

### ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННЫМИ РОССИЙСКИМИ СТУДЕНТАМИ

Карпушкина Г.И.<sup>1</sup>, Ляпина И.Ю.<sup>1</sup>, Дьяконова К.С.<sup>2</sup>,  
Соколов Р.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> филиал МЭИ в г. Волжском, Волжский, Россия;  
<sup>2</sup> ВПИ (филиал) ВолгГТУ, Волжский, Россия

В условиях интенсивно развивающегося информационного общества в современной России постоянно увеличиваются источники и каналы получения информации, происходит перераспределении аудитории между их различными видами, постоянно растет количество информации и совершенствуются способы ее подачи.

В последние годы в России наблюдаются существенные изменения в медиапотреблении различных поколений россиян, что не только формирует различные взгляды и установки на получаемую информацию о происходящих событиях, но и создает различную картину мира у представителей разных возрастов.

Существуя в одном территориально-временном пространстве, представители различных поколений оказываются вовлечены в несвязанные между собой информационные потоки с различными приоритетами подачи и интерпретации информации, что формирует у каждого из них свои особенности восприятия и мышления. Все это усиливает известный «конфликт поколений», который получил новое трактование в Теории поколений, предложенной американскими учеными Вильямом Штраусом и Нейлом Хоувом в 1991 году.

Указанная тенденция находит свое подтверждение в исследовании, проведенном ВЦИОМ в октябре 2013 г. [1], а также в исследованиях, проводимых в г. Волжском [2,3].

Изучая «конфликт поколений», авторы Теории поколений пришли к выводу, что данный конфликт не связан с возрастными противоречиями, а вызван различием ценностей. На формирование ценностей каждого поколения влияют одновременно несколько факторов – политические, экономические, социальные, технологические, культурные, национальные. Значение имеет и модель воспитания в семье, и социально-политическая ситуация, которая сопровождает процесс социализации молодого человека до возраста 12 - 14 лет, когда и формируется собственная система ценностей.

К российской действительности данную теорию в начале XXI века адаптировали ученые-практики: Евгения Шамис, Алексей Антипов, Евгений Никонов и др. Согласно их выводам, сейчас в России живут и работают представители следующих 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 (1984-2000 г.р.), Поколение Z (с 2000 г.р.) В настоящий момент самым активным и многочисленным является Поколение X, а самым малочисленным и уходящим – Поколение GI; самым молодым поколением, которое будет формироваться до 2023 года, является Поколение Z. Соотношение поколений россиян представлено в таблице 1 [1].

Таблица 1

		1991	2013
1900-1923	Поколение GI (Поколение Победителей)	4 %	-
1923-1943	Молчаливое поколение	32 %	8 %
1943-1963	Поколение Беби-бумеров	44 %	32 %
1963-1983	Поколение X	19 %	36 %
1983-2003	Поколение Y	-	24%

\* Поскольку Поколение Z только формируется, оно не представлено в таблице.

Современное поколение студентов – представители Поколения Y. Ценности данного поколения формировались под влиянием таких событий, как: распад СССР, военные конфликты и теракты, массовые эпидемии, развитие цифровых технологий и информационного общества, рост потребления и продуктового изобилие, стремительное проникновение цифровой техники в повседневную жизнь.

В системе ценностей Поколения Y присутствуют такие ценности как: оптимизм, уверенность, немедленное вознаграждение, изменения, достижения, хорошее знание техники, быстрое обучение всему; и вместе с тем: наивность и пассивность, а также гражданский долг и мораль.

Отличительной чертой данного поколения является практически неограниченная свобода мышления и действий, их сознание не сковано никакими ограничениями.

Поколение Y легко воспринимает все новое и стремится получить результат здесь и сейчас. Игреки никогда не станут заниматься тем, что им не интересно, моментально и безоговорочно бросают ту деятельность, которая для них пуста и рутинна. Они нацелены на результат, на свои силы и редко прибегают к помощи других поколений, авторитет которых для них малозначителен. Старшие поколения уже не

являются важнейшими носителями информации, они утратили свою роль единственных источников знаний и опыта. Для новых поколений главными, подчас, единственными, источниками информации становятся Интернет и телевидение.

Таким образом, у поколения современных студентов сформировались иные способы получения, восприятия и усвоения информации, а также способы мышления и понимания, чем у предшествующих поколений, что и является одной из основных причин тех проблем, с которыми сталкивается сегодня система высшего образования.

Проблема заключается и в том, что Игреки не способны воспринимать большие объемы информации (академическая лекция), подаваемой без визуализации. Им не будут интересны длинные пространственные рассуждения и речи, от которых они быстро устают.

Восприятие современных студентов нацелено именно на яркий зрительный образ, именно так они привыкли и настроены воспринимать информацию.

Психологи отмечают «клиповое мышление» у современных студентов, когда информация подается фрагментарно, в сжатой, лаконичной, но в тоже время яркой и захватывающей форме. Таким образом, условием успешного восприятия лекционной инфор-

мации становится, на наш взгляд, ее легкость для восприятия, доступность, простота и наглядность.

Сегодня в России академические традиции вузов, жесткие требования, необходимость конспектирования и длительного «сидения на лекциях», интенсивность занятий, записывание и заучивание огромного количества новых понятий, таблиц, классификаций и схем, оказались серьезным препятствием для успешного обучения Поколения Y.

Частым явлением становится отказ от продолжения обучения во время первой сессии, что объясняется, на наш взгляд, характеристиками поколения. Для Игреков любые трудности тяжело переносятся, важен немедленный результат и резкий отказ от деятельности, которая не приносит удовольствия и угрожает самооценке.

Сложность создает и система мышления и восприятия большинства преподавателей, которая формировалась в другое время и при других условиях, а поэтому кардинально отличается от системы мышления и восприятия современных студентов.

Все вышеизложенное во многом объясняет те трудности, с которыми сталкиваются все участники образовательного процесса российского высшего образования - и педагоги, и студенты.

На наш взгляд, есть несколько направлений выхода из данной ситуации.

Прежде всего, необходимо признать тот факт, что механизмы восприятия и мышления новых поколений студентов не совпадают с имеющимися технологиями преподавания в высшей школе.

В интересах повышения качества подготовки студентов необходимо применение новых информационных технологий в образовательном процессе, что требует, на наш взгляд, серьезной переподготовки кадров высшей школы.

Ориентируясь на особенности нынешних студентов, необходимо включать в обучение интерактивные методы – проблемные лекции, лекции- дискуссии, лекции-презентации. Активнее использовать кейс-метод.

Не менее важна корректировка психологии общения преподавателя со студентом с позиции авторитетного доминирования в общении на позицию сотрудничества и взаимодействия.

В условиях постоянно меняющегося информационного пространства современного российского общества высшее образование в нашей стране должно постоянно совершенствоваться, искать новые методы и способы преподавания, не теряя при этом фундаментальность и содержательность образовательного процесса. В противном случае, без инноваций и новых технологий, высшая школа не справится со своей основной задачей – подготовкой специалистов для новой высокотехнологичной России.

#### Список литературы

1. ВЦИОМ. Медиапотребление онлайн и офлайн: поколенческие сдвиги. Доклады конференций. 14.09.2013// [http://wciom.ru/reports-conferences/media\\_consumption](http://wciom.ru/reports-conferences/media_consumption). (дата обращения: 20.01.2014).
2. И.Ю. Ляпина, Е. А. Приходько, Р.В. Соколов Гражданское общество в восприятии различных поколений россиян (анализ результатов социологического исследования в г. Волжском). // Молодой ученый.-2012.-№ 5 (40) С. 360-365.
3. С.О.Лебедева, И.Ю. Ляпина, Р.В.Соколов Основные характеристики избирателей парламентских партий современной России. // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики.-2013.- № 4. ч. 2.- с. 100-103.
4. Исаева Е.Р. Новое поколение студентов: психологические особенности, учебная мотивация и трудности в процесс обучения перво-

го курса [Электронный ресурс]// Медицинская психология в России: электр. науч. журн.-2012.-№ 4 (15).- URL: <http://medpsy.ru> (дата обращения: 10.12.2013).

5. Наталья Соколова Поколение Игрек. Информационно-аналитический портал Профиль. PROFILE.RU// [www.profile.ru/items\\_30843](http://www.profile.ru/items_30843) (дата обращения: 10.12.2013).

#### ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Лошкарева И.Э.

*Самарский государственный экономический университет,  
Самара, Россия*

Социальная отчетность в широком понимании – это нефинансовая отчетность фирм, включающая информацию о проводимых экономическим субъектом социальных программах, направленных на поддержку социально незащищенных слоев населения, мероприятиях, проводимых в рамках повышения экологической безопасности, а также помощь социально-ориентированным организациям и прочую благотворительную деятельность. Социальная отчетность – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров, клиентов и других пользователей о мерах исполнения социальной ответственности. Данный документ отражает, как и какими темпами организация способствует укреплению экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности.

Объектом исследования статьи является социальная отчетность организаций Самарской области; цель – раскрыть сущность социальной отчетности, выявить проблемы ее составления, а также рассмотреть перспективы развития социальной ответственности экономических субъектов Самарской области.

Современный подход к составлению отчетности, основанный на российских стандартах бухгалтерского учета, не содержит достаточно четких правил формирования социально-экологических показателей, кроме того, отсутствует регламентированная форма данного вида отчетности. Добровольность предоставления отчета о социальной ответственности бизнеса также препятствует обязанности отвечать за исполнение взятых на себя обязательств и соблюдение принципов и форм участия в социально-экономическом развитии региона. Таким образом, далеко не все организации готовы нести финансовые и трудовые затраты, связанные с предоставлением социальной отчетности, показывая свою вовлеченность в социальные аспекты жизни общества. Выделим основные отличительные черты фирм, у которых имеется потенциальная возможность предоставлять рассматриваемые виды отчетов:

- 1) крупный масштаб предприятия;
- 2) устойчивое финансовое положение;
- 3) стремление к саморазвитию (т.н. саморазвивающиеся организации);
- 4) понимание значимости социальной ответственности бизнеса;
- 5) инновационность технологий, используемых в процессе производства в области минимизации негативного воздействия на окружающую среду.

Рассмотрим учтенные в Статистическом регистре организации, их филиалы и другие обособленных подразделения по видам экономической деятельности Самарской области по состоянию на 1 апреля 2013 года (таблица 1).