

Т.І. Довгодько, В.П. Драпогуз, О.Ю. Корчук, м. Київ
ЦІННІСНИЙ СВІТ ПОКОЛІННЯ Z

В сучасній освіті поглиблюється криза, пов'язана не з обмеженістю наукового знання або недосконалістю засобів технічного забезпечення і навіть не з браком її досвідчених кадрів. Нинішня криза освіти і виховання пов'язана із змінами у свідомості сучасного покоління і нездатністю трансформувати педагогіку згідно цим змінам.

Моніторинг змін у ціннісній свідомості призвів до появи «теорії поколінь», яка узагальнює тенденції та зміни у свідомості людей в залежності від десятиліття їх народження. Означена теорія артикулює тезу: у людей, які народилися в один час, пережили подібний досвід в дитинстві будуть спільні цінності. І саме ці цінності відрізнятимуть їх від представників інших поколінь.

Із виникненням інформаційних технологій (70-ті роки ХХ ст.) в країнах ЄС заговорили про бліп-культуру і її носіїв – молодих людей з кліповою свідомістю. Проте справжні бліппери з'явилися пізніше. Їх появу відносять до кінця ХХ ст. – початку ХХІ ст. Породженням бліп-культури стали діти середини 80-х - 90-х років – мілленіали, або «покоління Y», а на сьогодні їм на зміну прийшло покоління Z [1]. Це діти, народжені після 2000 р. *Представники покоління Z активно використовують смартфони, планшети, VR- і 3D-реальність.* Це так звані центеніали, що «народилися з Інтернетом». Вони не уявляють життя без інформаційних технологій, проводячи по 6-8 годин (і навіть більше) перед екранами різного типу моніторів. Для них інформація – складова снєк-культури (від англ. *snack* – швидкий перекус). Її суть полягає у скороченні контенту при обов'язкових візуальних доповненнях – картинках. Чергування (мерехтіння) коротких меседжів та візуальних подразників з рекламними роликами (як у калейдоскопі) породжує у користувачів феномен кліпового або модульного мислення. Останнє руйнівню впливає на концентрацію уваги, породжує бажання переходити від одного предмета до іншого, відкидати довгі тексти та скрупульозну, ґрунтовну роботу над ними. Мабуть в цьому криється відповідь на питання чому розквітає плагіат під назвою «Реферат», де студент чи учень (і навіть деякі науковці) присвоюють довгий чужий текст, закачаний з мережі Інтернет і видають його за власне наукове дослідження. Це покоління кардинально відрізняється від усіх попередніх. У них своя картина світу, своє бачення оточуючого світу. Вони вміють збільшувати – зменшувати екран вже в один рік, а у два – користуватися камерою, у три – завантажувати відео на YouTube. Для них нема потреби сидіти годинами в бібліотеці, відшукуючи якусь потрібну їм інформацію, вона в них перед очима щосекунди чи щохвилини. Відповідно і швидкість обробки отриманої інформації значно вища.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій потужно вплинув на трансформацію внутрішнього світу сучасних підлітків. Вони значно менше рухаються, ніж їх однолітки попередніх поколінь. У них відсутнє прагнення якнайшвидше стати дорослим і відірватися від сім'ї. Вони «живуть» у соціальних мережах, де відбувається жваве спілкування. Емоції висловлюються не словами чи мімікою, а «смайликами» чи «лайками». Найчастіше термін «покоління Z» розглядається як синонім терміну «цифрова людина» чи «generation Z». «Цифрові

діти» самотні в мережі. Презентації і яскраві картинки подобаються їм більше, ніж класичні книги.

Ще одна базова основа цього покоління – це здатність створювати і активно використовувати діджитальні об'єкти – цифрові версії реальних об'єктів. Такими версіями стають представництва персональної активності індивіда в матриці соціально-медійного поля – профілі в різних соціальних мережах. Мислення стає не тільки кліповим (здатність сприймати і перероблювати інформацію лише маленькими порціями), але й посиляльним, коли інтерес стає польовою функцією і визначається більшою мірою зовнішніми маркерами, ніж внутрішніми відчуттями [2]. Покоління Z – це перше покоління, яке народилося в цифровому світі і вже не може уявити собі життя без мобільного інтернету та різноманітних гаджетів. Вони живуть в світі без кордонів, щоправда цей світ обмежений «екраном монітора». Представники означеного покоління все більше і більше відрізняються від своїх батьків. Вони задають питання Гуглу (Google), а не вчителю чи викладачу (недарма фраза «загуглити» стала дуже поширеною), дорогу знаходять по навігатору, покупки замовляють через Інтернет. Вони одночасно роблять уроки, ведуть смс-переписку з багатьма друзями, слухають музику і розмовляють з членами сім'ї. Здатність «бачити» одночасно декілька екранів породжує те, що мозок будучи адаптованим до високої швидкості обробки інформації, починає нудьгувати, тоді коли інформації замало, наприклад, на уроках чи лекціях. Це призводить до нових проблем – вчителям, викладачам стає все складніше утримувати увагу своїх вихованців [2, с. 49-50].

Нині зростає кількість дітей, які заробляють чимало грошей в підлітковому віці. До прикладу, якщо Марк Цукенберг заснував Фейсбук в 20 років, то деякі представники нового покоління стають дуже багатими вже в 15-16 років, починаючи бізнес в 10 років. Час, проведений молодою людиною за комп'ютером, постійно зростає. Як відзначають аналітики, «український користувач Інтернету» в середньому проводить в мережі понад 27 годин на місяць. Число користувачів Інтернету невпинно збільшується (для прикладу, 2012 р. – 16 млн, 2015р. – 18.8 млн.) [3]. На сьогодні близько 5,2 мільярда людей у світі мають мобільні телефони, понад 4,66 мільярда користуються інтернетом, а більш ніж 4 мільярди активно використовують соціальні мережі. Інтернет активізує увагу користувачів до тих мовних засобів, які вони обирають. Мова в мережі – графіка, лексика, морфологія, словотворення та синтаксис, стилістика та культура мови постійно змінюються, пристосовуючись до світового віртуального простору. Приблизно кожні два роки в молодіжних спільнотах змінюється комп'ютерний сленг, змінюються значення термінів і навіть значення багатьох слів.

Окрім цього, інтенсивно нарощується англomовна експансія у повсякденну мову, створюючи специфічний молодіжний сленг та відповідне світосприйняття: звичка до жаргону і нецензурної лексики, до «стьобу», іронії та швидкого наліплювання соціальних ярликів. Мова «падонків» використовується при написанні коментарів до текстів у блогах, чатах і веб-форумах. Сленг породив безліч стереотипних виразів та інтернет-мемів. Особливість стилю «падонків» полягає в навмисному порушенні норм орфографії мови. Впроваджуються також чимало новотворів – юзати (використовувати), машинка (комп'ютер), девайс (пристрій), аська (ICQ для відправки коротких повідомлень) тощо [3, с. 286-287].

Визначені особливості і характерні риси ціннісної свідомості покоління Z віддзеркалюють реалії сьогодення, це даність життя, яку необхідно враховувати в педагогічній, освітянській практиці. Найгірше було б підігравати цим тенденціям, або навпаки – уперто залишатися у своїх напрацьованих десятиліттями традиціях викладання.

Більшість сучасних закладів освіти не встигають за потребами вихованців, недостатньо відповідають їх очікуванням, готуючи їх до майбутнього життя в інформаційному суспільстві. Проблема в тому, що система шкільної й університетської освіти дійсно є найбільш інерційною серед соціальних інститутів. Вона завжди болісно розлучається зі звичними порядками, канонами, графіками, розкладами, звітами тощо. Водночас все більше обертів набирає нове покоління, диктуючи свої правила, які не можна ігнорувати. Отже, без сумніву в системі освіти назріли кардинальні зміни. Насамперед постає необхідність врахування існуючих реалій задля вироблення нових освітніх парадигм, надання викладачам кваліфікованих рекомендацій, як їм навчати та виховувати представників покоління Z.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Howe Neil, Strauss William. Generations: The History of America`s uture, 1584 to 2069, New York: Perennial, 1991. – 544 p.
2. Зеленов Є.А. Цифрове покоління: ризики, переваги, засоби взаємодії // Духовність особистості: методологія, теорія і практика. – 2018. – №5 (86). – С. 46-57.
3. Братаніч О.В. Вплив Інтернету на духовно-культурне життя суспільства // Формування особистості в умовах транзиту: монографія. Керівник авторського колективу М.Ю.Зелінський – К.: МП «Леся», 2015. – С.278-285.

УДК 37.048.4:37.036:069

А.І. Ковач, М.В. Опачко, м. Ужгород

МУЗЕЙНО-ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАКАРПАТТЯ В КІНЦІ 30-Х– НА ПОЧАТКУ 40-Х РОКІВ ХХ СТ.

У становленні та розвитку музейного середовища Закарпаття виокремлюємо п'ять періодів: домuzeйний, становлення музейної справи, розвитку (чехословацький період), занепаду (угорський період), відродження (радянський період), оновлення (період незалежності), трансформації (сучасний період) [1].

Починаючи із 1938 р., в історії розвитку музейної справи Закарпаття настає період, який у порівнянні з попереднім (чехословацьким), характеризується як період занепаду. За рішенням Першого Віденського арбітражу, який проходив 2 листопада 1938 р., частина Закарпаття знову ввійшла до складу Королівства Угорщини. На означеному хронологічному зрізі частотним був вихід друком наукових журналів, педагогічних посібників, які насамперед зосереджували увагу на аналізі стану освіти після, так званої, «чехословацької окупації». Однією з найвідоміших праць є «Альбом угорських учителів» (Magyar tanítók albuma), що дає змогу ознайомитися із цінними для дослідників науковими поглядами тогочасних теоретиків і практиків у царині педагогіки та її зв'язку з музеями.

Цікавою і корисною для розуміння становища музейної справи в Угорщині у 30-х роках ХХ ст. є робота Гефті Дьєрдя (Hefty György) «Про музеї» [6]. Аналізуючи