

«ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ» СТУДЕНТОВ: ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ И ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ

Лебедева С.Н.,

д.э.н., профессор, Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»

Эффективная инновационная деятельность кооперативных учреждений образования становится определяющим фактором их конкурентоспособности в современных условиях ужесточающейся конкуренции, вызванной постоянно изменяющимися факторами внешней и внутренней среды, а также мотивами поведения нового поколения потребителей образовательных услуг.

В последнее время часто говорят о потребителях, обращаясь к «теории поколений», разработанной учёными Н.Хоувом и У.Штраусом (N.Howe, W.Strauss) в 1991 г. В основе данной теории, возникшей на стыке нескольких наук (экономики, демографии, истории и др.), лежит понимание поколения как группы людей с похожими ценностями. Рождённые в определённый исторический период, в возрасте до 12–14 лет они испытали влияние одних и тех же общественных событий (политических, экономических, социальных и технологических) и особенностей семейного воспитания. Принадлежность к определённому поколению людей влияет на их глубинные (подсознательные) ценности, модели поведения, потребительские предпочтения, а также на способ восприятия информации.

Выдвинутая американскими исследователями теория поколений работает в каждой стране с поправкой на внутреннюю специфику определения классов и уровня доходов населения, но в целом ее можно принять как условно универсальную [8, стр. 115].

Теория поколений на постсоветском пространстве начала входить в научный обиход недавно. В настоящее время теория поколений успешно продвигается в России.

Для российской (во многом и для постсоветской) действительности теорию поколений адаптировали Е.Шамис и А.Антипов в 2003–2004 годах (проект RuGenerations, <https://rugenations.ru>). Согласно адаптированному варианту данной теории выделяют следующие поколения ныне живущих людей: Победители – 1900-1922 года рождения, Молчаливые – 1923-1942, Беби-бумеры – 1943-1962, X (икс) – 1963-1982, Миллениум или Y (игрек) – 1983-2002, Z (зет) – с 2003 года рождения (в разных источниках приводится несколько отличающаяся классификация поколений по годам рождения).

В XXI веке с развитием высоких технологий происходят большие перемены в сфере образования. Преподаватели отмечают, что традиционные методики и инструменты обучения не дают необходимых результатов. Сегодняшние студенты – это представители поколения Y, уже тотально вовлеченные в цифровые технологии, для которых традиционная модель обучения в учреждениях высшего образования уже является не вполне эффективной. На смену им идет кардинально новое поколение студентов (сейчас – это дошкольники и школьники, рожденные после 2000-х годов), проходящих социализацию в эпоху бурного развития информационных технологий, и условно называемых Поколением Z (синонимы – «цифровое поколение», «цифровые аборигены», Net Generation, Internet Generation, Digital Native, Поколение ЯЯЯ и др.).

Сфера обучения и образования наиболее чувствительны к разнице поколений, в том числе к переменам в алгоритмах работы с поколением Z. Особенное отношение к способам получения информации у поколения, следующего за «игреками», и смещение

коммуникации в цифровую среду диктуют свои правила как непосредственно в обучении, так и в маркетинговой стратегии компаний, работающих с поколением Z [3].

Принципиальное отличие «цифрового поколения» состоит в том, что технологии у него «в крови», дети обращаются с ними уже совсем на другом уровне, так как растут в эпоху смартфонов, высокого визуального разрешения, объёмного звучания, 3D и 4D графики, мобильных технологий, компьютерных игр, глобализации и постмодернизма. Они не помнят мир без интернета и социальных сетей. То, что предыдущие поколения называли «новыми технологиями» или «технологиями будущего», для поколения Z уже настоящее.

Особенность данного поколения – более образное мышление, более высокие требования к мотивированности, что требует при работе с обучающимися наличия более четких стимулов, определяющих конкретный результат за конкретную работу. Есть мнение, что именно представители данного поколения являются самыми технически подкованными, амбициозными, самостоятельными, предприимчивыми и целеустремленными индивидами.

У представителей поколения Z как раз сейчас формируются ценности. Ряд исследователей уже отмечают следующие характеристики, проблемы и особенности мышления нового поколения:

- дети чуть ли не с момента рождения на интуитивном уровне взаимодействуют с различной электроникой и общаются с внешним миром преимущественно через экраны мобильных телефонов, дисплеи компьютеров; являются активными потребителями высоких технологий и гаджетов;

- им трудно заводить друзей в реальном мире; виртуальное общение преобладает над личным; дети быстро вступают в онлайн-контакт, однако реальные дружеские связи для них затруднены;

- при виртуальном общении визуальный язык заменяет детям привычный для предыдущего поколения обычный текст;

- плохая восприимчивость к текстовым сообщениям и предпочтение визуальных геймифицированных сообщений;

- отводят видеоиграм важное место в своей жизни;

- каждый день дети и подростки успевают посмотреть множество экранов (используют одновременно до 5 экранов, предыдущее поколение – до 2-х), поэтому у них растёт скорость восприятия информации, однако они с трудом удерживают внимание на одном предмете дольше 8 секунд;

- для детей гораздо привычнее читать короткие новости, чем какую-нибудь статью; образ их мыслей отличается фрагментарностью, а суждения – поверхностностью («клиповое мышление»);

- у них нет «героев» и «авторитетов», есть только «кумиры» (как и у поколения «игрек»);

- авторитет родителей и преподавателей уменьшается в пользу всезнающего интернета, увеличивается психологическая дистанция между ребёнком и взрослым, а вместе с этим страдает процесс передачи опыта от взрослых к детям;

- почти всю информацию дети поколения Z получают из сети, что придаёт им уверенности в своих взглядах, которые далеко не всегда правильны;

- телефонным разговорам они предпочитают обмен SMS, электронным письмам – текстовые диалоги в реальном времени, ведению блогов – социальные сети.

- они обладают способностью к «многозадачности»: могут одновременно слушать mp3-музыку, общаться с друзьями в чате, бродить по Сети, редактировать фотографии, вдобавок делая все это во время учебы;

- их любимый предмет в школе – иностранные языки [2; 4; 6–9].

Естественно, вышеописанное характеризует общие тенденции. Однако данные особенности поколения будущих студентов уже сегодня следует учитывать в процессе разработки образовательных программ учреждений высшего образования; нуждаются в пересмотре формы довузовской и профориентационной работы с потенциальными абитуриентами, направления повышения квалификации и переподготовки профессорско-преподавательского состава.

С учетом психологических особенностей нового поколения будущих студентов потребуется адаптировать методики преподавания соответственно требованиям времени, видоизменять формат изложения материала, использовать технологии геймификации из индустрии компьютерных игр. Необходимо общаться с представителями «цифрового поколения» «на их языке», применяя интерактивные методы, ИТ-технологии.

Обладая рядом уникальных черт и особенностей, это поколение, безусловно, требует к себе иного, инновационного подхода [1, стр. 208].

Система непрерывного образования, предложенная в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации (БТЭУ), представляет собой разнообразие уровней и форм обучения. На пяти основных образовательных программах университета обучаются представители различных поколений – от пожилых людей в Институте третьего возраста до младших школьников и даже детей дошкольного возраста (изучение иностранных языков), применяются современные учебно-методические подходы к обучению и воспитанию.

С 2014 года университет уже имеет опыт работы с детьми «цифрового поколения» в рамках образовательной программы дополнительного образования детей и молодежи, которая реализуется в виде проекта «КоперЛинг» в формате лингвистического и бизнес-лагеря для школьников на время каникул. Данный проект получил I место в VII Международном чемпионате «Молодежь в предпринимательстве – 2015» за «Лучший образовательный проект». Кроме того, представители «цифрового поколения» активно вовлекаются в научно-исследовательскую деятельность университета. Так, впервые на XXXV международной научно-практической конференции для студентов и учащихся «Инновационный потенциал молодежи в современном мире», организованной в БТЭУ, участвовали школьники. Ежегодно проводится научный семинар «Путешествие в страну "Экономика"» со школьниками 5-11 классов, проходят «Университетские субботы».

При этом широко задействуются привычные для молодежи цифровые устройства – мультиторды, интерактивные поверхности, планшеты, проекторы; применяются игровые методы обучения и взаимодействия.

Современное, конкурентоспособное образовательное учреждение уже не может существовать без информационно-коммуникативных технологий. В этой связи дистанционное обучение является важным образовательным трендом. Первый опыт дистанционного обучения в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации был получен в 2009 году при организации курсов повышения квалификации для руководителей и специалистов потребительской кооперации.

В 2013-2014 годах проделана значительная работа по внедрению дистанционных технологий на основных образовательных программах. При университете создан специальный отдел дистанционных образовательных технологий и инноваций, запущен информационный сайт отдела; система дистанционного обучения развернута на веб-сервере и размещена на домене sdo.i-bteu.by, интенсивно развивается образовательный портал университета edu.i-bteu.by. Созданы специализированные кабинеты современных интерактивных средств обучения, онлайн-вебинаров; установлено оборудование для осуществления видеоконференцсвязи. Для удобства студентов организована уда-

ленная электронная площадка для дистанционного обучения студентов Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации на базе Гродненского торгового колледжа. Разработано более 65 электронных учебно-методических комплексов по программам высшего образования. Всё это позволяет не только проводить занятия в более интересной и мотивирующей обстановке, но и применять современные мультимедийные технологии обучения представителей «цифрового поколения» студентов.

Для тех студентов, кто до конца осознает правильность своего профессионального выбора и ориентируется на карьерный рост, университет предлагает обучение в магистратуре, практико-ориентированной и научной, и аспирантуре. С 2013 года БТЭУ первым среди учреждений высшего образования Гомельской области открыл подготовку в практико-ориентированной магистратуре по 12 специальностям экономического и управленческого профиля и до сих пор является лидером по предложению специальностей данного профиля в регионе. С 2015 года реализуется подготовка на английском языке по специальности магистратуры «Мировая экономика».

В БТЭУ действует более 50 международных договоров и соглашений о сотрудничестве со многими странами мира (Бельгии, Болгарии, Германии, Грузии, Испании, Италии, Казахстана, Китая, Молдовы, Польши, Португалии, России, Таджикистана, Украины, Франции, Чехии, Швеции и др.). Студентам предоставлена возможность начать международную карьеру и получить одновременно 2-3-4 диплома о высшем образовании: БТЭУ, европейских (Великобритания, Болгария) и российских университетов (с европейским приложением к диплому). Университет имеет огромный опыт обучения иностранных граждан.

Перед учащимися БТЭУ открываются неограниченные возможности студенческой жизни: спортивные и интеллектуальные соревнования, волонтерство и благотворительная деятельность, творчество, предпринимательство и др. Центр бизнес-образования БТЭУ дает возможность представить start-up проекты, реализовать свои бизнес-идеи, получить поддержку профессионалов – ведущих бизнесменов региона [5, стр. 11].

Имеющийся научно-образовательный потенциал и достигнутые результаты позволяют утверждать, что Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации развивается в соответствии с требованиями времени, нацелен на укрепление инновационной составляющей университетской деятельности и решение новых задач, поставленных «цифровым поколением» будущих студентов.

Литература

1. Абрамкина, М. О. Геймификация как инновационный метод управления поколением Z в современном менеджменте / М. О. Абрамкина // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2015. – № 9. – С. 203–209.

2. Вербицкий, А.А. Проблемы образования «цифрового поколения» / А.А. Вербицкий // Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса: проблемы, перспективы, технологии: сб. науч. трудов IV межд. науч.-практ. конф., 22–23 окт. 2015 г., г. Орел. – Орловский гос. университет им. И.С. Тургенева. – 224 с.

3. Как построить коммуникацию с поколением Z? // IPR Belarus [Электронный ресурс] – 26.04.2016. – Режим доступа: <http://ipr.by/pr-news/kak-postroit-kommunikaciu-s-pokoleniem-z/>. – Дата доступа: 02.05.2016.

4. Конюхова, К. Загадка поколения Z / Ксения Конюхова // КР.ВУ. Комсомольская правда в Беларуси [Электронный ресурс]. – 24.07.2014. – Режим доступа: <http://www.kp.by/daily/26260.4/3138547/>. – Дата доступа: 02.05.2016.

5. Лебедева, С. Н. Актуальные вопросы развития кооперативного образования Республики Беларусь в контексте современных принципов кооперации / С. Н. Лебедева // Актуальные проблемы развития экономики и образования: сб. матер. III межд. науч.-практ. конф., 19–20 июня 2015 г., г. Душанбе; под общ. ред. Шарипова М. М., Раджабова Р. К. – Душанбе: «Ирфон», 2015. – 596 с.

6. Макарова, Т.А. Содержание образования для поколения «Z»: каким ему быть? / Т. А. Макарова // Ценности и смыслы. – 2015. – № 3 (37). – С. 116–120.

7. Мирошкина, М. Р. X, Y, Z. Теория поколений. Новая система координат / М. Р. Мирошкина // Вопросы воспитания. – 2014. – № 2. – С.50–57.

8. Рублёва, Е.В. Конфликт поколений в образовании XXI века: победит сильнейший? / Е.В. Рублёва // Вестник ЦМО МГУ. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. – 2015. – № 3. – С. 113–121.

9. Шурбе, В. З. Поколение хай-тек и «новый конфликт» поколений? / В. З. Шурбе // Социологические исследования. – 2013. – № 4. – С. 100–106.