описва живота като поредица от етапи, характеризиращи се с криза, която индивидът трябва да разреши (Erikson, 1968). По време на юношеството младият човек се включва в етапа на развитие на *идентичност срещу объркване на ролите*. Формирането на идентичност е жизненоважно, ако младият човек трябва да знае кой е, какво цени и какви са неговите предпочитания. При глобализацията и бързото предаване на информация, възможностите са много повече и взимането на решение е по-колебливо. Това се отразява в една непостоянна динамична визуална среда и мимолетни естетически решения, които следват бързо преходни тенденции – пример за това са модните и стайлинг решения, които са инспирирани от няколко десетилетия, събрани в рамките само на около година.

По време на периода на идентифициране на себе си, младият човек може да се натъкне на редица когнитивни препятствия. Дейвид Елкинд публикува статия през 1967 г., наречена „Егоцентризъм в юношеството“, в която описва мисленето на тийнейджъра като фокусиран предимно върху себе си. Елкинд нарича тази ситуация на непрестанно търсене на одобрение от връстниците и тревожността към чуждото мнение – юношески егоцентризъм. Чувството на младия човек, че непрекъснато е център на внимание е и главната причина за бързата масова популяризация на трендовете. Ако външният вид и



поведението са съобразени с актуалните нагласи на връстниците, се намалява шанса за преживяване на смуцаваща ситуация.

Последица от юношеския егоцентризъм е създаването на *въображаема публика*<sup>15</sup>, в следствие на което по време на ранното юношество обикновено има измерим спад в самочувствието. Този спад в самочувствието обаче не трае дълго и много млади хора скоро откриват, че тяхното самочувствие се връща до нивата, наблюдавани в детството, и остава като цяло стабилно през зрелостта (Simmons and Blyth, 1987). Въпреки мимолетността на тази фаза, тя оставя дълбоки следи в концепциите и темите на естетическата парадигма. Разликата при Поколение Z е, че тази публика отдавна не е толкова въображаема, колкото е била обсъждана преди, благодарение на социалните мрежи.

Елкинд твърди, че чистата енергия, необходима за поддържане на тази критична аудитория, е изтощителна за младия човек и че нуждата от уединение може да е реакция на това да бъдеш под този постоянен контрол. Отстранявайки се от социална среда, тийнейджърът си дава време да се отпусне от този натрапчив период на самопроверка. В съвременната ситуация, това време за отдръпване от социалния натиск е изключително скъсено, почти липсващо. Психичното напрежение, което се натрупва от непрекъснатия поток на информация и комуникация, намира израз в някои характеристики на поколението – самоуправление, толерантност, гъвкавост и високи нива на емпатия.

През тийнейджърските години теорията за джендър схемата предполага, че нарастващото време, прекарано с приятели от един и същи пол, има все по-голямо влияние върху спецификата и силата на джендър схемата, която тийнейджърът вече има, което води до много повече полово стереотипно поведение и полово идентифициране.<sup>16</sup>

От гледна точка на тенденциите в културните продукти, това води до производство на мърчъндайзинг<sup>17</sup>, който е насочен към половите различия и следователно

---

<sup>15</sup> Егоцентризмът на младия човек го кара да „*свърх осъзнава*“ мнението на другите. Тийнейджърът формира представа, че всички са толкова заинтересовани, колкото и той, от начина, по който изглежда и се държи – *създава въображаема публика*.

<sup>16</sup> RACHEL GILLIBRAND VIRGINIA LAM VICTORIA L. O'DONNELL - DEVELOPMENTAL PSYCHOLOGY, © Pearson Education Limited 2016

<sup>17</sup> Мърчандайзинг е съвкупност от техники, целящи да помогнат за продажбата на даден продукт.

диференциален. Тази диференциация между „женски“ и „мъжки“ продукти неминуемо оказва влияние върху метакогницията на дадено общество и осигурява среда, изпълнена с такива стимули, които подкрепят полово диференциално мислене в естетическата сфера. Както беше обсъдено по-рано – в основата на артистичния талант е способността да се овладяват репрезентативните конвенции на културата. Разбира се, този процес никога не е еднопосочен, в противен случай, културата не би търпяла промени и развитие. Веднъж овладян и усвоил културните конвенции като основни правила, артистичният талант е свободен да променя и задава нови значения в семиотичната система на културата. Какво е различното при Поколение Z? При обсъдения по-рано общ профил на поколението, беше посочено, че се самоопределя като много по-толерантно към различията и отворено към новите възможности от всяко поколение преди това. Това включва и половата дискриминация и всякакъв мърчъндайзинг, който подсилва джендър стереотипизацията. Следователно естетическите предпочитания на Поколение Z ще бъдат насочени към потискане и елиминиране на джендър схемата в тийнейджърските години и всеки млад човек, желаещ да бъде добре приет сред връстниците си ще възприеме новата джендър неутрална естетика.

Предпочитанието на връстниците има тенденция да губи своята полова специфика с времето и на възраст 16 – 19 години, тийнейджърите вече демонстрират силни пристрастия в групата на база личностни характеристики (Eckes et al., 2005). Под влияние на социалните мрежи тази възраст пада, на база активно социокогнитивно учене. Това означава, че тези нови социални тенденции се наслагват в невралните връзки на по-ранен етап на когнитивно развитие и съответно синапсните връзки придобиват по-голяма устойчивост. Естетическият избор, базиран върху джендър схемата продължава да оказва силно влияние, но в различна, по-толерантна и по-малко стереотипизирана посока.

Тийнейджърите постоянно оценяват собствената си социална група по-положително, отколкото други социални групи, а тези, които се идентифицират най-много с групата, са склонни да показват най-голямо предпочитание към членовете на групата и е вероятно да одобряват груповото поведение (Tarrant et al., 2001). Какво се случва, когато

социалната група, придобие характера на маса? Ако само преди две десетилетия, групата е била с численост средно между 5 и 50 души, то към днешна дата социалната група на Поколение Z наброява няколко хиляди последователи в социалните мрежи и неограничен брой други влияния от профили, които следват. На пръв поглед, такова разнообразие от входящи данни и стимули би трябвало да води до по-утилитарно евристично мислене и повишаване на креативния потенциал. В действителност, обаче, мозъкът ни има ограничен капацитет и при наличието на информационен масив, който надхвърля възможностите ни за обработка, ще започне да класифицира информацията като излишен шум и ще пренебрегва много информационни потоци. Разбира се, маркетинга, рекламата и технологиите намират начин да ни облекчат, като филтрират информацията и ни предлагат предимно само тази, от която сме се интересували.

В реална среда с отворени проблеми индивидът разчита на множество различни евристики, които може и да не проработят. Излагането на случайни и неуместни стимули показва повишаване на креативността в широк диапазон от ситуации с решаване на проблеми (Simonton, 1984)<sup>18</sup> – такова е и дългосрочното въздействие на масивните социални групи в дигитализирания свят, въпреки работата на алгоритмите като стесняващи спектъра на постъпваща информация. Вероятно, краткосрочното към момента влияние на технологиите в творческия инструментариум на Поколение Z е донякъде балансирано – средствата за масова комуникация предлагат неограничен достъп до нови стимули, но имат и контролираща процеса функция, изпълнявана от алгоритми.

Можем да заключим, че могат да бъдат изведени потенциални корелации между креативността и различни аспекти на средата, но не може да бъде установена каузалност. Каузалността е зависима от неподлежащи на пълен обзор влияния на средата, онтогенезиса и филогенезиса на индивида. Това, което може да се отчете са характеристики на продуктите, които са предпочитани и оценени като високо креативни от Поколение Z. Маркетинговият сектор, като най-чувствителен към промени в нагласите на бъдещите си потребители, установява няколко стратегии, които работят

---

<sup>18</sup> Simonton, D. K., 1984, *Genius, Creativity and Leadership*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

успешно с Поколение Z. От тези стратегии, можем да придобием представа за естетиката, която бъдещите творци и тяхната публика ще търсят:

1. Употреба на хумор, с цел позитивни асоциации – положителна реакция.
2. Непрекъснатата комуникация, целяща да формира чувство за споделеност и емоционална връзка – усещане за социална връзка.
3. Ребрандиране, разчитащо на релационно познание – употреба на съществуващи идеи по нов начин.
4. Психо-лингвистични подходи на въздействие – асоциативно мислене.
5. Обучаване на клиентите – подготовка на възприемачия.
6. Силно присъствие в социалните медии – екстравертна нагласа.

Така естетическите тенденции, които се формират при Поколение Z, се определят от няколко основни фактора. Водещият от тях са глобалните социални мрежи, които формират общество на толерантност към различните и малцинствата – това означава култура, в която еkleктиката е водеща, тъй като дискриминацията не се толерира и всеки креативен опит е приет позитивно. Още повече, толерантното отношение означава, че успешният продукт или артефакт, трябва да бъде достъпен за всеки, за да се избегне всяка форма на дискриминация – от което следва, че границите между масовото потребление и произведенията на изкуството стават все по-дифузни, като взаимстват характеристики едно от друго. Вторият голям фактор са технологиите, които осигуряват неограничен информационен поток, който в крайна сметка налага динамично променяща се естетическа парадигма. Резултатът от тази краткост на тенденциите, е че иновативните креативни решения не могат да поддържат такова темпо. Както вече установихме, безпрецедентно динамична визуална среда създава ускорени процеси на преживяванията при обмен на опит, което налага съкращаване на информационните съобщения, но и увеличаване на броят им. За да поддържа този брой ефективен, Поколение Z не създават, а рециклират. Рециклират продукти, идеи, тенденции и цели десетилетия. Ако трябва да обобщим, Поколение Z има естетически предпочитания към еkleктичната втора употреба на естетиката.

**Литература:**

- Abitz, M., Nielsen, R. D., Jones, E. G., Laursen, H., Graem, N., & Pakkenberg, B. (2007). Excess of neurons in the human newborn mediodorsal thalamus compared with that of the adult. *Cerebral Cortex*, 17 (11), 2573–2578.
- Arnett, J. J. (1999). Adolescent storm and stress, reconsidered. *American Psychologist*, 54 (5), 317–326.
- Blakemore, S. J., & Choudhury, S. (2006). Development of the adolescent brain: Implications for executive function and social cognition. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 47 (3), 296–312.
- Carey, S., Diamond, R., & Woods, B. (1980). The development of face recognition: A maturational component. *Developmental Psychology*, 16, 257–269.
- Donald, M. (2006). Art and Cognitive Evolution. In M. Turner, *The Artful Mind* (p. 3-20). OXFORD
- Drake, J. E., Winner, E. (2009) Precocious realists: perceptual and cognitive characteristics associated with drawing - *Phil. Trans. R. Soc. B* (2009) 364, p. 451
- Eckes, T., Trautner, H. M., & Behrendt, R. (2005). Gender subgroups and intergroup perception: Adolescents' views of own-gender and other-gender groups. *Journal of Social Psychology*, 145 (1), 85–111.
- Elkind, D. (1967). Egocentrism in adolescence. *Child Development*, 38 (4), 1025–1034
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, Youth and Crisis*. New York: Norton.
- Erikson, E. H. (1974). *Dimensions of a New Identity*. New York: Norton.
- Gillibrand, R., Lam, V., & O'Donnell, V. L. (2016). *Developmental Psychology* (2nd Ed.). Harlow: Pearson/Prentice Hall.
- Hall, G. S. (1904). Youth: Its education, health and regime. In S. Goodman & S. Wheeler (2005). *The Project Gutenberg EBook of Youth: Its Education, Regimen, and Hygiene by G. Stanley Hall*. October.  
<https://news.stanford.edu/2022/01/03/know-gen-z/>
- Huttenlocher, P. R. (1994). Synaptogenesis in human cerebral cortex. In G. Dawson & K. W. Fischer (Eds.), *Human Behaviour and the Developing Brain* (137–152). New York: Guildford
- James Gillespie Sunday March 25 2018, 12.01am GMT, *The Sunday Times*
- Manovich, L. (2017, September-October). *Automating Aesthetics: Artificial Intelligence and Image Culture*. Retrieved August 20, 2018, from manovich.net: <http://www.manovich.net>
- McGivern, R. F., Andersen, J., Byrd, D., Mutter, K. L., & Reilly, J. (2002). Cognitive efficiency on a match to sample task decreases at the onset of puberty in children. *Brain and Cognition*, 50, 73–89.
- Offer, D. (1969). *The Psychological World of the Teenager: A Study of Normal Adolescent Boys*. New York: Basic Books.
- Simmons, R. G., & Blyth, D. A. (1987). *Moving into Adolescence: The Impact of Pubertal Change and School Context*. Hawthorne, NY: Aldine de Gruyter.

Simonton, D. K., 1984, *Genius, Creativity and Leadership*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Tarrant, M., North, A. C., Edridge, M. D., Kirk, L. E., Smith, E. A., & Turner, R. E. (2001). Social identity in adolescence. *Journal of Adolescence*, 24 (5), 597–609.

Yakovlev, P. A., & Lecours, I. R. (1967). The myelogenetic cycles of regional maturation of the brain. In A. Minkowski (Ed.), *Regional Development of the Brain in Early Life (3–70)*. Oxford: Blackwell.