

Анотація. У статті здійснено крос-культурний аналіз цінностей сучасної молоді. Узагальнено результати опитувань молоді різних країн світу щодо найважливіших вартостей у житті. Виділено спільні та відмінні ознаки у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді, що проживає у різних країнах світу. Висвітлено особливості ціннісної сфери молоді, що обумовлені специфікою країн, культурою народів, рівнем розвитку окремих суспільств, існуючими суспільними проблемами.

Ключові слова: ціннісні орієнтації молоді, цінності, аксіологія, ціннісна сфера особистості, вартості, сучасна молодь, крос-культурний аналіз.

Актуальність (Introduction). В умовах глобалізації та усвідомлення необхідності спільного вирішення у найближчому майбутньому ряду важливих загальносвітових проблем (демографічної, екологічної, продовольчої, безпекової та ін.) все більшого значення набувають дослідження, які дають відповіді на запитання: «Що є основним у житті молодої людини?», «Чого вона прагне?», «Чим цікавиться?», «Як бачить своє майбутнє?», «Що її турбує», «Чим вона займається?». Ці та інші запитання дають можливість встановити, що для сучасної молоді є ціннісним, які вартості є пріоритетними, на що зорієнтована молодь на початку третього тисячоліття, чи готова вона вирішувати вище означені виклики у найближчому майбутньому. Аналіз наукової літератури свідчить, що вивченням ціннісних орієнтацій молоді займаються дослідники у різних країнах і в кожній із них є свої особливості, спільні та відмінні вартості. Саме тому, важливо узагальнити існуючі дослідження та здійснити крос-культурний аналіз цінностей сучасної молоді. Під крос-культурним аналізом цінностей сучасної молоді розуміємо вивчення спільних і відмінних вартостей, окремих аспектів ціннісних орієнтацій молодих людей у контексті їх національних, культурних та соціальних особливостей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications). Висвітленню питань ціннісних орієнтацій молоді присвячені праці таких дослідників як В. Абушенко, С. Анісімов, І. Бех, О. Бікла, Г. Васянович, О. Вишневський, О. Головаха, С. Гончаренко, Н. Дмитрук, І. Зязюн, А. Кавалеров, М. Каган, С. Кіреєв, О. Лимарчук, І. Мостова, Л. Овсянецька, В. Огнев'юк, В. Оржеховська, Г. Падалка, О. Савчук, М. Сметанський, Р. Сопівник, Н. Ткачова, Г. Шевченко, В. Шелепа [1-9] та ін.

Мета (Purpose) статі полягає в здійсненні крос-культурного аналізу цінностей сучасної молоді.

Методи (Methods). У процесі дослідження застосовано наступні методи: крос-культурний аналіз – з метою вивчення специфіки ціннісних орієнтацій сучасної молоді з різних країн світу в контексті їх національних, культурних та соціальних особливостей; узагальнення – з метою виокремлення найбільш значущих вартостей молодих людей з різних країн світу, а також для визначення спільних та відмінних ознак у ціннісних орієнтаціях сучасної молоді.

Результати (Results). Сучасну молодь відносять до покоління «Y» або у західній літературі ще називають поколінням «Millennials». Так, за теорією американських вчених Нейла Гоуві і Вільяма Штрауса (1991) «Millennials» або покоління «Y» – це вікова група людей, що народилися між 1980 і 2000 роками. На їх думку конфлікти поколінь зумовлені не різницею у віці, а відмінністю у цінностях. Дослідники приходять до висновку, що «на формування цінностей покоління Y вплинули певні фактори, а саме глобалізація та бурхливий розвиток інформаційних технологій, мобільного зв'язку, Інтернету, соціальних мереж тощо» [3].

Дослідження особливостей життєвих пріоритетів і проблем сучасної молоді в загаль-

носвітовому масштабі проводилося у 2017 році на замовлення компанії «Deloitte». В процесі дослідження опитано 8000 молодих людей (покоління «Y») із 30 країн світу. Опитувані – це молоді люди, які народилися після 1982 року і являють собою особливу групу цього покоління: ті, у кого є вища освіта і зайнятість у повний робочий день. Результати опитування покоління «Y» свідчать, що: а) 34% – очікують в найближчому майбутньому економічного покращення; б) в США, Індії, Колумбії, Китаї, Перу, Філіппінах та Індонезії більшість молодих людей переконані, що вони будуть щасливішими ніж їхні батьки, у той час як молодь Франції, Японії, Бельгії, Південної Кореї, Італії, Швейцарії розраховує на гірше життя; в) 56% молоді – турбують питання конфліктів, тероризму, політичної напруженості; г) 25% – стурбовані проблемами безробіття; д) 76% – вважають, що бізнес має значний позитивний вплив на соціальний розвиток; е) молоді люди переконані, що їх організації допомагають вирішувати ряд проблем у різних сферах, зокрема: освіти (31%), безробіття (27%), охорони здоров'я (21%), соціальної участі (17%), захисту навколишнього середовища (13%), продовольчої безпеки (13%), стабільності національних економік (11%), нерівності доходів (11%), корупції в бізнесі чи політиці (10%), захисті прав меншин (10%), злочинності (10%); є) екологія та кліматичні зміни входять до особистих пріоритетів молоді, а 59% переконані, що у них достатній рівень відповідальності за захист навколишнього середовища; ж) 77% відзначають, що займаються благодійністю або роблять «добрі справи».

Покоління «Y» радить наступному поколінню молоді «Z» наступне: а) *дізнайтеся якомога більше*: почніть свою кар'єру відкрито і будьте готові вчитися в інших; б) *багато працюйте*: робіть все можливе і не лінуйтеся; в) *будьте терплячі*: не поспішайте, ідіть крок за кроком; г) *будьте наполегливі*: будьте прихильні до успіху і наполегливі; д) *будьте гнучкими*: будьте відкриті і адаптуйтеся до змін, застосовуйте інновації.

Сьогоднішні молоді люди хочуть іншого стилю управління та корпоративної культури, аніж попередні покоління. Вони очікують швидкого прогресу, різноманітної та цікавої кар'єри та постійного зворотного зв'язку. Вони також хочуть відчувати, що їхня праця є цінною. Опитування свідчить, що покоління «Y» шукає роботодавців з такими ж як у них цінностями: сім з 10 вважають, що їх особисті цінності поділяються організаціями, в яких вони працюють.

У 2013 році Telefonica у партнерстві з Financial Times проводила опитування серед молодих людей віком від 18 до 30 років у 27 країнах. У процесі опитування встановлено, що економічні питання були найбільшою проблемою для молоді в Північній Америці, Європі та Азії. Тим часом на Близькому Сході та в Африці найбільш актуальним питанням є тероризм, а в Латинській Америці – соціальна нерівність. Дане опитування свідчить, що молоді люди твердо переконані – вивчення нових технологій забезпечить особистий успіх у майбутньому. Переважна більшість молоді (83%) вважають, що технології полегшують роботу.

З метою вивчення ставлення молодих європейців до Європи та європейських цінностей німецький фонд TUI доручив компанії YouGov провести опитування серед молодих людей, які живуть у Франції, Німеччині, Греції, Італії, Польщі, Іспанії та Великобританії. Дослідження було проведене з 16 лютого по 3 березня 2017 року, в ході якого було опитано 6 тисяч молодих людей у віці від 16 до 26 років. Основні результати опитування:

1. Понад три чверті (76%) респондентів вважають ЄС економічним альянсом, і лише 30% вважають це союзом країн із загальними культурними цінностями.

2. У цілому лише трохи більше половини (52%) молодих європейців вважають демократію найкращою формою правління. Найменше прихильників демократії серед молоді у Франції (42%), Італії (45%) та Польщі (42%). У Німеччині схвалення демократії як найкращої форми правління є вищим (62%), але найбільше молодих людей підтримує демократію у Греції – 66%.

3. Багато молодих людей, більше третини (38%), хочуть, щоб ЄС повернув владу національним урядам. Ця тенденція особливо виражена у Греції (60%) та Великобританії (44%). Молоді німці більше довіряють ЄС, ніж респонденти в інших країнах: лише 22% хочуть, щоб ЄС повернув більшу владу національним урядам.

4. Молодь має дуже різні оцінки сучасної економічної ситуації в країнах. Хоча загалом 29% молодих людей оцінюють свою поточну фінансову ситуацію як відносно непогану, 32% вважають її досить бідною. Найбільш негативно оцінюють своє економічне становище молоді люди в Іспанії, Франції та Греції, а найкраще молодь з Німеччини, Польщі та Велико-

британії. Лише чверть (26%) молодих європейців вважають, що їхнє покоління досягне рівня життя вище за рівень своїх батьків. Більше половини (52%) – очікує погіршення.

5. Кожен п'ятий молодий європеець (21%) виступає за відкликання своєї країни з ЄС (у Греції – 31% молоді висловлюються за вихід з ЄС, а у Німеччині та Іспанії – 12%).

У ході дослідження вважаємо за необхідне коротко зупинитися на аналізі ціннісних орієнтирів молоді в окремих країнах світу.

США є країною із різноманітним населенням за расовою приналежністю, культурними та релігійними переконаннями. Така різноманітність, на думку самих американців, привносить багато нових цінностей. Але серед цієї різноманітності є загальноприйняті цінності, що стосуються родини, країни, особистої відповідальності і етики, які об'єднують американців. У травні 2005 року опубліковано дослідження «Values of Americans. A Study of Ethics and Character» [10]. Дане опитування було проведено «Harris Interactive». Опитування свідчать, що більшість американців задоволені своїм життям та професійною діяльністю. Вони цінують близькі сімейні відносини, дружбу і віросповідання. Більшість молодих американців (96%), незалежно від віку та статі, вважають, що їх батьки мають найбільший вплив на формування у них цінностей. Такі ж переконання притаманні і українській молоді. Результати опитування свідчать, що 98% молодих людей, що проживають в Україні відзначають, що сім'я має на них найбільший вплив.

74% американської молоді вважають, що ключем до щастя людини є близькі сімейні відносини, а 71,7% української молоді визначають сімейне щастя як основну цінність. Вісімдесят три відсотки американців відзначають, що в разі необхідності будуть боротися за свою країну (87% – чоловіків, та 78% – жінок), у той же час коли 82,2% української молоді підтверджують готовність захищати незалежність і територіальну цілісність України.

Молоді американці у віці від 18 до 24 років, у порівнянні із дорослими, мають нижчий рівень сформованості ціннісних орієнтацій, наприклад: голосують на кожних виборах (24% молоді проти 37% дорослих), виявляють стурбованість дотриманням прав власності сусіда (19% проти 31%), утримують свою власність у чистоті і охайності (13% проти 25%), цікавляться інформацією про поточні події (10% проти 22%), надають фінансову підтримку церкві або релігійним організаціям (5% проти 17%), добровільно присвячуючи свій час громаді (9% проти 13%).

Молоді американці рідше засуджують протиправні або аморальні вчинки порівняно із дорослими, зокрема молодь рідше відзначає, що абсолютно невірно: вживати наркотики (85% проти 90%), неправдиво перебільшувати досвід роботи у трудовій книжці чи рівень світи (53% проти 74%), не віддавати надлишок здачі в магазині (58% проти 73%), курити марихуану (55% проти 62%), привласнювати на роботі канцелярські товари для особистого користування (40% проти 56%).

70 відсотків молодих американців відзначають, що вони проводять багато часу у своєму будинку або квартирі, значно менше часу (біля 20%) проводять на вулиці, у парках, розважальних центрах, басейнах тощо. А 11% молодих американців взагалі не люблять читати. Більшість молодих людей дивиться телевізор кожен день. У відсотковому співвідношенні кількість молодих людей, які дивляться телевізор у звичайний шкільний день наступна: 8 годин на день – 5%, 6-7 годин – 6%, 4-5 годин – 13%, 2-3 години – 27%, 2 і менше години – 36%. Тільки 6 відсотків молоді зазначають, що вони ніколи не дивляться телевізор у шкільний день. У позаурочний час молодь займається такими видами діяльності: спорт (67%), музика або танці (40%), мистецтво і ремесла (33%), хобі (шахи, моделювання – 26%), клуби за інтересами (24%), сільське господарство і садівництво (17%), періодика (9%), нічим не цікавляться – 9%.

82% молодих американців відчувають себе у безпеці в країні, 88% – в школі, за межами країни – 41%.

Частота відвідування релігійних служб молодими американцями: раз на тиждень – 45%, 2-3 рази на місяць – 13%, 1 раз на місяць – 7%, менше, ніж 1 раз на місяць – 14%, ніколи – 19%. Розподіл відповідей на питання «Як часто Ви відвідуєте храм (церкву, костел, мечеть, молитовний будинок, синагогу, кірху)?» [1, с. 12] серед української молоді наступний: кілька разів на рік – 29,5%; тільки на свята – 28,4%; раз на місяць – 8,6%; щотижня – 9,1%; 2-

4 рази на тиждень – 1,0%; не відвідую взагалі – 23,4%.

Для молодих американців найважливішим є: отримання освіти – 94%, збереження навколишнього середовища – 87%, економія грошей на майбутнє – 85%. Основними ж пріоритетами української молоді є «сімейне щастя (71,7%) та кар'єра (48,1%)». На третє та четверте місце у своїх вподобаннях молодь ставить можливість бути вільними і незалежними у своїх рішеннях та вчинках (38%) та мати можливість реалізувати свій талант, здібності (32,1%)» [1, с. 6].

91% молодих американців – пишаються тим, що живуть в США, у той час коли 78,5% української молоді відзначають, що пишаються тим, що є громадянами України.

Відсоток американської молоді віком 14-18 років, які зазначили, що протягом року вживали спиртні напої або наркотики наступний: вживали алкоголь – 45%, пили пиво – 31%, курили марихуану – 24%, вживали екстазі – 5%, вживали LSD або героїн – 4%.

Цікавим є порівняння способу життя і цінностей американської та канадської молоді. Відповідне дослідження було проведено Ipsosом Рейдом із 20 травня по 3 червня 2009 року з респондентами (віком 18-34 роки) як з США (1069 осіб), так і з Канади (1177). Результати дослідження свідчать, що для молоді США та Канади спільним є те, що вони оцінюють охорону здоров'я, освіту та зайнятість як найважливіші питання, які їх найбільше турбують. Разом з тим існують і відмінності у способі життя, використанні Інтернету та ЗМІ, ціннісному ставленні до освіти, праці, навколишнього середовища тощо. На запитання про час свого дозвілля, як американці, так і канадці мають чітке спорідненість до Інтернету та телебачення. Молоді люди обох країн повідомляють про майже однакову кількість часу, витраченого на Інтернет щотижня: американці повідомляють, що вони «активно підключаються до Інтернету» в середньому 28 годин на тиждень, а канадці повідомили, що з'єднуються на одну годину менше за той же час. Незважаючи на те, що молодь в обох країнах є важким споживачем мобільних пристроїв, в текстових повідомленнях спостерігається помітна культурна різниця. Американці надсилають та отримують в середньому 129,6 текстових повідомлень на тиждень, що майже вдвічі перевищує канадський показник на 78,7. Обидві групи користуються онлайновими соціальними мережами, проте Канадці тяжіють до Facebook (81% зареєстрували профіль, у порівнянні з лише 57% американців). У той час, коли американці більше використовують MySpace (54% у порівнянні з 23% у Канаді). Канадська молодь частіше у порівнянні із американською бере участь у різноманітних екологічних програмах (88% проти 72%) та регулярно користується громадським транспортом (33% проти 20%). Отже, молоді люди в обох країнах люблять спорт та Інтернет, проте американці люблять футбол, MySpace та текстові повідомлення, а канадців хокей, Facebook і лотерею.

Результати досліджень російських соціологів свідчать, що молоді люди в Росії найбільше цінують взаєморозуміння і хороші відносини в сім'ї. На другому місці розташовуються цінності матеріального благополуччя і комфорту. Замикає трійку вартостей – власне здоров'я і самопочуття. Ранжований ряд наступних найбільш важливих цінностей російської молоді такий: 4 – цікава робота та професійний розвиток; 5 – спілкування з друзями та знайомими; 6 – самореалізація та розвиток; 7 – кохання; 8 – кар'єра; 9 – свобода; 10 – творчість; 11 – суспільне визнання та популярність. Дослідниками встановлено, що орієнтація на матеріальні цінності посилюється із віком, а установки на глибокі міжособистісні відносини, як і прагнення до творчості та робота над собою втрачають свої позиції у шкалі цінностей. Російські соціологи звертають увагу на те, що «матеріальне благополуччя молоді люди визнають в якості одного з найбільш важливих своїх устремлень (2 місце), а цінність кар'єри і просування по службі привертає їх куди менше (8 місце). Це означає, що успішну реалізацію професійних навичок молодь не оцінює як дієвий інструмент досягнення своїх матеріальних очікувань. Комфорт і добробут розглядається практично в відриві від праці, тобто самі по собі, за принципом «мета виправдовує засоби». Немає розуміння взаємозв'язку праці і успішності, звідси і невисока потреба в своєму розвитку і реалізації творчих інтересів» [2].

Результати досліджень українських соціологів свідчать, що «для більшості молоді сьогодні насамперед є найважливішим здоров'я (55,8%), матеріальний добробут (53,8%) та досягнення поставленої мети (44,3%). У другу чергу, молодь найважливішим вважає для себе мир та спокій на українській землі (39,9%), досягнення соціального статусу/кар'єри (37,9%), наявність хороших і вірних друзів (35,2%), народження та виховання дітей (34,3%),

пошук коханої людини та створення сім'ї (32,3%). У третю чергу – отримання задоволень від життя (28,2%), пошук роботи за фахом (20,4%) та будь-якої роботи (19,3%), власне самовдосконалення (20%), здобуття вищої освіти (15,9%)» [1, с.7].

Висновки і перспективи (Discussion). У процесі дослідження встановлено, що питаннями вивчення ціннісних орієнтацій молоді цікавляться науковці у різних країнах світу. В останні роки проведено значну кількість соціологічних опитувань, з метою вивчення цінностей молодих людей, які проживають як в окремих країнах, так і на різних континентах. Результати проведено аналізу свідчать, що ціннісні орієнтації молоді мають як спільні, так і відмінні характеристики. Найбільш важливими спільними цінностями для молоді різних країн світу є сім'я, зайнятість, здоров'я, самореалізація, розвиток, свобода. Відмінності у ціннісних орієнтації сучасної молоді у першу чергу пов'язані із віковими, соціальними, культурними особливостями молоді різних країн. Цінності молоді мають динамічний характер і залежать в значній мірі й від розвитку суспільства. До початку 2014 року українська молодь не ставила в пріоритет таку цінність як мир, а в 2016 – вона стає однією із основних. У той же час екологічні цінності поки не є актуальними для української молоді, на відміну від молодих європейців та американців. Таким чином, існуючі проблеми у тому чи іншому суспільстві визначають й ціннісні пріоритети молоді. Сучасна молодь позитивно оцінює можливості самореалізації, матеріального забезпечення та покращення рівня життя у майбутньому.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні динаміки ціннісних орієнтацій молоді.

Список використаних джерел

1. Дмитрук Н. Цінності української молоді / Н. Дмитрук, Г. Падалка, С. Кіреєв, І.Мостова, О. Бікла, В. Шелепа. – К.: ПП«СКД», 2016. – 90 с.
2. Захаренко Н.А. Ценности молодежи: что должно насторожить / Н.А. Захаренко // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://rusrand.ru/analytics/cennosti-molodeji-cto-doljno-nastorozhit>
3. Лимарчук О. Світогляд, цінності та критерії вибору роботи покоління Y / О.Лимарчук. Електронний ресурс. – Режим доступу <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/expert/2016/hcas-generation-y-description.html>. – Назва з екрану.
4. Ніколаєнко С.М. Програма виховання студента: «Фахівець, громадянин, патріот» / С.М.Ніколаєнко, В.Д.Шинкарук, Д.М.Рудень, Р.В.Сопівник, І.В.Сопівник, Г.В.Петрів, А.О.Кушнір, В.В.Мойсєєв, О.П.Давидова. – К.: «Компринт», 2016. – 74 с.
5. Сопівник І. В. Ціннісний (аксіологічний) підхід у вихованні особистості / І. В. Сопівник // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія «Педагогіка, психологія, філософія». – 2016. Вип. 239 – С. 225-229.
6. Сопівник Р. В. Експериментальна робота з удосконалення виховної роботи зі студентською молоддю / Р. В. Сопівник, І. В. Сопівник // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія «Педагогіка, психологія, філософія». – 2010. Вип. 155, Ч.1. – С. 282–286.
7. Сопівник Р. В. Ціннісні орієнтири екзистенціалізму в контексті виховання особистості // Духовність особистості: методологія, теорія і практика: Збірних наукових праць. – 2015 - . Вип. 2 (65). – С. 164-173.
8. Шинкарук В.Д. Теорія та історія соціального виховання в зарубіжних країнах / навчальний посібник (для студентів напряму підготовки «Соціальна педагогіка») / В.Д. Шинкарук, Р.В. Сопівник, І.В. Сопівник. – К.: ЦП «Компринт», 2015. – 236с.
9. Шинкарук Л.В. Конструювання кластеру особистісних якостей бізнес лідера: зарубіжний і національний досвід / Л. В. Шинкарук // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія «Педагогіка. Психологія. Філософія». – К.: Міленіум, 2016. – Вип. 239. – С. 286-292.
10. Values of Americans. A Study of Ethics and Character (2005). // <https://www.scouting.org/filestore/marketing/pdf/02-849.pdf>

References

1. Dmytruk, N., Padalka, H., Kirieiev, S., Mostova, I., Bikla, O., Shelepa, V. (2016) Tsinnosti ukrainskoi molodi [The values of Ukrainian youth]. – K.: PP«SKD», 2016. – 90 s.
2. Zakharenko, N. A. Tsennosty molodezhy: chto dolzhno nastorozhyt [Youth values: what should alert]. Available at: <http://rusrand.ru/analytiks/cennosti-molodeji-chto-doljno-nastorojit>
3. Lymarchuk, O. Svitohliad, tsinnosti ta kryterii vyboru roboty pokolinnia Y [Worldview, Values and Y Generation Selection Criteria]. Available at: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/expert/2016/hcas-generation-y-description.html>.
4. Nikolaienko S.M., Shynkaruk V.D., Ruden D.M., Sopivnyk R.V., Sopivnyk I.V., Petriv H.V., Kushnir A.O., Moisieiev V.V., Davydova O.P. Prohrama vykhovannia studenta: «Fakhivets, hromadianyn, patriot» [Student education program «specialist, citizen, patriot»]. Kiev: «Kompynt», 74.
5. Sopivnyk, I. V. (2016) Tsinnisnyi (aksiolohichnyi) pidkhid u vykhovanni osobystosti [Valuable (axiological) approach in the education of the individual] Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy / Serii «Pedahohika, psykholohiia, filosofiiia», 239, 225-229.
6. Sopivnyk, R. V., Sopivnyk I. V. (2010) Eksperymentalna robota z udoskonalennia vykhovnoi roboty zi studentskoiu moloddu [Experimental work on improvement of educational work with students] Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy / Serii «Pedahohika, psykholohiia, filosofiiia», 155/1, 282–286.
7. Sopivnyk, R.V. (2015) Tsinnisni oriientyry ekzyshtentsializmu v konteksti vykhovannia osobystosti [Valuable orientations of existentialism in the context of the education of the person] Dukhovnist osobystosti: metodolohiia, teoriia i praktyka: Zbirnykh naukovykh prats, 2 (65), 164-173.
8. Shynkaruk, V.D., Sopivnyk, R.V., Sopivnyk, I.V. (2015) Teoriia ta istoriia sotsialnoho vykhovannia v zarubizhnykh krainakh [Theory and history of social education in foreign countries]. K.: TsP «Kompynt». 236.
9. Shynkaruk, L.V. (2016) Konstruiuvannia klasteru osobystisnykh yakosteï biznes lidera: zarubizhnyi i natsionalnyi dosvid [Designing a cluster of personal qualities of a business leader: foreign and national experience] NUBiP Ukrainy. Serii «Pedahohika. Psykholohiia. Filosofiiia». K.: Milenium, 239. S. 286-292.
10. Values of Americans. A Study of Ethics and Character (2005). Available at: <https://www.scouting.org/filestore/marketing/pdf/02-849.pdf>

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

И. В. Сопивнык

Аннотация. В статье осуществлен кросс-культурный анализ ценностей современной молодежи. Обобщены результаты опросов молодежи разных стран мира о том, что является для них самым важным в жизни. Выделены общие и отличительные признаки в ценностных ориентациях современной молодежи, проживающей в разных странах мира. Освещены особенности ценностной сферы молодежи, обусловленные спецификой стран, культурой народов, уровнем развития отдельных обществ, существующими общественными проблемами.

Ключевые слова: ценностные ориентации молодежи, ценности, аксиология, ценностная сфера личности, стоимости, современная молодежь, кросс-культурный анализ.

CROSS-CULTURAL ANALYSIS OF VALUABLE ORIENTATIONS OF MODERN YOUTH

I.V. Sopivnyk

Abstract. The article carried out a cross-cultural analysis of the values of modern youth. The results of surveys of young people from different countries of the world about what is most important for them in life are summarized. General and distinctive features in value orientations of modern youth living in different countries of the world are singled out. The peculiarities of the value

sphere of the youth, conditioned by the specifics of the countries, the culture of the peoples, the level of development of individual societies, and the existing social problems are highlighted.

Keywords: *value orientations of youth, values, axiology, value sphere of personality, values, modern youth, cross-cultural analysis.*

УДК 371.13 : 005.591.6

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВЧИТЕЛЯ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА

І. Б. СПІВАКОВА, директор

Кловський ліцей № 77 (м. Київ)

E-mail: klovski77@bigmir.net

Анотація. У статті обґрунтовано необхідність інноваційного розвитку вчителя в сучасних умовах трансформаційних змін суспільства, культури і освіти. Уточнено поняття феномена «інноваційний розвиток вчителя». Запропонована структурно - функціональна модель інноваційного розвитку вчителя, що включає в себе: концептуальну, змістовну, процесуальну, організаційну і оцінювальну, результативну характеристики.

Ключові слова: *інноваційний розвиток вчителя, професійна діяльність, модель інноваційного розвитку вчителя, організаційно-педагогічні умови інноваційного розвитку вчителя.*

Актуальність (Introduction). Особливу вагу в інноваційному розвитку суспільного життя, набуває освіта, шкільна зокрема, яка покликана забезпечити зміни адекватні мінливим викликам ХХІ століття. Основним агентом змін у цьому процесі є вчитель, оскільки тільки він здатний забезпечити оптимізацію та реформування сучасної школи. Така реальність вимагає від нього гнучкого реагування на індивідуальні та групові освітні потреби і запити, прийняття самостійних рішень, усвідомленого вибору способів інноваційної діяльності з широкого спектру виникаючих педагогічних альтернатив; служить ефективним засобом переходу від констатації існуючих проблем шкільної освіти до пошуку їх раціонального вирішення, що потребує постійного інноваційного розвитку його професійної діяльності. Саме *проблема інноваційного розвитку вчителя* постає як: міждисциплінарна практико-зорієнтована проблема, що вимагає системного дослідження з урахуванням комплексу гуманітарних знань про людину; феномен культури, в основі якого синтез професійної, особистісної та дослідницької складових особистості вчителя, який засвоює та розвиває інноваційну практику.

Це наштовхнуло нас на розгляд питання щодо змісту, структури, механізмів інноваційного розвитку вчителя в умовах реформування шкільної освіти як запоруки успішної реалізації стратегічних орієнтирів Концепції «Нова школа».

Мета (Purpose) полягає в з'ясуванні суті та механізмів інноваційного розвитку вчителя в роботі загальноосвітнього навчального закладу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications). В наукових доробках М. Г. Герасимова, С. Г. Гончаренка, Г. М. Добрава, В.І. Загвязинського, Б. М. Кедрова, Т. Куна, О. М. Новікова, В. О. Штофа інновація розглядається як головний ресурс розвитку сучасного інформаційного суспільства та освіти. Належне місце відведено психолого-педагогічним дослідженням проблем освітніх і педагогічних інновацій, інноваційного розвитку різних освітніх систем та педагогічних процесів у працях провідних учених І. Д. Беха, Н.М. Бібік, Л.М. Ващенко, С.У.Гончаренка, В.В. Давидова, Л.І. Даниленко, І.Г.Єрмакова, В.Р. Ільченка, В.Г. Кременя, С.М. Ніколаєнка, В.Ф.Паламарчук, О.Я. Савченко, М.Д. Ярмаченка. Їх класифікації здійснено у працях К.Ангеловські, О.Г. Козлової, Л.А. Машкіна, К.Роджерса, І.П. Підласого. Формуванню поняття інноваційної шкільної освіти присвячені роботи В.П. Безпалько, Л.М.Ващенко, Л.І.Даниленко, І.А. Зязюна, В.Г. Кременя, Д.І.Максименко, В.М.Поламарчук та інших. У них визначено теоретико-методологічні засади інноваційної шкільної освіти, наукові положення про її інноваційний розвиток, які дозволяють встановити закономірності змін, що відбуваються в системі шкільної освіти і мають безпосередній вплив на її якість. Сучасний стан, перспективи та проблеми