

## Предизвикателства при дигиталното преподаване на поколение Z Драгомир Илиев, Жельо Желев

### Challenges in digitally teaching Generation Z Dragomir Iliev, Zhelyo Zhelev

#### **Abstract:**

Teachers motivate, stimulate and train students according to their vision of quality teaching, but more and more of them say that it is difficult or impossible to motivate students. In the end, the learning results fall, and this also affects the enthusiasm of the teachers. The authors of the report defend the thesis that the approaches used in teaching do not correspond to the aspirations and expectations of today's students. The concept of generations and the differences between them is not new, but the realities give us reason to doubt whether we know the new generation well enough.

This report attempts to outline the main characteristics of Generation Z and its learning style. Recommendations are made to improve the digital learning of Gen Z.

The report was developed within the framework of the project "Digital Platform for Learning Generation Z - Passport to International Financial Reporting Standards" under the Erasmus+ program. The project is implemented by Istanbul University, Turkey (coordinator) and partners Tsenov Academy of Economics in Svishtov, Bulgaria, University of Economic Studies in Bucharest, Romania, Uludag University in Bursa, Turkey, Mother Teresa University in Skopje, North Macedonia and Vytautas Magnus University in Kaunas, Lithuania.

**Keywords:** generation Z, digital teaching, learning, economic

**For contacts:** Dragomir Iliev, Tsenov Academy of Economics, d.iliev@uni-svishtov.bg; Zhelyo Zhelev, Tsenov Academy of Economics, zh.zhelev@uni-svishtov.bg

#### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Развитието на съвременните технологии, преди всичко на Интернет, доведе до сериозни промени в сферата на обществените отношения, както и на ценностите на отделните индивиди. В контекста на видовете поколения, се изследва тяхната ценностна система, отделни техни характеристики и съпоставка между отделните поколения. Въпреки това, цялостен анализ на поколенческите проблеми се появява за първи път през 1991 г., когато американските учени Н. Хоу и В. Щраус публикуват съвместната си работа „Поколенията: История на бъдещето на Америка“ [1]. Днес темите, свързани с генерациите и техните проблеми се изследват от автори като Д. Тапскот [2], М. Пренски [3], М. Бауерлайн [4], Н. Кар [5] и други.

Поколение Z е първата генерация, постигнала пълно взаимодействие с технологиите и възприемаща дигиталните ресурси за нормална реалност. Много бройни проучвания се фокусират върху тяхното поведение като индивидуалности, като клиенти, отношение към екологични продукти и други [6, 7, 8]. Въпреки това, много ограничен брой проучвания са насочени към поколение Z и тяхното учене [9], особено в България. Авторите са на мнение, че характеристиките на поколенията, израснали на различни географски ширини и исторически периоди, се различават.

Дигитализирането на процесите повлияха на начините, по които учим и се придобиват знания. От своя страна, Интернет осигурява бърз достъп до

информация относно различни области на познанието и така подобрява ефективността и спестява време. Съчетанието на дигиталните технологии провокира създаването на нови методи за обучение и преподаване, от една страна, а от друга – изисква имплементирането на познатите методи в дигитална среда.

Целта на настоящия доклад е да очертае основните характеристики на поколение Z и стила му на учене. Това ще спомогне за извеждане на предложения за подобряване на преподаването с инструменти, позволяващи работа в дигитална среда.

## **ИЗЛОЖЕНИЕ**

За съвременното общество, с неговия бърз научен и технологичен напредък, нараства възможността на достъпно знание благодарение на непрекъснато променящите се и нововъзникващи технологии. Знанието е изключително важно за прогреса на общността. Образованието играе важна роля за развитието на гражданите в едно мини общество, в което се споделят еднакви цели, надежди, помагат си и учат заедно [10].

Важен фактор за придобиването на знания, които да се предоставят и да допринасят за общността, е мотивацията. Тя играе специална роля в ученето и представлява водещ показател за ефективно управление на учебния процес. Мотивацията може да повлияе върху това какво учим, как учим и кога избираме да учим [11]. Несъмнено мотивацията на обучаемите е съществен елемент, необходим за висококачествено образование. Някои теории твърдят, че обучаемите са мотивирани от материални награди, желание да властват и престиж в света, да работят интересни професии, да получават признание или уважение като индивиди [12].

По настоящем има 5 общи тенденции и социални модели, които социолозите идентифицират: традиционалисти, бейби бумъри, поколение X, поколение Y и поколение Z [13, 14]. Тези поколения са израснали в различни социално-икономически условия и имат различни предпочитания и очаквания като обучаеми [15].

### **Основни характеристики на поколение Z.**

В ежедневието си, членовете на поколение Z, използват постоянно интернет и социални медии. Те са дигитално поколение, тъй като никога не са живели без Интернет. Технологията е част от ежедневието, а не инструмент, който използват при нужда. За тях, живот преди Интернет не е имало. Поколение Z е първото поколение, което изцяло е израснало с постоянен достъп до интернет, смартфони, компютърни и видеоигри. Те нямат спомен за живот без тях. Не правят почти никакво разделение между лично и онлайн изживяване. Изследователите ги определят като „дигитални туземци“.

От друга страна, не може да се твърди, че те са по-интелигентни или по-умни и знаят повече от другите поколения. Предимството, което имат е, че разполагат с множество източници на информация и знаят как да ги използват по начин, по който да приключат задачите си ефективно и невероятно бързо.

Те не влизат онлайн, те живеят онлайн, най-вече със своите смарт телефони, които им организират ежедневието, осигуряват им забавление, ориентация,

информация и цифрова (не задължително гласова) комуникация. Разчитат на социалните медии, за да се свързват, гледат, слушат, четат, играят и споделят.

Поколение Z прекарват приблизително шест часа на ден в Snapchat, TikTok, Instagram и YouTube. Това ги е моделирало да очакват и изискват персонализирани изживявания. Когато искат да гледат филм, има Netflix. Когато искат да купят нещо, има Amazon. Голяма част от живота на поколение Z е на поискване, в удобно за тях време и когато са в подходящо емоционално състояние.

Игрите в мрежата развиха в поколение Z не само фината моторика на ръцете. Игрите направиха груповото съпреживяване на емоции и очакването за мигновени резултати и постоянната обратна връзка задължителна част от ежедневието им. За поколение Z играенето на компютърни игри не е самостоятелно забавление, а груповото изживяване. Игрите оформят в тях толерантно отношение към грешките. Поколение Z растат с игри, където винаги могат да преминат отново „нивото“. Използват софтуерни програми, където винаги могат да възстановят резервно копие от облака и т.н. Това оставя своя отпечатък върху възприемането им на грешки в живота – собствени и чужди. За тях грешката е опит, а не края на света.

Голяма част от социалния им живот протича онлайн, но членовете на това поколение също ценят взаимодействието и сътрудничеството лице в лице или виртуално с помощта на интерактивна мултимедия.

Постоянното взаимодействие с технологиите и бързо променящите се визуални изображения развиват частта от мозъка отговорна за зрителните способности. От друга страна, постоянният поток от кратки сегменти от информация и клипове намалява способността им да задържат вниманието си върху едно нещо. Средната продължителност на вниманието на поколение Z е само 8 секунди. За сравнение това на Милениалите е 12 секунди.

Технологиите изградиха в поколение Z прагматизъм и увереност. Те ценят самоувереността и независимостта, особено когато става въпрос за самонасочено обучение. Те вероятно ще търсят видеоклип в YouTube, за да научат ново умение или да обяснят нова концепция. Прагматичното им отношение се простира и върху отношението им към парите и социалните въпроси. Нямаат склонност да трупат и притежават вещи, а по скоро търсят възможността да ги използват.

### **Как учи (събира и обработка информацията) поколение Z.**

За поколение Z отговорът на всеки въпрос се крие в Google. Интернет осигурява незабавен достъп до факти, данни и инструкции. Те са израснали със способността да филтрират големи количества информация. Феноменът „ТМІ“ (Too much information) е проблем за предходните поколения, но и за тях. За поколение Z е нормално информацията да е много и в следствие на това не е еднаква и доста често противоречива. Именно поради това, поколение Z не изпитват необходимост да контролират информационния поток. Те приемат, че не съществува един достоверен източник и информацията преди да стигне до тях, по един или друг начин е била изкривена или модифицирана. Проверяват само информацията, която ги вълнува или засяга лично.

Четенето на книги (учебници) не е особена ценност за тях. Обемът е сериозен проблем и изисква време. Книгите за тях представляват малко информация в

огромен обем. Предпочитат важната информация да е поднесена под формата на резюме, на не повече от една страница.

Форматът за поднасяне на първоначалната информация е много важен. Необходимо е да се предизвика интерес, за да обърнат внимание. За да се случи това е необходимо информацията да е забавна и да предизвиква приятни емоции. Да е поднесена във възможно най-разбираем (достъпен) вид и обемът да е оптимален – ако е видео да не е по кратко от 3 мин. и по дълго от 10 мин., ако е текст да не надхвърля 5-6 стандартни реда с прости или сложни съчинени изречения.

Колко и учудващо да е за техните родители, образованието е ценност за поколение Z и го определят като важно. Приемат концепцията за учене през целия живот, но искат да им е забавно, а не скучно. Не са съгласни с това „как трябва да се учи“. За поколение Z „учене“ не е синоним на образование. Те са интегрирали информационния поток в ежедневието си и не го възприемат като „учене“, а по скоро като забавен или скучен начин за получаване на информация, която може да е „интересна или безинтересна“.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В заключение могат да бъдат изведени няколко препоръки, за да се подобри дигиталното преподаване на поколение Z.

Информацията от дългата лекция трябва да се „нареже“ на малки сегменти и да се поднесе последователно. Примерите и задачите от реалния живот са от съществено значение за предизвикване на интереса им.

Трябва да се активира тяхната визуална способност да учат чрез видео и/или илюстрации. Препоръчително е да се използва интерактивно обучение, основаващо се на взаимодействието на учащите с учебната среда. В обучението ще се постигнат много по-добри резултати, ако биват стимулирани да използват технологиите, а не просто да наблюдават как преподавателя използва технологията. Пример за това е стимулирането да използват допълнителни онлайн ресурси.

Преподавателят трябва да бъде ментор или треньор, който подкрепя обучаемите, вместо да им казва какво да правят. Той трябва да насърчава вроденият им стремеж към социалното взаимодействие, чрез групови задания и дискусии. В същото време, поколение Z искат сами да определят темпото, затова преподавателят трябва да задава персонализирани задачи с ясни и подробни инструкции. Мотивират се от бърза обратна връзка на всеки етап от обучението и от получаването на награди.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Strauss, W., Howe, N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. Morrow, New York (1991).

2. Tapscott, D.: Grown up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. McGraw-Hill, New York (2008).

3. Prensky, M.: Digital Natives, Digital Immigrants. From On the Horizon, 9 (5), MCB University Press. Bingley. (2001).

<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, last accessed 04/04.2023.

4. Bauerlein, M.: *The Dumbest Generation: How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future (Or, Don't Trust Anyone Under 30)*. Tarcher; First Edition, New York (2009).

5. Carr, N.: *Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains*, [www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/ is-google-making-us-stupid/306868](http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868), last accessed 04/04/2023.

6. Tobler, C.; Visschers, V.; Siegrist, M. Eating green. Consumers' willingness to adopt ecological food consumption behaviors. *Appetite* 2011, 57, 674–682. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.08.010>

7. Barber, N.A.; Bishop, M.; Gruen, T. Who pays more (or less) for pro-environmental consumer goods? Using the auction method to assess actual willingness-to-pay. *J. Environ. Psychol.* 2014, 40, 218–227. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.06.010>

8. Maichum, K.; Parichatnon, S.; Peng, K.C. Factors affecting on purchase intention towards green products: A case study of young consumers in Thailand. *Young* 2017, 16, 17.

9. Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., Kundi, G. S. Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 2021, 65,101565. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>

10. Thomas, H. Powerful knowledge, technology and education in the future-focused good society. *Technology in Society*. 2018, 52, 54-59. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.09.005>

11. Schunk, Dale H., and Ellen L. Usher, ' Social Cognitive Theory and Motivation', in Richard M. Ryan (ed.), *The Oxford Handbook of Human Motivation*, Oxford Library of Psychology (2012; online edn, Oxford Academic, 18 Sept. 2012), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195399820.013.0002>, accessed 5 Apr. 2023.

12. Williams K. C., Williams, C. C. Five key ingredients for improving student motivation. *Research in Higher Education Journal*, 2011,12, 1-23.

13. Poláková, P.; Klímová, B. Mobile Technology and Generation Z in the English Language Classroom—A Preliminary Study. *Educ. Sci.* 2019, 9, 203. <https://doi.org/10.3390/educsci9030203>

14. Kohut, A., Taylor, P., Keeter, S., Parker, K., Morin, R., Cohn, D. V., & Clement, S. (2010). *Millennials: A portrait of generation next: Confident. connected. open to change*. Washington, DC: Pew Research Centre.

15. Rothman D. A Tsunami of learners called Generation Z. Available online: [http://www.mdle.net/JoumaFA\\_Tsunami\\_of\\_Learners\\_Called\\_Generation\\_Z.pdf](http://www.mdle.net/JoumaFA_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf). (2016), Accessed 04.04.2023.

16. Iftode, Dumitrita, (2019), GENERATION Z AND LEARNING STYLES, SEA - Practical Application of Science, issue 21, p. 255-262, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:cmj:seapas:y:2019:i:21:p:255-262>