

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ У НАЧАННІ ІНТЕРНЕТ ПОКОЛІННЯ

Актуальність досліджуваної теми. Кожен рік у світі з'являється щось нове. Наша сучасна реальність – це бурхливий розвиток інформаційних технологій. Молодь як найбільш динамічна вікова категорія у суспільстві зараз живе в світі Інтернету 24 години на добу. Тому, в Україні, починаючи, приблизно, з 2010 року весь процес навчання та освіти підлаштовується під можливості та особливості віртуального простору. Щодо методології викладання англійської мови у вищих навчальних закладах слід зазначити наступне. В Інтернеті на сьогоднішній день є великі масиви (сайти, блоги, групи у соціальних мережах) міжнародно визнаних стандартизованих систем викладання британського та американського варіантів англійської мови. Це найдетальніші алгоритми покрокового вивчення та практики всієї фонетики, граматики, лексики в аудіо та відео матеріалах. Є класичні словники традиційних всесвітньо відомих наукових видань. Мета викладача – спрямувати студентів, пояснити їм алгоритм користування всією цією корисною інформацією, контролювати успішність її засвоєння та пропонувати максимально різноманітні творчі завдання в контексті самих модних тенденцій Інтернету.

Мета дослідження. Окреслити «картину світу» сучасного першокурсника та в цьому ракурсі запропонувати напрямки викладання англійської мови.

Завдання наукового пошуку:

- систематизувати соціологічні дані про покоління молоді, народженої у 2000 році;
- виявити позитивні та негативні тенденції психічного та розумового впливу Інтернету на свідомість молоді;
- запропонувати напрямки зміни методів викладання англійської мови для студентів першокурсників.

Наукова новизна. У даній роботі презентований особистий педагогічний досвід викладання англійської мови на першому курсі факультету УФКС (4 групи – приблизно 100 студентів). У контексті методології викладання англійської мови у 2018-2019 навчальному році слід звернути увагу на особливості мислення та світосприйняття студентів першого курсу, народжених у 2000 році. Це - зовсім інша розумова формація, наділена кліповим типом обробки та відтворення інформації,

У 2012 році компанія USA TODAY виступила спонсором он-лайн змагання на найліпшу назву генерації, народженої у 2000 році. Серед варіантів були: I Generation, Gen Tech, Gen Wii, Net Gen, Digital Naives, Plurals. Перемогу отримала назва Generation Z, наступна за Generation Y.

Generation Z - це люди народжені у світі інформаційних технологій та соціальних мереж. Найбільш вагомою рисою Generation Z є потреба та звичка користуватися Інтернетом з раннього дитинства. У них замість будь-якої іграшки є планшет та сенсорний телефон. Діти беруть приклад з батьків, їм більш цікаво, що тато дивиться на сайті, як мама шукає рецепт піци в Гуглі. Якщо не читати дитині книжки, не вчити її дитячих пісень, не гратися разом іграшками, не малювати, не ходити на прогулянки з м'ячем, не формувати коло знайомих та друзів для дитини, не водити на екскурсії та в театри, а «віддати в надійні заспокійливі руки Інтернету», будь-якої миті батьки можуть не впізнати свою дитину, а ще страшніше – дитина не впізнає родичів, буде їх ігнорувати та агресивно поводитися у разі відстороння її від WI-FI.

Щодо радикальних змін у парадигмі виховання, навчання та освіти дослідники та батьки спостерігають дві зовсім різні та протилежні тенденції. З одного боку, смартфони пропонують великі можливості для розширення та поглиблення знань, вони вельми корисні для суто індивідуальної програми навчання. З іншого - смартфони є новою формою психічної залежності, яка призводить до зниження рівня самоконтролю, соціального аутизму, зростання агресії, нерозмежування реального та віртуального світів [1].

The Internet (глобальна павутина) addiction – це глобальна (міжнародна) проблема сучасності в умовах глобалізації. Електромагнітне та інформаційне поле потужніше за природне біополе людини. Вони «всмоктують» тіло та мозок у різноманітні ігри, рекламні кампанії, акції та інше. Вони проваюють та стимулюють азарт, нездорове захоплення віртуальними перемогами, транзицією на наступний рівень гри, насаджують шопоголізм – це психологія суспільства конс'юмеризму та психічний принцип задоволення по Зігмунду Фрейду. Наприклад, сьогодні вельми популярно та модно (бути в тренді при бренді) серед молоді – зайнятися шопінгом, придбати різний одяг, взуття, аксесуари. А потім вдома робити відео про ціни та лейбли (бренди) на футболках, сукнях, джинсах та влаштовувати дефіле з коментами по хаті та кімнаті.

Це порушує адекватне ставлення до себе – самооцінку. Якщо у віртуальному світі Я – Герой, то чому ж серед звичайних людей кожен Я - не найліпший?!? Вихід з цієї ситуації дуже простий – спортивні секції та творчі гуртки, і, що, дуже важливо – волонтерська активність та діяльність. Соціальний аутизм – це закритість від оточуючого ворожого або неприємного середовища, від негативних емоцій та почуттів, «заспокійливе»

як наркотик. Людина просто «уходить» у свій світ, де вона – СУПЕР, їй там комфортно, приємно та цікаво. Агресія – це дуже страшна соціальна проблема та горе. Понад природня агресія – у грі за одну секунду можна та треба (щоб виграти) вбити багато людей та живих істот, та й ще не один раз. А людське життя, життя собаки чи кішки – одне і здоров`я теж.

За останні 7 років сенсорні мобільні телефони так змінили дітей та молодь, що "телефончик" став найкращим другом. З іншого боку, є люди не азартні, а з жагою до пізнання. Вони за допомогою Інтернету формують свою особисту енциклопедію в голові, знайомляться з новими світовими досягненнями техніки, науки, екології, культури та мистецтва. Роблять цікаві презентації, створюють спец проекти. Студенти завжди он-лайн, всі при WI-FI, у соціальних мережах - зі своїми фото, картинками, відео, з корисною інформацією. Але майже ніхто з них не відкриває самостійно, без вказівки з боку викладача, он-лайн словники, освітні сайти, не шукає щось нове та цікаве хоч би у науковій публіцистиці.

У першому семестрі 2018-2019 навчального року я провела експрес соціологічне дослідження серед студентів першого курсу (80 людей). На практичному занятті з англійської мови студенти усно відповіли на питання: "У скількох соціальних мережах вони зареєстровані?", "How many social nets are you subscribed to?", а вдома написали твір: "Яка соціальна мережа моя улюблена та чому?" "What is your favorite social net and why?" Були отримані наступні результати: кожен студент активно взаємодіє з 3-5 соціальними мережами. Найбільш модною та популярною зараз є Instagram, де багато-багато фото та відео. Для мене, особисто, було цікаво дізнатися, що соціальна мережа Instagram була серед номінантів на Teen Choice Awards, запровадженою Fox company. Вікова категорія 13-19 років он-лайн голосуванням обирала переможців у 70 номінаціях на XX церемонії 13 серпня 2018 року у Лос-Анжелосі [2].

В якості висновку. Студентів треба зацікавити освітніми та науковими сайтами, тому що їх зараз більш цікавлять ігри. Процес навчання повинен співіснувати з грою, з творчістю, з чимось нестандартним, новеньким, незвичайним, щоб дух захоплювало та сприяло розкриттю креативного потенціалу кожного студента.

СПИСОК ВИКОРАСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Generation Z [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Generation_Z
2. Teen Choice Awards 2018: The Complete Winners List [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.etonline.com/teen-choice-awards-2018-complete-winners-list-107721>