

Семейное право включает такие права ребенка, как право на имя, отчество, фамилию; возможность воспитываться в семье; право общаться с родителями и другими родственниками.

Личность ребенка является неприкосновенной, должна быть защищена от всех видов эксплуатации, физического и психического насилия, жестокого или неуважительного отношения, в том числе со стороны родителей. Это право – одно из ключевых, определяющих защиту детей.

Детям, оказавшимся в экстремальных ситуациях, обеспечивается право на срочную безвозмездную помощь, удаление из опасной зоны и получение необходимых медицинских услуг, право на воссоединение с семьей. Закон Республики Беларусь «О правах ребенка» запрещает вовлечение детей в военные действия и вооруженные конфликты, пропаганду среди детей войны и насилия, создание детских военизированных формирований [1].

Заключение. Защита прав детей является одним из приоритетных направлений в государственной и правовой системе Республики Беларусь. Общие права, обозначенные выше, являются основополагающими, а их соблюдение – гарант развития гуманистических тенденций в современном белорусском обществе.

Список цитированных источников:

1. О правах ребенка [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь от 19 ноября 1993 г., N 2570-ХП: в ред. от 11.05.2016 N 362-3 // Кодексы, законы и законодательные документы Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://belzakon.net>. – Дата доступа: 10.01.2021.

ИЗУЧЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z

Ананченко К.Г., выпускница

(г. Полоцк, Полоцкий колледж ВГУ имени П.М. Машерова)

Научный руководитель – Ярош Д.М., магистр пед. наук

Теория поколений, разработанная американскими учеными в конце XX века, описывает повторяющиеся поколенческие циклы. Согласно данной теории, каждые 20–25 лет рождается новое поколение людей, имеющих сходные ценности, привычки и особенности, черты характера, которые выделяют их на фоне всех остальных и затем повторяются у будущих поколений. Под поколением в рамках рассматриваемой теории понимается общность людей, рожденных в определенный исторический период и являющихся носителями схожих ценностей, сформированных под воздействием общих факторов.

Американские ученые дали название и составили характеристику для каждого из поколений начиная с 1433 года. К поколениям, живущим в XXI веке, относятся: Поколение GI (1900–1923 гг.), Молчаливое поколение (1923–1943 гг.), Бэби-бумеры (1943–1963 гг.), Поколение X (1963–1984 гг.), Поколение Y (1984–1998 гг.), Поколение Z (1998 г. по настоящее время).

«Поколение Z», «цифровое поколение», «сетевое поколение», «цифровые аборигены» («digitalnatives») – все эти словосочетания используются сегодня для обозначения поколения детей и молодежи, прошедших социализацию в условиях широкого распространения цифровых технологий в сфере быденной жизни, образования и профессиональной деятельности. Их ценности и установки сильно отличаются от таковых у их предшественников.

Целью данной работы является изучение ценностных характеристик представителей Поколения Z. Задачи исследовательской работы: проанализировать психолого-педагогическую литературу, педагогический опыт по теме исследования, разработать

форму опроса для данного педагогического исследования, изучить ценностные характеристики представителей Поколения Z средствами информационно-коммуникативных технологий, проанализировать результаты данного исследования.

Поколения сменяют друг друга, а для образования всегда остаётся открытым вопрос их изучения, поиска актуальных форм, способов и методов психолого-педагогического воздействия. Многие считают, что современные дети не способны учиться, но, возможно, это мы не можем подстроиться под них. У поколения Z свои особенности, вместо того, чтобы их отвергать, нам нужно понять их и приспособиться.

Говорят, представители поколения Z станут самым предприимчивым, разносторонним и образованным поколением из всех. В сети Интернет можно найти много материала, описывающего поколенческие характеристики детей XXI века, однако недостаточно эмпирических исследований в данной области. Какие же они представители поколения Z?

В данном исследовании был применен опросный метод смешанного анкетирования, который был создан и проведен с помощью Google Forms, приложения для администрирования опросов. В исследовании приняло участие 200 человек (1998-2004 года рождения), учащихся Полоцкого колледжа ВГУ имени П.М.Машерова. Опрос включал 20 вопросов следующих тематических блоков: коммуникации и взаимодействия, образование и развитие, информационная безопасность и социальные сети, тайм-менеджмент и профессиональные предпочтения.

Результаты исследования:

1. Коммуникации и взаимодействия.

Дети 21 века имеют больше друзей в социальных сетях, чем в реальной жизни, для общения большинство выбирает социальные сети (60%) и мессенджеры (42%). Несмотря на мнение о том, что поколение Z домоседы, многие из них любят посещать торговые центры (53,5%), однако 41% опрошенных выбрали покупки в онлайн магазинах. Почти всем случалось учить старших (94,5%), что подтверждает предположение о зарождении префигуративного общества, однако за советом многие все еще обращаются к родителям.

2. Образование и развитие.

Большинство представителей поколения Z (33%) все еще читает книги, многие предпочитают чтение постов в социальных сетях (29%), электронные (25,5%) или аудио (8,5%) книги, однако новую информацию лучше воспринимают в формате видеоролика (38,5%). При необходимости быстро чему-нибудь научиться «зеты» обратятся к поисковым системам (45%) или YouTube (36,5%). По поводу выбора между традиционным (49,5%) и дистанционным (49%) образованием мнения цифрового поколения разделились поровну. Большая часть опрошенных (64%) рассматривает получение высшего образования (статуса магистра, кандидата наук, доктора наук) в качестве цели своей жизни.

3. Информационная безопасность и социальные сети:

Многие представители поколения Z задумываются об информационной безопасности: скрывают личную информацию в социальных сетях (35%), придумывают надёжные пароли и меняют их раз в неделю (22,5%) и даже заклеивают камеру на ноутбуке (14,5%). Почти у всех опрошенных есть телефон (98,5%) с выходом в интернет, «зеты» живут онлайн в популярных социальных сетях (Instagram (59,3%) и Вконтакте (37,2%)), возможно поэтому, когда заканчиваются мегабайты, или по какой-то другой причине, в телефоне нет интернета, большинство из них ощущают себя одинокими (41,5%).

4. Тайм-менеджмент и профессиональные предпочтения

Добросовестный (66%), уверенный (51,5%) и честный (43,5%) – такими качествами, по мнению детей 21 века должен обладать лидер. Многие представители поколения Z оптимистично относятся к неудачам, считая, что неудачи – это возможность попробовать снова (52,5%). Большинство признают, что могут выполнять несколько задач

одновременно(90,5%), что подтверждает предположение о многозадачности «зетов». Результаты опроса так же подтвердили, что дети 21 века ощущают потребность в планировании времени и пусть чуть больше 40% не планируют время, остальные (около 60%) используют планинги (36,5%) и специализированные мобильные приложения (22,5%). Представители «цифрового поколения» хотели бы работать по специальности (36,5%), однако многие рассматривают свой бизнес (29%), фриланс (19,5%), офисную работу (8%) и даже блогинг (7%), желая превратить хобби в полноценную работу (69%).

В рамках данного исследования были приняты попытки эмпирически проследить влияние цифровой социализации и уровня вовлеченности в цифровую деятельность и цифровые коммуникации на профессиональные предпочтения; ценности личности; образование и развитие; взаимодействие представителей поколения Z. Данные исследования можно использовать при планировании образовательного процесса учащихся «цифрового поколения», а также курсов повышения квалификации педагогических работников.

Список цитированных источников:

1. Howe N., Strauss W. 1991. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. N.Y.: William Morrow & Company. 538 p.
2. The Fragile Generation Авторы: Джонатан Хайдт (Jonathan Haidt), Леон Скенязи (Leon Skenazy). Перевод: Георгий Татевосов. Источник перевода на русском 4td.fm. Первоисточник reason.com
3. Лазло, А. Рассуждения о будущем образования. http://futureruss.ru/young-generation/education/future_of_education.html. Дата обращения
4. Мир детства в современном образовательном пространстве: сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов / Витеб. гос. ун-т ; редкол.: И.М.Прищепа (гл.ред.) [и др.]. – Витебск: ВГУ имени П.М.Машерова, 2019. – Вып.10. – С.260-263
5. Поколение Z: те, кто будет после // Из интервью А. Сычёвой с психотерапевтом, кандидатом медицинских наук Марком Сандомирским. – Режим доступа : <http://www.e-xecutive.ru>

ФОРМИРОВАНИЕ РЕПРОДУКТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ У ДЕТЕЙ-СИРОТ

Бельская Т.А., студентка 4 курса

(г. Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова)

Научный руководитель – Михайлова Е.Л., канд. пед. наук, доцент

В Республике Беларусь охрана репродуктивного здоровья, как и в большинстве развитых стран, является одним из приоритетных направлений социальной политики и здравоохранения. Охрана репродуктивного здоровья представлена совокупностью факторов, методов, процедур и услуг, оказывающих поддержку репродуктивному здоровью и содействующих благосостоянию семьи или отдельного человека путем профилактики и решения проблем, связанных с репродуктивным здоровьем. Как отмечает И.С. Савельева, это является ответом на ряд глобальных мировых проблем, связанных с репродуктивным здоровьем, в частности, низкая информированность населения в вопросах охраны репродуктивного здоровья, высокий уровень аборт, распространенность заболеваний, передающихся половым путем (ЗППП), недостаточное количество услуг здравоохранения по охране репродуктивного здоровья, недостаточное межведомственное сотрудничество по данным вопросам [1, с. 5].

Кроме отмеченных мероприятий, в законодательстве появляется все больше положений, которые регламентируют работу государственных организаций в направлении улучшения репродуктивного здоровья. При различных учреждениях здравоохранения открываются центры планирования семьи и оказания медицинской помощи тем, у кого имеются проблемы с репродуктивной системой, организовываются бесплатные консуль-