

Исследование мотивации современных студентов

Научный руководитель – Глазырина Лидия Геннадьевна

Лаврова Татьяна Андреевна

Студент (бакалавр)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград,
Россия

E-mail: tatstyle98@gmail.com

Современное общество характеризуется быстротой изменений, происходящих во всех сферах. Большие, не систематизированные информационные потоки в большей степени оказывают влияние на детей, подростков и молодежь, формируя у них интернет-зависимое поведение. Сегодняшние представители нового поколения (Поколения Z) выделяются на фоне своих сверстников прежних лет. Рожденные в период информационно-цифрового бума и эпохи Интернет, они не представляют мир без сотовых телефонов и персональных компьютеров, большую часть время предпочитают проводить дома, практически не имеют друзей, болезненно реагируют на моменты, когда кто-либо нарушает их личное пространство. Молодежь отказывается проявлять активность не только в какой-либо деятельности, но и в общении, как с взрослыми, так и со сверстниками, предпочитая либо оставаться в стороне, либо уходить в виртуальный мир, мир грез и фантазий, где они могут быть не просто успешными, но и быть героями, которых любят и уважают [1].

Понятие «Поколение Z» выходит из «Теории поколений», созданной американскими учеными Н. Хоув и В.Штраус, и адаптированной для России командой ученых под руководством Е. Шамис. С точки зрения сторонников «теории поколений», поколение - это группа людей, рожденных в определенный возрастной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, с похожими мотивами, ценностями, «управляющие» людьми. На сегодняшний момент в России можно встретить представителей семи поколений: Поколение GI (1900-1923 г.р.), Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.), Поколение Беби-Бумеров (1943-1963 г.р.), Поколение X (1963-1984 г.р.), Поколение Миллениум или Y (1984-1999 г.р.) и Поколение Z (с 2000 г. р) [4]. Сегодняшние студенты 1 курса вуза являются первыми представителями нового поколения - Поколения Z, выросшие под влиянием интернет-технологий, социальных сетей, а также под культивированием СМИ проблем терроризма, рецессии, угрозы заражения различными заболеваниями.

Согласно историко-культурной теории психического развития Л.С. Выготского социальная ситуация определяет качество и вектор развития личности, формирует ее направленность, ценности, которыми она будет руководствоваться в деятельности. Мотивация, структурный компонент деятельности, играет важную роль в жизни человека: это и смысловое ядро любого нашего действия, и динамичный процесс, связанный с формированием мотивов выбора профессии, и существенная характеристика самого субъекта деятельности.

В 2017-2018 учебном году нами было проведено исследование особенности мотивационной сферы студентов первого курса ФГБОУ ВО «ВГСПУ» общим количеством 57 человек. Основной акцент в исследовании был сделан на:

1) определение уровня интернет-зависимости (количества время, проводимого в сети Интернет, а также чему оно посвящено).

Анализ результатов исследования показал, что 32% испытуемых являются интернет-зависимыми и проводят в сети Интернет от 8 до 15 (26%) и более 15 часов (6%) в сутки, а 41% находятся на начальной стадии зависимости, проводя от 5 до 8 часов в сети Интернет. За последние два десятка лет компьютеры, сотовые телефоны, планшеты, а также Интернет и социальные сети кардинально изменили окружающий мир. С точки зрения В.Д. Нечаева и Е.Е. Дурневой о них вполне допустимо говорить в терминах Л.С. Выготского как о новых культурно-исторических орудиях, опосредующих нашу деятельность и наше общение. Авторы считают, что «наряду с привычной предметной и традиционной средой «реальных» социальных отношений, взаимодействуя и вплетаясь в нее, формируется параллельная «цифровая реальность», становясь все более значимым фактором нашей жизнедеятельности» [3]. Результат анкетирования показал, что первокурсники получили свой первый гаджет (мобильный телефон) в возрасте от 4 до 9 лет и не представляют себя без них. Гаджет и Интернет стали для них жизненно необходимыми. Благодаря им они узнают новости и осуществляют покупки, общаются и организуют свой досуг (чаще всего это либо просмотр видео, либо онлайн игры), учатся.

2) анализ особенностей мотивационной сферы респондентов (обоснования выбора будущей профессии и Вуза, смысла высшего образования для респондентов, направленности мотивации).

По мнению Ильина Е.П., мотивационная сфера проявляется в следующих характеристиках: 1) широта мотивов (чем больше разнообразных мотивов, тем более развита мотивационная сфера); 2) гибкость мотивации (использование разнообразных средств для достижения мотива); 3) иерархия мотивов (различие в частоте мотивационных образований) [2].

Результаты исследования ведущих мотивов получения высшего образования первых представителей Поколения Z оказались в чем-то схожи с представителями Поколения Y: желание получить «корочку», которая, по их мнению, является гарантом престижной профессии. При этом мотивы не выделяются ни широтой, ни гибкостью: 82% интернет-зависимых студентов называют от 1 до 3 мотивов получения выбранной профессии, образования и считают, что реализовать, достигнуть желаемого можно посредством гаджета и Интернета (например, дистанционно). С их точки зрения, «доступность информации в Интернете позволяет быстро найти необходимую информацию, достаточно знать путь, по которому ее можно найти в необходимый момент». Возможно, поэтому первокурсники негативно отзываются о лекциях и практических занятиях, где необходимо не только конспектировать, но и выражать свое понимание изучаемого материала как письменно, так и устно. Так, например, студенты испытывают ненатянутую обстановку когда в преподавании дисциплин: ограниченно используются современных технологий (63%), дается малый объем наглядной информации (49%). С их точки зрения, учебный процесс был бы легче, если не давалась сложная терминология, требующая работы со словарями, было бы меньше бумажной работы (письменных работ) (по 44%), общение между преподавателем и студентом сводилось бы к минимуму (35%).

Еще одной особенностью мотивации современных первокурсников является доминирующая направленность «на Дело», которому они посвящают больше всего времени. Реальной деятельностью, для реализации, которой необходимо осуществлять реальные действия они не готовы заниматься, в том числе и учебной. Характеризуя современное поколение, первокурсники пишут, что оно (поколение) «более ленивое и инертное, но лучше ориентирующееся в мире». Ни познание себя, ни другие их мало интересуют. Реальному общению они предпочитают виртуальное. Первокурсники в общении с разными людьми в социальных сетях считают себя главными и правыми во всем (49%). В отличие от прошлых поколений, они не сравнивают себя с другими, не способны на длительные дру-

жеские отношения: легко расстаются с людьми, если им некомфортно, тем самым считая, что проблемная (конфликтная) ситуация решена. Неумение общаться «в живую», слышать другого и быть услышанным, нести ответственность за свои слова и действия по отношению к другому, являются главной проблемой современных молодых людей. Как показывают данные нашего исследования, доминирующими потребностями первокурсников, принявших участие в исследовании, являются потребность в признании и уважении (68%) и потребность в безопасности (60%).

Обобщая все вышесказанное можно утверждать, что проблема мотивации нового поколения студентов (Поколения Z) остается на сегодняшний день одной из актуальных для педагогов профессиональных учебных заведений, требующей дальнейших исследований направленных не только на выявление основных проблем мотивационной сферы, но поиска путей их решения.

Источники и литература

- 1) Глазырина Л.Г., Шеркевич В.С. К вопросу о причинах хронической неуспешности современных подростков / Л.Г. Глазырина, В.С. Шеркевич // Азимут научных исследований: педагогика и психология. - 2017. - Т. 6. № 4(21). - С. 297-301.
- 2) Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. СПб, 2011. 512 с.
- 3) Нечаев В.Д., Дурнева Е.Е. Цифровое поколение: психолого-педагогическое исследование проблемы // Педагогика. 2016. №1. С. 36-45
- 4) Сапа А.В. Поколение Z - поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании. – 2014. Т. 2. С. 24-30