***«СУЧАСНА ШКОЛА: ТРИ ПОКОЛІННЯ (X, Y, Z) В ОДНОМУ КАБІНЕТІ або ЛАЙФХАКИ ВІД МЕДІАОСВІТИ»***

Вже кілька років педагоги (вихователі, вчителі, викладачі) знаходяться в стані «легкого шоку»: що сталося з нашими дітьми? Чому вони якісь «не такі»? Як з ними працювати, навчати, виховувати? Всі помітили зміни, але не всі розуміють, чому вони відбулися і як тепер виховувати підростаюче покоління.

Насправді, життя просто рухається вперед. Як і повинно бути – відбуваються зміни. Але зараз цей темп змін такий шалений, що ми не встигаємо його зрозуміти та усвідомити.

Щоб допомогти вчителям із зони «хвилювань» перейти в зону «розуміння», пропоную зайнятися аналізом. Справа в тому, що сьогодні (саме через той шалений темп змін) в звичайному шкільному кабінеті зустрілися три покоління (працездатних, соціально та фізично активних): X,Y, Z. Вони роблять одну справу – навчають і навчаються. Але між ними так часто виникають непорозуміння! Вчителі хочуть від учнів слухняності, учні хочуть від вчителів задоволення їх потреб, а батьки хочуть успішності дітей.

Чи може це сьогодні бути ТРИєдиною, результативною, комфортною, стратегічно правильною справою?

ТАК! Але через зусилля ВСІХ учасників освітнього процесу!

Пам’ятаєте вислів Конфуція: «Не дай, Боже, жити в епоху змін!» А ми живемо саме в такий період. Тож давайте це робити максимально результативно.

Тож чому ці три покоління - X,Y, Z – не завжди можуть порозумітися?

Теорію поколінь створили американські вчені Нейл Хоув (Neil Howe) і Вільям Штраус (William Strauss) в 1991 році. Основою цієї моделі є цінності людей. Так, на думку сучасних учених, саме цінності і їх схожість, а не вік, формують і визначають покоління як групу людей, народжених у певний віковий період, що випробували вплив одних і тих же подій і особливостей виховання, зі схожими цінностями (тобто, як тільки починають мінятися цінності – кажуть, що розпочинається період нового покоління).

Давайте трохи поаналізуємо.

Покління X (їм сьогодні 45-60 років): це величезна кількість вчителів, вихователів, викладачів. Вони здобули грунтовну педосвіту, мають значний педстаж та педдосвід, репутацію, ще не збираються йти на пенсію. Їх досвід підказує, як працювати з вихованцями. Але……. В них ніколи не було ТАКИХ вихованців. І їм інколи трохи страшно заходити до класу (групи, аудиторії).

Покоління Y (їм сьогодні від 30 до 45 років): це батьки наших учнів і вчителі, які є батьками учнів. На мій погляд – найбільш вразлива група з компанії «X,Y, Z». Вони ще пам’ятають закони і принципи радянського виховання, але вже спокусилися на сучасні технології. Вони ще відчувають шану і повагу до «педдосвіду» покоління X, але вже хочуть тієї свободи, яку пропагує покоління Z.

Покоління Z (сучасна молодь і діти): вони СИДЯТЬ за партами у класах (аудиторіях, групах). Але тільки СИДЯТЬ…. Бо ЖИВУТЬ вони абсолютно в іншому світі, в іншому вимірі, за іншими законами і принципами.

Тож трохи аналізу і порівнянь.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **X** | **Y** | **Z** |
| Сім’я | Мало розлучень, щоб не траплялося. Терплять. Діти – сенс життя. | Є багато жінок, бізнес-леді, для яких ні сім’я, ні дитина – не є головними цілями у житті. | Швидко йдуть з дому у вільне плавання. Не вважають за потрібне одружуватися чи створювати стабільні союзи. |
| Робота | Працювати можна тільки тяжко. | Дуже працездатні, вміють йти до мети попри все, наступити на горло власній пісні зараз, щоб отримати бонуси потім. Працеголіки, не вміють розслаблятися. | Люди швидких результатів. Не розуміють та не визнають субординацію. Не налаштовані на кар’єру і планування. Не визнають графіків, розкладів, нормованого робочого дня. Хочуть заробляти і отримувати винагороду не за час, проведений в офісі, а за результат. Серед них багато стартаперів.  |
| Освіта | Вища освіта – обов’язково! Без диплому ніде на роботу не візьмуть. Як можна працювати не за спеціальністю, тим більше займатися бізнесом (бути торгашем та спекулянтом – який жах!), коли ти юрист чи економіст! Дуже високий рівень загальної ерудиції. | Крім обов’язкової вищої освіти, часто - не одної, постійно навчаються на різних курсах і програмах. Диплом важливий, як статус. | Кидають навчання у ВНЗ. Знають всі можливості для самоосвіти, і, коли їм потрібно щось дізнатися, мають миттєвий доступ до інформації. Невисокий рівень загальної ерудиції, не володіють базовими знаннями. Дуже креативні, вміють швидко обробляти багато різної інформації і видавати несподівані рішення. не вивчають лише один чітко визначений предмет – вони звикли до інтердисциплінарного підходу, коли перетинається багато різноманітних напрямків. |
| Цінності | Стабільність, щоб нічого не мінялося,Виконавці. Рішення потрібно приймати за них.Для них правильно жити – терпіти заради світлого майбутнього, заради дітей, заради репутації.  | Вкладаються в людей. Вони допомагають іншим, їм допомагають. Виросли у дворах – вміють грати в команді. Для них важлива соціальна взаємодія. | При перших невдачах здаються, безвідповідальні, як в соцмережах, так і по життю – не цей друг, так інший, не ця компанія, так інша. Не розуміють цінність стосунків, не вкладаються в людей. Виросли в атмосфері достатку і любові, звикли до схвалення. Батьки так компенсували нестачу уваги – купували їх прихильність подарунками та не завжди справедливими похвалами. На всі звинувачення у безвідповідальності – єдина відповідь “Я ж вам пояснив, що я забув, проспав, передумав, втратив цікавість!”. Не мають конкретних цілей, ні в бізнесі, ні в житті. Нічого не бояться. У їхньому середовищі вже немає дискримінації за національним, расовим або гендерним чинником. |
| Побут  | Нічого не викидають. Все в житті має приносити користь. Вони ніколи не мали особистого простору. | Важливо мати всі зовнішні та внутрішні атрибути успішної людини. Готові бути жертвами кредитів і іпотек, тільки щоб жити комфортно і їздити на хороших авто. | Їм не потрібний комфорт. Можуть спати в спальниках на голій землі і мандрувати світом автостопом. В них нема відчуття небезпеки. Не вибагливі. |
| Гроші  | Дуже економлять. | Вміють заробляти, заощаджувати і накопичувати. Всі блага у своєму житті заробили самі. | Гроші їх не мотивують робити те, що їм не цікаво. Гроші – це засіб отримати нові враження і емоції. Покоління мандрівників. Можуть жити в будь-яких умовах, в будь-якій країні. Все їх життя – наплічник та ноутбук |
| Медіапростір | В більшості своїй не користувалися гаджетами, не дружать з інтернетом. Довіряють газетам і телебаченню. | Інтернет увійшов в їх життя в дорослому віці і вони цінують його можливості. Шкодують про те, що його не було в них, коли вони починали свої бізнеси. Щиро дивуються, як можна сидіти без грошей і без ідей, коли будь-яку інформацію можна отримати та надати, натиснувши пару кнопок? Не завжди можуть перевіряти інформацію на достовірність.  | З’явилися на світ у епоху Інтернету, тому не уявляють життя без нього. Віддають перевагу спілкуванню в мережі –їм набагато легше написати повідомлення, аніж зателефонувати чи зустрітися. Вони не ділять світ на цифровий і реальний, а вважають це двома частинками одного цілого. Більше люблять дивитися, а не читати, тому віддадуть перевагу інфографіці, а не лонгріду. |

Дякую Людмилі Калабуха за грунтовний аналіз та надану інформацію!

Джерело: <http://www.kalabukha.com.ua/pokolinnya-z-y-x-teoriya-pokolin-koho-i-yak-braty-na-robotu/>

Цей аналіз показує, що ті, хто навчає, навчається, приводить дітей навчатися – людини різних поколінь. Сьогодні не можна казати, що діти погані, батьки безвідповідальні, вчителі не професійні. Ні! В одному навчальному кабінеті зустрілися три різних покоління і їм просто треба порозумітися!

Я б цю «місію порозуміння» переклала на плечі вчителів. Бо хто, як не ми, готовий бути професіоналом, творцем, фасилітатором в цю непросту «епоху змін».

А що ж представляє собою сучасний простір, в якому живуть ці три покоління? Перш за все – це медіапростір. Тобто, це інформаційне середовище, в якому вирує життя.

Для покоління X – це не «справжнє життя». Тут багато чого треба «заборонити»: від реклами та комп’ютерних ігор та різноманітних гаджетів. А дітей знову привчити «сидіти рівненько і тихо, ходити строєм, піднімати руку, переказувати близько до тексту».

Для покоління Y – в медіапрсторі багато життєвих бонусів: від новинного контенту до розваг а медіасервісу. Але їх лякають діти, які стали «медіазалежні».

Для покоління Z – життя в медіапросторі це просто життя. Без всяких «але».

І знову звертаємося до аналізу: який же він, сучасний медіапростір?

Людина пізнає сучасний світ за допомогою 5 органів: очі, вуха, ніс, язик, шкіра. Ці органи «зчитують» навколишню інформацію і ми формуємо певний власний світогляд. Для покоління X (і частково Y) майже вся оточуюча інформація була написана (книги, газети, журнали) і озвучена (теле- радіовіщання). Звідси їх позиція: вірити газетам і телебаченню (там же не збрешуть!) На інші органи людини ніхто й не намагався вплинути.

Що відбувається сьогодні? Ті, хто доносять до нас інформацію, залучають всі наші 5 органів: нам пишуть, малюють, говорять, співають, рекламують, ароматизують, дають скуштувати, роблять комфортною температуру. Інформація про навколишній світ лине з кожної щілиночки: газети, журнали, бігборди, буклети, новини, ролики, подкасти, блоги, інтерв’ю, акції тощо.

Як зорієнтуватися в цьому інформаційному вирії? Діти потребують допомоги дорослих, а дорослі самі ще не зовсім зорієнтувалися. Напрошується висновок: треба вчитися жити в медіапросторі. І дорослим, і малечі.

Перше навчання, перший досвід, перші навички пізнання світу дитині передають батьки. За твердженням психологів, в перші 3 роки життя дитина засвоює найбільшу кількість інформації, до 6 років формує словниковий запас до 14 тисяч слів, вчиться спілкуванню та комунікації. При тому перевантаженні простору інформацією, яке існує сьогодні, дорослі не встигають помітити, що малеча засвоює з сімейного виховного потенціалу, а що – з інформаційного оточення. І коли вчителі чи вихователі говорять батькам «ваша дитина робить/говорить …», ті щиро дивуються: звідки в нєї це вміння?

А сучасна дитина просто миттєво помічає і бере до уваги (а потім відтворює у своїй поведінці) все, що їй цікаво:

* Як поводитися з друзями? Так, як улюблені мультгерої.
* Як грати в гру? Так, як розповідає улюблений блогер.
* Як приготувати піццу? Так, як на кулінарному сайті.
* Як вирішити задачу? Так, як однокласники виклали в вайбері.

 Трохи психології.

Перші 3 роки від народження відбувається побудова «вертикальних стосунків» - від батьків до дитини. Вони дають дитині інформацію про світ, життя, стосунки.

Потім дитина вчиться «повертати» набуті знання – що взяла від батьків, те й віддає їм. Навчилася любові – віддає любов, за піклування віддає піклування, за байдужість – байдужість, за агресію – агресію.

Пізніше, коли дитина стане дорослою, вона перенесе цю модель в свою сім’ю.

Орієнтовно в 3 роки дитина починає вибудовувати «горизонтальні відносини» - налагоджувати стосунки з однолітками. І тут знову запускається в дію та модель поведінки, яку вона отримала за перші 3 роки життя. Тому одні дітки вміють гратися, спілкуватися, ділитися, просити тощо. А в інших переважують агресивні стосунки або такі, що виходять за межі морально-етичних норм.

Чому так буває? І чому в сьогоднішній час це дуже відчутно і помітно?

Відповідь на ці питання дасть медіаосвіта.

Сучасні батьки (зазвичай це покоління Y) припускаються помилки – замінюють себе, своє мовлення, свій вплив, свій досвід на гаджети, вірніше, на той медіапродукт, який діти споживають з гаджетів. В перші роки життя це – мультфільми.

Дитина їсть, дивлячись в екран, їде на дитячому велосипеді чи візочку з планшетом перед очима, заспокоюється від істерики тільки через отримання телефону тощо. Тобто, в той період, коли дитині вкрай необхідна батьківська увага, вона отримує мультгероя з екрану гаджета. І заспокоюється, і кашу з’їдає, і до садочка без сліз добирається.

Але!!! В таких ситуаціях дитина звикає до голосу, порад, вчинків, поведінки саме мультгероя, і відвикає від батьківського впливу. А вони потім дивуються: «Чому вона мене не слухається?» А коли дитина стає учнем, дивуватися починає вчитель.

А маленький мешканець медіапростору, якому цікаво і комфортно з гаджетами, віртуальними героями, можливостями інтернету, опиняється в світі вимог і правил. І він протестує: неслухняністю, поганою поведінкою, неуважністю, незосередженістю тощо.

І тут з’являється вчитель, який розуміє цього маленького медіамешканця і починає з ним працювати за його правилами, але … із своєю педагогічною майстерністю. Якщо вже так сталося, що за парти сіло ось таке медіапокоління, то нехай на уроці працюють закони навчання з використанням медіа: від гаджетів до медіатекстів.

Кілька прийомів (медіаприйомів), які можна використати для підвищення мотивації до навчання:

|  |  |
| --- | --- |
| Проблеми, які виникають при навчанні сучасних учнів | Прийоми з використанням медіапродуктів  |
| Не хоче працювати над технікою читання | Відеоновини  |
| Не хоче читати | АудіоказкаСтворення коміксів |
| Не хоче вчити правила, переказувати тексти | Селфі з… |
| Втрачається інтерес до навчального матеріалу | Фото Дослідження «Експертна оцінка» Інтерв’ю Класна газета Пост в соцмережах  |
| Не хоче працювати з матеріалами підручника  | Авторські комп’ютерні ігри (learning) |

Як вчителю навчитися використовувати подібні прийоми, якщо такого досвіду в своїй практиці він не має?

Рекомендую познайомитися з нашою (з Антоніною Кожановою) авторською програмою для початкових класів «Я у медіапросторі».

Сьогодні відбувається переорієнтація навчання з засвоєння величезної суми знань, на освоєння компетентностей. Це передбачає формування вмінь молодшого школяра працювати з інформацією: шукати, аналізувати, критично переосмислювати, відбирати необхідну, використовувати для вирішення певних задач.

Курс «Я у медіапросторі» є базовим для набуття учнями необхідних навичок вмілого та безпечного споживання інформаційних продуктів. Він спрямований на формування розуміння школярами поняття «медіапростір» та позиціонування себе як користувача та створювача медіапродукції.

Реалізація даної програми дає можливість виховати:

- медіаграмотного учня, який спроможний перетворювати інформацію в знання;

- медіакомпетентного члена сучасного соціуму, який здатен не піддаватися медіаагресії та маніпуляціям.

Переглянути програму можна за посиланням: <http://www.aup.com.ua/ml/Program_mediaorostir_2017.pdf>

АУП організувала написання посібників, які стануть у допомозі вчителю початкових класів (співавтором якого стала і я): <http://medialiteracy.org.ua/archives/1844>

Тож, медіаосвіта направляє діяльність вчителя на більш сучасний і необхідний дітям та батькам шлях – шлях створення сучасного освітнього простору.