

Падение авторитетов

Мир изменился – не устают повторять экономисты, юристы, маркетологи, предприниматели и все вокруг. В условиях непрерывных перемен как сегодня учатся студенты? Какие способы получения знаний выбирают? Забывают авторитеты прошлого и создают ли свои? Эта тема нашей сегодняшней дискуссионной площадки.

М. КОНОВАЛОВА,
зав. кафедрой экономической теории:



– Современное поколение молодых людей, рожденных в постсоветское время, свободно от господствующей в тот период идеологии и, соответственно, вынуждено самостоятельно формировать мировоззрение, ориентируюсь, в основном, на средства массовой информации. Мир очень сильно изменился, век всеобщей компьютеризации, которая размывает границы, делает прозрачным каждого из нас, не может не затронуть механизм социализации и коммуникации молодежи. Я не согласна с расхожим утверждением, что нынешнее поколение хуже, ущербнее предыдущих. Современная молодежь просто другая, и это объективный факт, среди них есть очень много талантливых, интерес-

ных личностей, благо, сейчас есть практически все, чтобы развить любой свой навык, узнать много интересного и т.д. Более того, нынешнее поколение живет в условиях жесткой конкурентной борьбы, которая, нам, рожденным в СССР, даже и не снилась. Может, поэтому они более прагматичны, расчетливы, а порой и откровенно шпигичны. Этим объясняется тот факт, что для современной молодежи очень трудно стать кумиром, слишком высоки требования к такого рода фигуре.

С.Н. ПИЧКУРОВ, к.э.н.,
доцент, директор ИНЭ:



– Наблюдая за современными студентами, вижу, что главная цель – получить диплом, а не знания, отсюда конечный продукт низкого качества. Пытаются получить результат на экзамене (зачете) любой ценой, за-

частую не всегда законной и честной (эта категория вообще забыта). Из-за этого попадают в «черный список» деканата. Выводы делают единицы, остальные живут по принципу «дурак, что попался». Обмануть окружающих – в порядке вещей, и самое страшное, что это не вызывает отторжения окружающих сокурсников. Дружба, любовь замешаны на денежных отношениях – все можно купить и продать.

МОСТ Е.С., к.э.н., доцент,
зам.директора ИНЭ:



– К сожалению, в современной системе образования падает ценность получаемых знаний. Практически все выпускники школ поступают в вузы. Не важно, в какой, главное – получить диплом. Современная молодежь создает свой, новый стиль жизни, который постоянно выставляется напоказ. Это своеобразная красивая картинка для Интернета: селфи на необычном, «выставочном» фоне.

Раньше система образования была ориентирована на фундаментальность знаний, на запоминание и воспроизведение, так как зна-

ние – это то, что остается в памяти, а не в гаджете в руках. Зачастую современные студенты учатся по принципу «списал-сдал-забыл».

Еще одна проблема видится в неуважительном отношении к месту получения знаний и тем, кто эти знания передает. В пору нашей студенческой жизни университет всегда был «храмом», а педагог стоял на вершине пьедестала. К сожалению, зачастую, сейчас мы можем наблюдать иную картину. Молодежи явно не хватает культурного и патриотического образования, знаний по русскому языку и истории.

Конечно, уровень знаний у студентов очень разный. Есть умейшие ребята: грамотные, целеустремленные, ставящие перед собой высокие цели, у которых и преподавателям не зазорно поучиться. Это наш золотой фонд, которым мы гордимся.

**АРКАДИЙ
ЗОЛотовицкий,**
директор по развитию и партнер компании-разработчика программного обеспечения i-Sys, к.т.н., доцент Самарского национального исследовательского университета, преподаватель Высшей школы менеджмента СГЭУ:

– По статистике, в 2017 году главным образовательным ресурсом в Интернете был признан Youtube. Но у доступности получения информации есть обратная сторона – это доступность к публикации шкем не проверенных данных и материалов. И в этом большой риск для тех, кто использует



Интернет для образования. Многие знания современная молодежь черпает у сверстников, которые публикуют какую-то информацию и не всегда в исходном состоянии и с первоначальным смыслом. Мне кажется, что кумирами современной молодежи являются, в первую очередь, их же сверстники, которые мелькают в медийном пространстве.

Если в семье, в которой росли современные молодые люди, признавались эти авторитеты и с детства доносились их примеры, то признание этих авторитетов в более зрелом возрасте, конечно же, останется.

МИХАИЛ ВЕРШИНИН, маркетолог и социальный психолог, старший партнер агентства «Кожухов, Вершинин и партнеры»:



– Мы видим активное пропихивание брендов и бизнеса с их навязчивой рекламой в систему школьного образования и кабельных образовательных сетей (хоть это и специфика западных стран, но тренд общемировой). Идет формирование

маленьких лояльных покупателей в ущерб образовательным процессам.

Наша консервативная система образования, как высшего, так и среднего, погребена под бумажной бюрократией, тотальным недофинансированием и старением кадров. Часть учебных организаций успевает трансформироваться и меняться вместе с миром, но остальная продолжает работать по устаревшим лекалам. Поэтому важнее говорить о формировании навыка непрерывного самообразования, когда выпускник вуза не перестает учиться и постоянно ищет новые знания.

Касательно «системного обнуления знаний» – с этими трендами сталкиваются и промышленно-инженерные сообщества. Сейчас вы не найдете инженера, который знает как собрать мобильник целиком – все специализируется на какой-то детали. На промышленных предприятиях бум роботов или их биологических аналогов, рабочих, которые просто правильно вставляют нужную деталь в нужный разъем, но не понимают всего процесса в целом. Относительно недавно NASA потратило несколько миллионов долларов на восстановление аппаратов из 70-х годов по чтению собственных данных, а так же языка программирования, на котором они были написаны.

СЕРГЕЙ ЛОГАЧЕВ, преподаватель Высшей школы менеджмента СПбГУ, маркетолог с 20-летним стажем, профессиональный менеджер интернет-проектов с 2001 года:

– На наших глазах за последние 10 лет возникло столько новых социальных, культурных и экономических феноменов, сколько не возникало за весь XX век. Учитывая, что правила игры в настоящее время диктуют технологические компании,

необходимо внимательно следить за малейшими намеками и изменениями, которые они публикуют, и постоянно гибко реагировать на эти перемены. Например, один из столпов интернет-маркетинга – поисковая оптимизация (SEO). После того как Яндекс в очередной раз изменил алгоритм поиска, многие известные приемы оптимизации стали практически бесполезны, что заставило SEO-специалистов искать свежие решения. А учитывая, что такого рода вызовы возникают постоянно – учиться и менять квалификацию теперь придется всю жизнь.

Еще одна дискуссия, развернувшаяся у маркетологов – нужны ли им знания в области IT-дисциплин?



По всей видимости, такие знания будут теперь нужны не только маркетологам, но и экономистам, менеджерам и другим нетехническим профессиям, потому что технологии уже пронизывают все сферы деловой и общественной жизни. неизбежное внедрение в бизнес элементов «Индустрии 4.0» поставит технологическую грамотность специалистов на первый план, а это должно в ближайшее время изменить всю идеологию современного бизнес-образования.

ВИКТОРИЯ БОЛГОВА, первый проректор по учебной и воспитательной работе СПбГУ

– Как молодежь сегодня учится, у кого и чему?



– Конечно, сегодня у молодежи совершенно иной способ получения знаний, чем, например, у предыдущих поколений. Это и понятно, в век современных технологий информацию проще получать в режиме ok google. Поэтому знания, которые таким образом получены, нет необходимости сохранять, ведь задать нужный вопрос в поисковике ты можешь в любой момент. Поэтому в этом смысле накопленный багаж, какие-то глубинные знания, твоя личная энциклопедия, которая в голове у тебя складывается, у современной молодежи не появляется.

В целом, если говорить о молодежи, то, конечно, сегодня они менее образованы. Сумма стартовых знаний у них меньше, у них слабо развиты аналитические способности, сопоставлять, исследовать факты они практически не могут, но это скорее проблема школьного образования. Ученики запоминают факты, но не могут их выстраивать в линейку. И это, кстати, создает определенные проблемы с только что поступившими, потому что в нашем университете требуется умение серьезно анализировать.

– Обращается ли молодежь к авторитетам прошлого?

– По моим наблюдениям, не обращаются, и живут без шпигета к прошлому по той простой причине, что они