

УДК 070, 659, 37.013

DOI: 10.57015/issn1998-5320.2023.17.3.12

Научная статья

Е. С. Радионцева<sup>1</sup>

✉ rakaty@yandex.ru

<sup>1</sup>Омский государственный технический университет, г. Омск, Российская Федерация

## Поколение Z: эмоциональное вовлечение в процесс обучения

**Аннотация:** Статья посвящена проблеме формирования модели обучения для студентов поколения Z, чья профессиональная деятельность будет связана с медиатехнологиями и медиакоммуникациями. Развитие интернет-платформ и технологий, постепенное внедрение концепции web 3.0 побуждает к совершенствованию профессиональных навыков: сегодня преподавателю необходимо искать не только новые способы интерактивного взаимодействия с аудиторией, но и внедрять новые инструменты обучения, совершенствовать и модернизировать образовательную траекторию дисциплин. В исследовании предложена и апробирована методика образовательного процесса, направленного на формирование интереса к дисциплинам гуманитарного медийного характера. Эксперимент носил двухступенчатый характер: на первом этапе прошел опрос, задача которого – выявить, осознают ли студенты свои ожидания от процесса обучения; на втором этапе была опробована образовательная модель с новыми образовательными компонентами, направленными на тесную связь с практической отраслью и углубление профессиональных знаний. Эксперимент показал, что эмоциональное вовлечение в освоение предмета позволяет повысить мотивированность студентов и их заинтересованность в знаниях. Итогом эксперимента стала разработка новой образовательной модели, основанной на интерактивных формах обучения и сближении образовательного процесса с практической деятельностью.

**Ключевые слова:** медиатехнологии, поколение Z, образовательный процесс.

**Дата поступления статьи:** 17 февраля 2022 г.

**Для цитирования:** Радионцева Е. С. (2023) Поколение Z: эмоциональное вовлечение в процесс обучения. Наука о человеке: гуманитарные исследования, том 17, № 3, с. 114–121. DOI: 10.57015/issn1998-5320.2023.17.3.12.

Scientific article

Е. S. Radiontseva<sup>1</sup>

✉ rakaty@yandex.ru

<sup>1</sup>Omsk State Technical University, Omsk, Russian Federation

## Generation Z: emotional involvement in the learning process

**Abstract:** The article is devoted to the problem of forming a learning model for generation Z students whose professional activities will be related to media technologies and media communications. The development of Internet platforms and technologies, the gradual introduction of the web 3.0 concept encourages the improvement of professional skills: today the teacher needs to look not only for new ways of interactive communication with the audience, but also to introduce new learning tools, improve and modernize the educational trajectory of disciplines. The study proposes and tests the methodology of the educational process aimed at generating interest in the disciplines of the humanities of a media nature. The experiment was of a two-stage nature: at the first stage, a survey was conducted, its task was to identify whether students were aware of their expectations from the learning process; at the second stage, an educational model was tested with new educational components aimed at close communication with the practical industry and deepening professional knowledge. The experiment showed that emotional involvement in the development of the subject makes it possible to increase the motivation of students and their interest in knowledge. The result of the experiment was the development of a new educational model based on interactive forms of learning and the convergence of the educational process with practical activities.

**Keywords:** media technologies, generation Z, educational process.

**Paper submitted:** February 17, 2022.

**For citation:** Radiontseva E. S. (2023) Generation Z: emotional involvement in the learning process. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, vol. 17, no. 3, pp. 114–121. DOI: 10.57015/issn1998-5320.2023.17.3.12.

© Е. С. Радионцева, 2023

## **Введение**

Изменение медиапространства, обусловленное в том числе постепенным переходом на web 3.0, требует новых подходов к процессу профессиональной подготовки специалистов – особенно тех, чья деятельность связана с медийной сферой: журналистов, специалистов по связям с общественностью, креаторов, маркетологов, рекламистов и пр. Безустанное развитие платформ и технологий побуждает к совершенствованию профессиональных навыков: преподавателю необходимо искать не только новые способы интерактивного взаимодействия с аудиторией, но и внедрять новые инструменты обучения, совершенствовать и модернизировать образовательный контент дисциплин. Активное использование Интернета и инструментов, которые он предлагает, в профессиональной деятельности – это вызов педагогическому сообществу, осложненный работой с поколением Z. В том, какие ожидания существуют у ребят этого возраста от обучения в системе высшего образования, на что направлен их «профессиональный» интерес, – предмет нашего исследования.

Коммуникативные навыки студентов постоянно трансформируются под воздействием цифровых технологий, что требует выработки новых педагогических подходов (Шматко, Савченко, 2016; Самсонова, 2017; Акимова, Щербин, 2018). «Эта проблема особенно актуальна для подготовки специалистов “Реклама и связи с общественностью”», – замечают М. В. Шматко, О. Н. Ткаченко, Н. А. Анашкина (Шматко, Ткаченко, Анашкина, 2020).

Цель исследования – выявить формы и методики обучения, которые позволяют максимально эффективно раскрыть потенциал поколения Z, создать условия для формирования интереса к дисциплине, связанной с обучением медиатехнологиям.

Система обучения студентов поколения Z в высшей школе – предмет пристального научного интереса. Значительная часть исследовательских трудов посвящена осмыслению проблемы и выработке общих рекомендаций по поводу того, как эффективно работать со студентами. Как правило, в таких текстах материал рассматривается без привязки к конкретному направлению подготовки и не учитывает специфику преподаваемых дисциплин. Исследователи выявляют ценности поколения Z, осмысливают психологические особенности личности, предлагают варианты для успешного взаимодействия со студентами.

Так, Дж. Махеш, А. К. Бхат и Р. Суреш представили результаты своего исследования в статье «Являются ли ценности поколения Z новым разрушительным фактором для образовательных учреждений будущего?» (Mahesh, Bhat, Suresh, 2021). Суть эксперимента заключалась в следующем: ученые отобрали наиболее талантливых, на их взгляд, ребят из известного технологического университета, которые свободно могли сформулировать свои ожидания, надежды и страхи, связанные с процессом обучения и постижением выбранной специальности, выявили и сформулировали матрицу ценностей современного молодого поколения. Ученые предложили модель обучения, базирующуюся на четырех главных ценностях поколения Z. В ее основе – сочетание инструментальной основы (карьера + увлечения) с конечным жизненным результатом (успех + счастье). Эта концепция представляется важной и значимой, поскольку опирается на общефилософские ценности личности и предопределяет жизненный успех человека. Именно она ляжет в основу и нашей методологии обучения, связанной с разработкой методики образования в сфере PR-деятельности.

В научных текстах, осмысляющих специфику поколения Z, большой пласт материала связан с инструментами электронного образования. Особенно актуально это направление для публикаций последнего года – распространение коронавирусной инфекции стало настоящим вызовом для сферы образования, на которую исследователи откликнулись довольно охотно, предлагая всевозможные способы и инструменты для развития дистанционных форм обучения. Именно об этом говорит в своей статье В. Ярных, подчеркивая, что современный мир – это мир медиа, который необходимо осваивать и поколению Z, и поколению Y. В своей статье автор заявляет, что обучение современным цифровым технологиям позволит в дальнейшем коммерческим компаниям выйти на новый уровень (Yarnykh, 2021).

О том, какие технологии Интернета влияют на получение знаний поколением Z и какие формы получения предпочитает это поколение, рассказывают в своей статье А. Джимкович, Б. Милович, М. Дабих, К. Джеданасан и Дж. С. Кунди (Szymkowiak et al., 2021). Результаты их исследования показали, что респонденты более склонны к обучению через мобильные приложения и видео-контент, нежели через традиционные формы.

Вопрос об обучении поколения Z поднимается и в статье Марианны К. Сабо, Орсоля Барталя, Балинт Нади (Szabó, Bartal, Nagy, 2021). В публикации прямо сформулирована проблема: в эпоху цифровой трансформации возникают вопросы о том, подходят ли методы обучения, используемые в высшем образовании, для студентов поколения Z, делают ли они их более внимательными и мотивированными? Авторы отмечают, что новейшие методики, такие как проектный метод, электронное обучение, геймификация и т. п., доступны в высшем образовании, однако вопрос в том, в какой степени педагоги применяют эти методы в образовательном процессе. Новые методики не только повышают мотивацию обучающихся, но и укрепляют их теми навыками, которые необходимы им для достижения успеха в трудовой сфере.

Эту позицию разделяют многие исследователи: Е. Ф. Зеер, Н. Г. Церковникова, В. С. Третьякова (Zeer, Tserkovnikova, Tretyakova, 2021), В. Шурыгин, Н. Саенко, А. Зекий, Е. Клочко, М. Кулапов (Shurygin et al., 2021), М. Эрнандес-де-Менендес, К. А. Эскобар Диас, Р. Моралес-Менендес (Hernandez-de-Menendez, Escobar Díaz, Morales-Menendez, 2020).

Безусловно, не все исследователи подходят к проблеме системно и комплексно. Многие фокусируют внимание на частных аспектах вопроса. Так, Х. Нордин, Д. Сингх, З. Мансор в статье «Дизайн интерфейса для электронного обучения: исследование характеристик дизайна цветочных и графических элементов для поколения Z» (Nordin, Singh, Mansor, 2021) говорят о том, что большинство студентов высших учебных заведений поколения Z всегда зависели от электронного обучения. И поэтому высшие учебные заведения должны предоставить привлекательную платформу для их электронного обучения. Дизайн интерфейса электронного обучения следует часто пересматривать, чтобы упростить взаимодействие между учащимися и системой электронного обучения. Это связано с тем, что дизайн интерфейса, отвечающий предпочтениям и ожиданиям учащихся поколения Z, может стимулировать их участие в электронном обучении. Дизайн интерфейса оказывается частью проблемы, которая способствует провалу электронного обучения. Недостаток внимания к предпочтениям студентов поколения Z в отношении дизайна интерфейса электронного обучения является фактором, который приводит к этим причинам. Исследование было сосредоточено на определении характеристик дизайна цветочных и графических элементов электронного обучения на основе восприятия учащихся поколения Z.

Другой пример частного подхода к обучению поколения Z прослеживается в статье Дж. Флом, К. Грин, С. Уоллеса «Обманывать или не обманывать? Исследование этического поведения поколения Z» (Flom, Green, Wallace, 2021). Проблема исследования – в этической сфере. В этом исследовании, основанном на теории запланированного поведения и теории сдерживания, анализируются факторы, на которые могут влиять преподаватели, дабы не воспитывать в молодом поколении мошенников, запрограммированных на обман в обучении, в частности, контроль за выполнением заданий для предотвращения мошенничества и типы данных заданий. Учащиеся поколения Z указали, что их восприятие того, как преподаватели используют контроль над заданиями, повлияло на намерение списывать. Это исследование имеет важные последствия для тех, кто занимается минимизацией возможностей мошенничества.

Совершенно иной пример прикладного исследования представлен в работе М. Дж. К. ДиМаттио и С. С. Худачек «Обучение поколения Z: психосоциальные аспекты среды клинического обучения, которые предсказывают удовлетворенность учащихся» (DiMattio, Hudacek, 2020). Объект исследования – студенты-медсестры поколения Z. Авторы выявили критерии, которые повышают удовлетворенность работой у этой категории молодых людей. Исследование было направлено на определение психосоциальных аспектов среды клинического обучения, которые лучше всего предсказывают удовлетворенность студентов-медсестер поколения Z в медико-хирургической

практике. Результаты согласуются с данными литературы об учащемся поколении Z и показывают, что их удовлетворенность повышается, когда они могут принимать решения, работать в своем собственном темпе и получать указания, обратную связь и поддержку.

Другой пример исследования прикладного характера – в материале Е. С. Радионцевой «Новая образовательная траектория – прогулки по виртуальной реальности» (Радионцева, 2021). Автор рассматривает вопрос о новой методике образовательного процесса, связанный с внедрением в учебные курсы интерактивной формы обучения – виртуального музея, полагая, что виртуальный музей – это не только альтернатива традиционной форме обучения, но и возможность для организации самостоятельной работы студентов.

Как видим, исследования, связанные со спецификой обучения поколения Z, разноплановые. В качестве предмета осмысления часто приходится видеть конкретные инструменты обучения. О них, как правило, говорится в общем и целом, с указанием достоинств и перспектив. К сожалению, актуальные исследования, связанные с обучением поколения Z мультимедийным технологиям в какой-либо конкретной сфере деятельности крайне редки. Все существующие исследования посвящены перечню инструментов, значимых для текущего момента, направленных на освоение дистанционных технологий. Особую актуальность этот вопрос представляет в связи с блоком дисциплин гуманитарного характера, чей предмет осмысления тесно связан с развитием техники и IT-технологий. Здесь, помимо базовых знаний, зафиксированных в учебниках, учебно-методических пособиях, преподавателю необходимо внедрять инновационные компоненты, обусловленные развитием и совершенствованием конкретного IT-/медийного продукта или IT-/медийного проекта, о котором необходимо представить студенту полную и исчерпывающую информацию. Как внедрить этот компонент в образовательный процесс? Что необходимо сделать, чтобы повысить качество образовательного процесса? Что предпринять, чтобы не только удовлетворить образовательные потребности поколения Z, но и сформировать те ценности, о которых говорилось выше?

Напомним, что в образовании сложились и укрепились несколько форм взаимодействия преподавателя и студента. Пассивная форма сводится к взаимодействию, когда преподаватель является основным действующим лицом и управляет ходом занятия, а студенты – пассивное звено в восприятии материала. Активный формат ориентируется на демократический стиль и предполагает взаимный обмен информацией. Между активными и интерактивными формами иногда ставится знак равенства, однако, несмотря на общность, они имеют различия. Интерактивную форму можно рассматривать как наиболее современную форму активных методов взаимодействия. Интерактивные формы обучения ориентированы на более широкое взаимодействие студентов не только с преподавателем, но и друг с другом, на доминирование активности студентов в процессе обучения. Место преподавателя на интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности студентов на достижение целей занятия. Это диалоговое обучение, в ходе которого осуществляется взаимодействие между студентом и преподавателем, между самими студентами. Основные формы активных и интерактивных занятий сводятся к следующим: активные и интерактивные лекции; разбор конкретных ситуаций; деловые и ролевые игры; тренинги; компьютерные симуляции; круглый стол (дискуссия, дебаты); мозговой штурм (брейнсторм, мозговая атака).

### **Методы**

Цель эмпирического исследования заключается в формировании модели курса дисциплины медиакоммуникативных направлений, нацеленной на изучение цифровых технологий. В исследовании мы опирались на работы Б. Х. Кривицкого, Е. С. Полат, С. А. Христочевского, в которых студент определяется как участник образовательного процесса, способный управлять им через цифровые технологии для повышения уровня сформированности своих компетенций (Кривицкий, 2007; Полат, 2000; Христочевский, 2000). Ценным источником материала стали работы

психологов Л. С. Выготского и А. А. Леонтьева, которые определили основу для включения интерактивных форм обучения в образовательный процесс (Выготский, 2005; Леонтьев, 2001).

Какие ценности – профессиональные и личностные – находят отклик у студентов поколения Z? На какие инициативы и формы подачи знаний они откликаются легко и непринужденно? Ответы на эти вопросы удалось получить в ходе эксперимента, который проходил в два этапа. Констатирующий эксперимент был связан с опросом студентов. Обучающимся 2 и 3 курсов (всего 15 человек) направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» было предложено самостоятельно сформулировать варианты интерактивных форм взаимодействия, которые бы позволили подчеркнуть/сформировать их интерес к будущей профессии. Студентам были предложены открытые вопросы, направленные на выявление форм и методов обучения, актуальных для них.

Вопрос: «Какие формы обучения Вам были бы интересны?». Ответы: 87 % опрошенных заявили, что им интересны экскурсии на предприятия, посещение PR-подразделений организаций, мастер-классы – словом, живое общение с профессионалами отрасли.

Вопрос: «Что бы Вы хотели добавить в процесс обучения?». Ответы: эти же 87 % респондентов сказали, что хотели бы добавить творческих аспектов и креативности. Осмысление форматов, предложенных студентами, позволяет сказать, что все они заинтересованы в получении в процессе образования, прежде всего, положительных эмоций, связанных с радостью, счастьем, успехом.

Вопрос: «Предложите формы мотивации, которые позволят сформировать интерес к профессии». Ответ: 100 % студентов перечислили разные формы поощрения: от поездок на базу отдыха до сувенирной продукции. Все ребята под поощрением подразумевают наличие материальных аспектов, эмоциональная составляющая в чистом виде не была зафиксирована.

В целом опрос показал, что студентам важно взаимодействие с первоисточниками информации, практиками, работодателями. Вопрос о мотивации для ребят вторичен, поскольку ничего нового или интересного они не предложили: они перечислили только те формы мотивации, которые уже имеют место в вузе, будучи на слуху, и пользуются широкой популярностью. Это свидетельствует о том, что область мотивации носит неосознаваемый характер и нуждается в дальнейшей проработке.

На втором этапе автор исследования, оттолкнувшись от пожеланий студентов, предложила актуальную для этого направления модель интерактивных форм взаимодействия, нацеленную на активное внедрение инновационных компонентов в обучение. Это не привело к замене традиционных форм работы на лекционных и практических занятиях, а способствовало введению новых, дополненных интерактивными формами, предложенными самими студентами.

Интерес к дисциплине и вовлеченность в образовательный процесс измерялись динамикой посещения занятий, своевременностью сдачи самостоятельных работ и аккуратностью при выполнении домашних заданий.

Автор расширила спектр офлайн-ресурсов, применяемых при изучении дисциплины, нацелившись на активное взаимодействие с носителями новейшей, актуальной информации, т. е. встречи с практико-ориентирующими специалистами. Это были мастер-классы с приглашением авторитетных представителей профессии; выездные экскурсии на предприятия с целью посещения PR-подразделений, знакомства со специалистами, формами и методами их работы, задачами, которые они решают. Хотелось обратить внимание, что эти формы работы носили дополнительный характер и пришлись на внеучебное время студентов. Модель позволила познакомить студентов с представителями профессии, эмоционально вовлечь в процесс, показать достижения профессии. Так, в рамках обучения студентов по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» важно посещать лучшие пресс-службы, пресс-центры региона, PR-отделы крупных компаний, встречаться с их руководителями и специалистами, чтобы наглядно представить и показать студентам результаты их деятельности. Здесь недостаточно одной только учебно-ознакомительной или учебно-производственной практики, предполагающейся учеб-

ными планами, поскольку важно показать многообразие и разный спектр производственной деятельности. Более того, коллективное посещение (группами) позволило обсудить встречу ярко и эмоционально.

Представленные выше интерактивные формы обучения, направленные на развитие профессиональных компетенций обучающихся, были дополнены изучением свежих, актуальных научных публикаций. Перечень статей готовит преподаватель в рамках своей дисциплины сам. Это могут и должны быть не только русскоязычные источники, но и зарубежные. Такой подход позволяет преподавателю расширить кругозор студента, сделать вклад в формирование личности. Подготовка перечня подобных публикаций – работа, на которую у преподавателя уходит не много времени, если он сам занимается научной публикационной деятельностью. Представление публикаций, освоенных студентами, должно проходить в интерактивной форме, например, через формат презентации, который позволяет изложить и продемонстрировать основные тезисы или положения статьи и их обсуждение. Это можно делать как на каждом практическом занятии, посвящая вопросу не более 10 % от общего времени, так и выделить отдельное занятие. Безусловно, эта форма имеет смысл только в том случае, если дисциплина носит базовый характер и по продолжительности рассчитана как минимум на целый семестр обучения. Освоение авторитетных исследований – это хороший вклад в расширение теоретической базы дисциплины. Он позволяет продемонстрировать студентам интерес мирового научного сообщества к изучаемой дисциплине, показать ее актуальность, значимость, востребованность.

Представленные методики хорошо дополняют курс любой дисциплины, связанной с освоением новых медиатехнологий, но не являются базовыми или исчерпывающими. База – в сочетании активных, пассивных и интерактивных форм обучения.

В процессе курса важно консолидировать усилия студентов, предложить им задачу, общую для всей группы. В науке этот метод получил название «метод проектов». Например, в курсе по рекламе и связям с общественностью это может быть создание PR-продукта или рекламного материала. Решение такой задачи позволит ребятам распределить вопросы между собой, наметить ответственных лиц, обозначить список конкретных целей. Выполнение этой задачи потребует осмысленного эмоционального вовлечения группы на продолжительный период времени, сплочения коллектива.

### **Выводы**

Представленная модель освоения контента в курсе дисциплины медиакоммуникационного характера вылилась в следующие результаты: на двух курсах, принявших участие в эксперименте, все самостоятельные работы были сданы вовремя. В лучшую сторону изменилась посещаемость занятий. Показатель составил 90 %, увеличившись к концу курса на 10 %. В процессе эксперимента удалось выявить две группы студентов: лидеров, степень вовлеченности которых в процесс обучения остается стабильно высокой, и участников средней и низкой мотивированности. Последние зачастую ориентируются на лидеров, чья эмоциональная вовлеченность позволила повысить интерес к дисциплине и у других групп ребят.

Предложенные инструменты позволили глубже постичь азы профессии, эмоционально вовлечь в процесс обучения, замотивировать и продемонстрировать вклад каждого участника в образовательный процесс. За время эксперимента между преподавателем и студентами сформировался уровень доверия, сократилось количество пропусков занятий. В случаях пропуска занятия студенты начинают отписываться о причине непосещений, что свидетельствует об их заинтересованности в дисциплине и интересе к ней. Гипотеза исследования заключалась в следующем: поколение Z самостоятельно, без труда осваивает цифровые платформы, способно осмысленно относиться к выбору образовательного ресурса, однако нуждается в эмоциональном сопровождении процесса обучения. Эмоциональная подача информации позволяет заинтересовать обучающихся, укрепить интерес к профессии и дисциплине. Через эмоциональное вовлечение легче сформировать интерес к профессии, чем через рациональное ее постижение.

### Источники

- Акимова О. Б., Щербин М. Д. (2018) Цифровая трансформация образования: своевременность учебно-познавательной самостоятельности обучающихся. Инновационные проекты и программы в образовании, № 1, с. 27–34.
- Выготский Л. С. (2005) Психология развития человека. М., Смысл, 1136 с.
- Кривицкий Б. Х. (2007) Обучающие компьютерные программы: психология разработки преподавателями обучающихся курсов в АСО. Educational Technology & Society, № 10 (3), с. 395–406.
- Леонтьев А. А. (2001) Что такое деятельностный подход в образовании? Начальная школа, № 1, с. 3–6.
- Полат Е. С. (2000) Метод проектов на уроках иностранного языка. Иностранные языки в школе, № 2, с. 3–10.
- Радионцева Е. С. (2021) Новая образовательная траектория – прогулки по виртуальной реальности. Наука о человеке: гуманитарные исследования, т. 15, № 4, с. 149–155.
- Самсонова Н. Н. (2017) Особенности социального поведения молодежи, активно использующей различные виды интернет-коммуникаций. Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Серия «Познание», № 7-8, с. 60–62.
- Христочевский С. А. (2000) Электронные мультимедийные учебники и энциклопедии. Информатика и образование, № 2, с. 70–77.
- Шматко М. В., Савченко Е. А. (2016) Оценка лидерского и коммуникативного потенциала абитуриентов и студентов омских вузов. Омские социально-гуманитарные чтения: материалы IX Международной научно-практической конференции (Омск, 19–21 апреля 2016 г.). Омск, с. 220–224.
- Шматко М. В., Ткаченко О. Н., Анашкина Н. А. (2020) Формирование коммуникативной компетентности у студентов медиакоммуникационных направлений с помощью цифровых технологий. Коммуникативные исследования, т. 7, № 4, с. 935–948. DOI 10.24147/2413-6182.2020.7(4).935-948.
- DiMattio M. J. K., Hudacek S. S. (2020) Educating generation Z: Psychosocial dimensions of the clinical learning environment that predict student satisfaction. Nurse Education in Practice, vol. 49, article № 102901. DOI: 10.1016/j.nepr.2020.102901.
- Flom J., Green K., Wallace S. (2021) To cheat or not to cheat? An investigation into the ethical behaviors of generation Z. Active Learning in Higher Education. DOI:10.1177/14697874211016147.
- Hernandez-de-Menendez M., Escobar Díaz C. A., Morales-Menendez R. (2020) Educational experiences with Generation Z. International Journal on Interactive Design and Manufacturing, vol. 14 (3), pp. 847–859. DOI: 10.1007/s12008-020-00674-9.
- Mahesh J., Bhat A.K., Suresh R. (2021) Are gen z values the new disruptor for future educational institutions? Journal of Higher Education Theory and Practice, vol. 21 (12), pp. 102–123. DOI: 10.33423/jhetp.v21i12.4704.
- Nordin H., Singh D., Mansor Z. (2021) Interface design for E-learning: Investigating design characteristics of colour and graphic elements for generation Z. KSII Transactions on Internet and Information Systems, vol.15, no. 9, pp. 3169–3185. DOI: 10.3837/tiis.2021.09.005.
- Shurygin V., Saenko N., Zekiy A., Klochko E., Kulapov M. (2021) Learning Management Systems in Academic and Corporate Distance Education. International Journal of Emerging Technologies in Learning, vol. 16, no. 11, pp. 121–139. DOI: 10.3991/ijet.v16i11.20701.
- Szabó C., Bartal O., Nagy B. (2021) The methods and it-tools used in higher education assessed in the characteristics and attitude of gen z. Acta Polytechnica Hungarica, vol. 18 (1), pp. 121–140. DOI: 10.12700/APH.18.1.2021.1.8.
- Szymkowiak A., Melović B., Dabić M., Jeganathan K., Kundi G. S. (2021) Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. Technology in Society, vol. 65, article № 101565. DOI: 10.1016/j.techsoc.2021.101565.
- Yarnykh V. (2021) Media technologies in the corporate model of media education: Opportunities and prospects. DESIDOC Journal of Library and Information Technology, vol. 41, no. 4, pp. 284–289. DOI: 10.14429/DJLIT.41.4.17140.
- Zeer E. F., Tserkovnikova N. G., Tretyakova V. S. (2021) Digital generation in the context of predicting the professional future. Obrazovanie i Nauka – The Education and science journal, vol. 23, no. 6, pp. 153–184. DOI: 10.17853/1994-5639-2021-6-153-184.

### References

- Akimova O. B., Shcherbin M. D. (2018) Tsifrovaya transformatsiya obrazovaniya: svoeyevremennost' uchebno-poznavatel'noy samostoyatel'nosti obuchayushchikhsya [Digital transformation of education: timeliness of educational and cognitive independence of students]. Innovative projects and programs in education, no. 1, pp. 27–34 (In Russian).
- DiMattio M. J. K., Hudacek S. S. (2020) Educating generation Z: Psychosocial dimensions of the clinical learning environment that predict student satisfaction. Nurse Education in Practice, vol. 49, article № 102901. DOI: 10.1016/j.nepr.2020.102901.
- Flom J., Green K., Wallace S. (2021) To cheat or not to cheat? An investigation into the ethical behaviors of generation Z. Active Learning in Higher Education. DOI:10.1177/14697874211016147.
- Hernandez-de-Menendez M., Escobar Díaz C. A., Morales-Menendez R. (2020) Educational experiences with Generation Z. International Journal on Interactive Design and Manufacturing, vol. 14 (3), pp. 847–859. DOI:10.1007/s12008-020-00674-9.

- Khristochevskiy S. A. (2000) Elektronnyye mul'timediynnye uchebniki i entsiklopedii. Electronic multimedia Electronic textbooks and encyclopedias. Informatics and education, no. 2, pp. 70–77 (In Russian).
- Krivitskiy B. Kh. (2007) Obuchayushchiye komp'yuternyye programmy: psikhologiya razrabotki prepodavatelyami obuchayushchikh kursov v ASO [Training computer programs: psychology of development by teachers of training courses in ASO]. Educational Technology & Society, no. 10 (3), pp. 395–406 (In Russian).
- Leontiev A. A. (2001) Chto takoye deyatel'nostnyy podkhod v obrazovanii? [What is the activity approach in education?] Nachal'naya shkola – Elementary school, no. 1, pp. 3–6 (In Russian).
- Mahesh J., Bhat A.K., Suresh R. (2021) Are gen z values the new disruptor for future educational institutions? Journal of Higher Education Theory and Practice, vol. 21 (12), pp. 102–123. DOI: 10.33423/jhetp.v21i12.4704.
- Nordin H., Singh D., Mansor Z. (2021) Interface design for E-learning: Investigating design characteristics of colour and graphic elements for generation Z. KSII Transactions on Internet and Information Systems, vol.15, no. 9, pp. 3169–3185. DOI: 10.3837/tiis.2021.09.005.
- Polat E. S. (2000) Metod proyektov na urokakh inostrannogo yazyka [The method of projects in foreign language lessons]. Inostrannyye yazyki v shkole – Foreign languages at school, no. 2, pp. 3–10 (In Russian).
- Radiontseva E. S. (2021) Novaya obrazovatel'naya trayektoriya – progulki po virtual'noy real'nosti [Taking a stroll in virtual reality as a new educational trajectory]. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, vol. 15, no. 4, pp. 149–155. DOI: 10.17238/issn1998-5320.2021.15.4.16 (In Russian).
- Samsonova N. N. (2017) Osobennosti sotsial'nogo povedeniya molodezhi, aktivno ispol'zuyushchey razlichnyye vidy internet-kommunikatsiy [Features of social behavior of young people actively using various types of Internet communications]. Modern Science: actual problems of theory and practice, a Series of Cognition, no. 7–8, pp. 60–62 (In Russian).
- Shmatko M. V., Savchenko E. A. (2016) Otsenka liderskogo i kommunikativnogo potentsiala abiturientov i studentov omskikh vuzov [Assessment of leadership and communication skills of applicants and students in the Omsk higher education institutions]. Omskiye sotsial'no-gumanitarnyye chteniya [Omsk Humanities and social readings]. Materials of the IX international scientific-practical conference (Omsk, 19–21 April 2016). Omsk, pp. 220–224 (In Russian).
- Shmatko M. V., Tkachenko O. N., Anashkina N. A. (2020) Formirovaniye kommunikativnoy kompetentnosti u studentov mediakommunikatsionnykh napravleniy s pomoshch'yu tsifrovyykh tekhnologiy [Training communicative skills set among students majoring in media communication using digital technologies]. Communication Studies (Russia), vol. 7, no. 4, pp. 935–948. DOI: 10.24147/2413-6182.2020.7(4).935-948 (In Russian).
- Shurygin V., Saenko N., Zekiy A., Klochko E., Kulapov M. (2021) Learning Management Systems in Academic and Corporate Distance Education. International Journal of Emerging Technologies in Learning, vol. 16, no. 11, pp. 121–139. DOI: 10.3991/ijet.v16i11.20701.
- Szabó C., Bartal O., Nagy B. (2021) The methods and it-tools used in higher education assessed in the characteristics and attitude of gen z. Acta Polytechnica Hungarica, vol. 18 (1), pp. 121–140. DOI: 10.12700/APH.18.1.2021.1.8.
- Szymkowiak A., Melović B., Dabić M., Jeganathan K., Kundi G. S. (2021) Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. Technology in Society, vol. 65, article № 101565. DOI: 10.1016/j.techsoc.2021.101565.
- Vygotsky L. S. (2005) Psikhologiya razvitiya cheloveka [Psychology of human development]. Moscow, Smysl Publ., 1136 p. (In Russian).
- Yarnykh V. (2021) Media technologies in the corporate model of media education: Opportunities and prospects. DESIDOC Journal of Library and Information Technology, vol. 41, no. 4, pp. 284–289. DOI: 10.14429/DJLIT.41.4.17140.
- Zeer E. F., Tserkovnikova N. G., Tretyakova V. S. (2021) Digital generation in the context of predicting the professional future. Obrazovanie i Nauka – The Education and science journal, vol. 23, no. 6, pp. 153–184. DOI: 10.17853/1994-5639-2021-6-153-184.

## Информация об авторе

### Радионцева Екатерина Сергеевна

Кандидат филологических наук, доцент.  
Омский государственный технический университет, г. Омск, РФ.  
ORCID iD: 0000-0002-2248-198X.  
E-mail: rakaty@yandex.ru

## Autor's information

### Ekaterina S. Radiontseva

Cand. Sc. (Philol.), Associate Professor. Omsk State Technical University, Omsk, Russian Federation.  
ORCID iD: 0000-0002-2248-198X.  
E-mail: rakaty@yandex.ru