
MOTIVATION ATTITUDES OF HIGH SCHOOL STUDENTS TO CONTINUE THEIR EDUCATION AND QUALIFICATION AT THE SOUTH – WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”**Elka Yanakieva**Faculty of Education, South – West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, elka_yanakieva@swu.bg**Nikolay Tsankov**Faculty of Education, South – West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, ntzankov@swu.bg

Abstract: In the modern conditions of market economy development, the world of professions depends on technological and cultural globalization, hyper competition, widespread use of the latest state-of-the-art technologies and considerable growth of the realm of intellectual labour. The gap between educated and non-educated people is also growing fast, the popularity of professions essential for society is diminishing, and some have already disappeared. The determining factors for successful personal professional realization become increasingly complex. This trend is more visible and contradictory in the local social and economic spaces. The real situation of the regional labour market does not guarantee a permanent job, and severely limits the opportunity for jobs that match individual qualifications. These conditions threaten to narrow the range of options regarding the choice of a university and an academic concentration, and orientates people towards survival strategies (supporting realization in the home town and domination of social models of behavior). In this sense there is an actual need of a complex examination of all the factors and conditions influencing the life choices of university applicants, of the dynamics of their planning strategies and self-determination (as an orientation towards a university or profession), which is considered essential for the development of efficient university policies with a view to attracting students and modernizing the educational process. For a long period of time career orientation problems have been seen as consequences of career consulting and social and psychological diagnostics, underestimating the subjectivity factor in prospective students. All the abovementioned aspects urge us to examine the life strategies of high school students related to their choice of university education as part of their career development within the context of significant social and economic changes. The research discussed herein focuses on the motivation attitudes of students to continue their study at South- West University. A survey has been conducted to reveal the content of the three basic reactions that come with the attitudes – 1. Cognitive reactions or beliefs, reflecting their knowledge of the university and the personal perceptions of it; 2. Affective reactions connected to the evaluation of the university, its social and economic environment, the emotional attitude of students. 3. Conative reactions revealing students' intentions to continue their education, to make decisions, or highlighting certain tendencies in their development of a personal attitude towards the university. The results of the survey show that the motivation attitudes depend on the public prestige of the university, the parents' opinion (especially those who have graduated from the same university and have a successful career), the range of academic majors on offer, and the social and economic standards.

Keywords: attitude, motivation attitude, cognitive reaction, affective reaction, conative reaction.

МОТИВАЦИОННИ АТИТЮДИ У УЧЕНИЦИТЕ ОТ ГИМНАЗИАЛНИЯ ЕТАП ЗА ПРОДЪЛЖАВАНЕ НА ОБРАЗОВАНИЕТО В ЮЗУ „НЕОФИТ РИЛСКИ“**Елка Янакиева**Факултет по педагогика, ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград, elka_yanakieva@swu.bg**Николай Цанков**Факултет по педагогика, ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград, ntzankov@swu.bg

Резюме: В съвременните условия на развитие на пазарната икономика светът на професиите се развива в условията на техногенна и културна глобализация, хиперконкуренция, все по-широко прилагане на нови високи технологии и значително нарастване на относителния дял на интелектуалния труд. Разслоението между образовани и необразовани хора все повече нараства, снижава се престижът на някои важни за обществото професии, а други безвъзвратно отиват в миналото. Детерминантните фактори за успешна професионална реализация на отделния човек все повече се разширяват и усложняват. Тези тенденции се проявяват достатъчно противоречиво и в регионалните социално-икономически пространства. Реалностите

на регионалния пазар на труда се характеризират с отсъствие на гарантирана заетост и ограничени възможности за намиране на работа в съответствие с получената специалност. Това обуславя появата на реална заплаха за свиване на хоризонта на жизненото проектиране при избора на висше училище и специалност, ориентация към стратегията за оцеляване (с подкрепата за реализация в рамките на своето родно място) и доминиране на ситуационни модели на поведение. В тази връзка се актуализира необходимостта от комплексно изследване на факторите и условията, определящи жизнения избор на кандидат-студентите, на процеса на проектиране и самоопределение (като ориентация към висше училище и към професия), което се разглежда като необходима основа на ефективната политика на университета за привличане на студенти и осъвременяване на образователния процес. Дълго време проблемите на професионалната ориентация се разглеждаха като функция на професионалното консултиране и социално-психологическата диагностика, оставяйки настрана субектността на кандидат-студента. Всичко това насочи вниманието ни към изучаване на жизнената стратегия на учениците от гимназиалния етап на средната образователна степен за избор на университет като част от професионална самореализация в условията на съществени социално-икономически изменения. **Предмет на изследването** са мотивационните аспекти на продължаване на образованието в ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград. Прилагайки метода на анкетиране е разкрито съдържанието на трите категории реакции, които характеризират атитюда: 1. Когнитивни реакции или убеждения (отразяващи знанията и индивидуалното възприемане на ЮЗУ „Неофит Рилски“); 2. Афективните реакции (оценка на университета и на социално-икономическата среда в която университетът е ситуиран, съдържание на емоционалното отношение към него); 3. Конативни реакции (поведенчески намерения за кандидатстване и продължаване на образованието, вземане на решение, разкриване на тенденции в развитието на отношението към университета). В резултат на изследването е установено, че върху мотивационния атитюд оказват влияние обществен престиж на висшето училище, мнението на родителите (особено на тези, които са завършили университета и успешно са се реализирали), наличието на желаната специалност и социално-икономическия интерес.

Ключови думи: атитюд, мотивационен атитюд, когнитивна реакция, афективна реакция, конативна реакция.

1. УВОД

Конкурентно способността във всички сфери на човешка дейност, както и преодоляването на социалната изолация, все по-осезаемо се свързват с мотивиран избор на висше училище и специалност, като осъзната необходимост за пълноценна последваща професионална реализация. Учениците от гимназиалния етап на образованието (11-12 клас) са на прага на пълнолетието и на поемането на самостоятелна отговорност за собствения си живот. Това създава нова социална ситуация на развитието на всеки от тях. Тя е детерминирана от необходимостта за самоопределение на жизнения път, от предстоящия избор на професия и на начина, по който тази професия да бъде придобита. Изборът на професия става своеобразен психологически център на вътрешния свят на ученика, който изменя не само отношението му към ученето. Пред него вече е възникнал проблема за избор на жизнените ценности. Основните въпроси на тази възраст са „какъв да съм?“ (нравствено-социален избор) и „какъв да стана?“ (избор на професия). Оказва се, че търсенето, откриването и изборът на професия е най-важния проблем на възрастта (Мухина, 1998). Появяват се нови мотивационни атитюди, повлияни от стремежа към обществен престиж и свързани с избора на професия. С това се характеризира едно от главните новообразувания на тази възраст, а именно появата на сериозни жизненни планове. Младият човек започва да живее със своето бъдеще.

Регионалното социално-икономическо и икономическо-географско пространство на югозападния регион на република България се характеризира с достатъчно противоречиви тенденции. Те също имат своето влияние върху процесите на развитието на мотивационните атитюди и професионалната идентификация на учениците от гимназиалния етап. От една страна те имат свобода на избора в условията на изменяща се професионално-квалификационна структура и много широк диапазон от възможности за избор на висше училище, професионално направление и специалност. На територията на региона функционират тринадесет колежа и двадесет висши училища. От друга страна учениците са повлияни от регионалния пазар на труда, характеризиращ се с отсъствие на гарантирана заетост, ограничени възможности за трудоустройство по специалността, а така също и претенциите на работодателите преди всичко към професионалния опит на кандидатите за свободните позиции (а не към получените знания). Изменението на социално-икономическото и на икономическо-географското пространство обаче е външен контекст на професионалното самоопределение на младежите. Учениците от 11-12 клас вече са самостоятелни, в същото време те приемат своята емоционална сфера за водеща при определяне на изборите си, поради това връзката между това,

което им харесва да учат и това, как с това ще се реализират на пазара на труда, често е неосъзнаваема. Те трудно се повлияват от аргументите на по-възрастното поколение и на специалистите по професионално ориентиране. Последните често се възприемат като несъвместими с емоциите им и подрастващите отстояват собственото си мнение не защото са прави, а защото защитават своето право да бъдат самостоятелни и да ги приемат за възрастни.

Всичко това, наред с демографската ситуация в региона, поставя висшите училища в условия на конкуренция за привличане на студенти.

Как се формира мотивационния атитюд у учениците в югозападния регион на България? С какво се характеризира премерването на „за“ и против? Какво е съдържанието на отрефлексираните собствени съждения, насочващи кандидат-студента към определен избор и конкретни действия. Могат ли учениците да изградят собствена адекватна представа за цената на избора и за последствията му? Отговорите на тези въпроси биха позволили на висшето училище да изгради адекватна политика за привличане на студенти да осъзнае силните страни на своята конкурентоспособност и в крайна сметка да установи преимущество в качеството на образователните услуги. Това е много сложна цел, като се има предвид броя на университетите в България и наличието на сходни или едни и същи специалности. От друга страна тази ситуация е условие за повишаване на равнището на развитие на науката в страната и се създават условия за появата и утвърждаването на нови, силни лидери сред университетите в страната.

2. ТЕОРЕТИЧНА РАМКА И КОНЦЕПТУАЛНИ ОСНОВАНИЯ

Теоретична основа на настоящето изследване е концепцията за мотивационния атитюд като многоаспектно социално-психологическо образувание, което ориентира човека към извършване на избор, който е най-изгоден за самия него. Атитюдът е определено състояние на съзнанието, което определя готовността за осъществяване на определена поведенческа линия, избрана на базата на предишния опит на субекта. В контекста на представяното тук изследване той е направляващата сила, оказваща динамично влияние върху избора на професионално направление и университет (Андреева, 2009). Кандидат-студентите (ученици от 11-12 клас) са специфична социално-демографска група, намираща се в позицията на нов жизнен старт, от успешното решаване на който зависи техният жизнен успех и тяхната конкурентоспособност в различни сфери от живота. Хипотетично можем да кажем, че този избор е свързан с осигуряването на условия за изживяване на удовлетвореност от живота през периодите на всички последващи жизнени фази.

В условията на съвременното висше образование мотивацията и нагласите на кандидат-студентите са предмет на изследователски интерес, както в контекста на оптимизиране на условията за кандидатстване, така и в контекста на проектиране и реализиране на образованието в последствие. Кандидатстването във висше училище е когнитивно-информационен процес детерминиран от различни фактори. В този процес възприемането, преработката на информацията и интернализацията предопределят и решението, относно избора на висше училище за продължаване на образованието и ориентацията в областта на висше образование. В мотивационните теории избора се разглежда като детерминиран от различни личностни медиатори – особености в когнициите, потребностите, локализациите на контрола, факторите на социална регулация, индивидуалните атрибуции, вътрешната мотивация и т.н. Всички тези детерминанти стимулират по различен начин индивидуалните възприятия на кандидат-студентите и превръщат в една или друга степен кандидатстването като първоизточник на лична житейска съдба, препоредена от различни фактори и условия и изразена в различни мотивационни атитюди. Всичко това формира индивидуални когниции, които са в основата на индивидуалния избор и активности, които в последствие детерминират и постоянството в процеса на образование (Short & Stewin & McCann, 1991).

Изборът на университет и професионално направление за кандидатстване освен с особеностите на когнитивно функциониране са свързани и със социалната ефективност на действие и поведение на личността на кандидат-студента. Атрибуциите които възникват в условията на социалните взаимодействия предопределят отговорите на субектите, относно техния избор и са детерминирани от възможността за социално неприемане (Goetz & Dweck, 1980), както и с възможността за целепологане и свързаността и с популярността на конкретния индивид сред най-близкото му социално обкръжение и с подкрепата която другите членове на дадена група или обкръжение му оказват при избора (Taylor & Asher, 1985).

Измененията на реалностите в българското общество, новите пазарни отношения, необходимостта от развитие на човешкия капитал в единство с инвестиционният ресурс на неговия носител, възродиха интереса към професионално-мотивационните атитюди. Познаването на тяхното съдържание дава възможност да разберем по-дълбоко личностното развитие на кандидат-студентите, да прогнозираме резултативността на тяхното поведение, което е особено значимо при определяне на пътищата за тяхното информиране и

помощта, която следва да им се окаже, за да могат те да се съобразят със себе си, да направят информиран, а не стихийен, избор на професия и евентуално да предпочетат ЮЗУ „Неофит Рилски“ за да я получат.

3. ДИЗАЙН НА ЕМПИРИЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

В контекста на коментирания проблемни полета предмет на изследване са *мотивационните атитюди* учениците от гимназиалния етап за продължаване на образованието им. Целта е да се очертаят основните социални, икономически и географски детерминанти на формиращите се професионално-мотивационни атитюди на учениците от югозападния регион на Република България (11-12 клас) и как ЮЗУ „Неофит Рилски“ е представен в структурата на оформящите се през тази възраст професионални намерения.

Контингент на изследване са 100 ученика, обучаващи се в различни училища (Фигура № 1) на Югозападна България и потенциални кандидати в Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград, като 41% мъже и 59% жени.



Фигура № 1.

Изследването е реализирано в периода 01.05.-17.05.2019 година чрез **онлайн анкета**, проучваща мнението на кандидат-студентите в няколко основни направления: обществен престиж на висшето училище, субекти формиращи мнения и нагласи (родители, учители, приятелски кръг и т.н.), наличието на желаната специалност (област на висше образование, професионално направление), социално-икономическия интерес и др.

4. РЕЗУЛТАТИ И АНАЛИЗИ

Направеното анкетно проучване е основание за анализ в няколко основни направление, даващи обща картина на мотивационните атитюди учениците от гимназиалния етап за продължаване на образованието им, част от които ще бъдат коментирани накратко.

В контекста на въпроса *От къде получавате информацията относно възможностите за кандидатстване във висше училище и в частност ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград?* (Фигура № 2), първият фактор, който оказва влияние върху формирането на мотивационните атитюди е „факторът на дружбата“. Обсъждайки своите професионални ориентации с приятелите си учениците срещат подкрепа за самостоятелността си и доказателство за това, че вече са възрастни. Затова и информацията, която идва по този канал е особено значима, тя е почти половината от значимата информация според данните от проведената анкета (48%). По данни от редица психологически изследвания по-голямата част от тези приятели са връстници, които дават възможност на ученика да открие своето второ аз, да прецени и съотнесе своя избор със своя потенциал за развитие през очите на значимия Друг. Това се проявява и в резултатите на още един от избираемите отговори на този въпрос, от който научаваме, че срещата с почти връстниците, които вече са студенти, играят съществена роля при оформянето на професионално-мотивационните атитюди (26%) Този феномен може да се разглежда от два аспекта: първият е отношенията с връстниците и приятелствата като подкрепящи ориентацията в света на специалностите и професиите, а вторият, като път към себепознанието и аргументирането на собствения избор.



Фигура № 2.

Вторият информационен фактор, който оказва влияние върху формирането на професионално-мотивационните атитюди е „интернет-пространството“. Вече не буди съмнение тезата, че влиянието, което оказва интернет върху личността на използващия го ученик е дълбоко и системно. Информацията, която идва до бъдещите кандидат-студенти по този канал, е също особено значима (46%). Очевидно, източникът за информация не е само сайта на университета и дори не толкова той, колкото редица отразени в интернет събития от живота на университета, форуми за обсъждане и споделяне на информация, възможности за сравнителен анализ между университетите. Силата на този фактор се определя и от това, че тук информацията идва до бъдещия кандидат-студент по силата на собствената му търсеща активност.

Третият информационен фактор са учителите, които са част от общата система за професионална ориентация на подрастващите. Именно учителите извършват предварителната професионална диагностика, насочена към диагностика на способностите и интересите на отделния ученик.

Вземането на решение, относно въпроса за започване на *обучението си в ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград*, в най-голяма степен се детерминира от местоположението на университета, като за 55% от респондентите „това, че университетът се намира в моя роден град“ и за 38% от тях, „че се намира в региона, в който живея“ предопределя и намерението за кандидатстване. Един по-задълбочен статистически анализ е основание за извода, че с доста високо факторно тегло (0,72) във факторната матрица, относно този избор е и разнообразието от специалности, предлагани в ЮЗУ „Неофит Рилски“, както и удовлетвореността за налична именно „търсената специалност“ от кандидат-студента. Не е за подценяване и влиянието на мнението и получените положителни отзиви от вече обучаващи се в университета студенти, то е определящо за 21% от кандидатите, както и фактът че 75% от респондентите имат познати, които също кандидатстват в същия университет.

Респондентите споделят и своите предпочитания, относно областта на образование, която е в обсега на техния евентуален бъдещ професионален избор – Фигура № 3. Предпочитанията са насочени в областта на Социалните, стопанските и правните науки, Природните науки, математиката и информатиката, Здравеопазването и спорта и Педагогическите науки, което до известна степен е и в синхрон с водената политика по отношение на търсенето на възможности за засилване на мотивацията и създаването на условия за кандидатстване в направления, приоритетни за държавата.

На базата на корелационен анализ са установени и закономерни и статистически значими връзки между избора на област на висше образование за кандидатстване и очакванията за „високи доходи и социални придобивки от избраната професионална област“ ($r=0,72$ ($p=0,003$)), както и силното влияние на приятелския кръг върху избора на университет ($r=0,68$ ($p=0,013$)),

Интересен е фактът за липсата на връзка между избора на университет за продължаване на образованието и неговата национална и международна репутация ($r=0,12$ ($p=0,017$)), което е повод за размисъл и последващ детайлен анализ в изследователска перспектива.



Фигура № 3.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резултатите от изследването имат практическо значение за повишаване на ефективността на комуникацията на висшето училище с кандидат-студентите и търсенето на възможности за преосмисляне на използваните информационните източници. Очевидно е, че решаващият канал за достигане на информацията до широкия кръг заинтересовани кандидат-студенти са настоящите студенти на ЮЗУ „Неофит Рилски“. На свой ред устойчивите нагласи на последните зависят от това как те възприемат съдържанието на учебния процес във висшето училище (съдържание, форми на организация, методи на обучение), положителния характер на взаимоотношенията им с преподавателите (възможност за неформално общуване по повод на научни или други проблеми, общи преживявания), както и на административното обслужване.

Вторият по значимост канал е интернет, който е и достъпен за управление. Тук бихме могли да говорим за създаване на различни материали, които да покажат предметно-психологическия дизайн и социално-психологическия климат на учебната обстановка в учебните корпуси на ЮЗУ, учебните бази, партньорите в практическата подготовка на студентите, кариерния център, кариерната реализация на вече завършилите студенти.

Третият по значимост канал са учителите на кандидат-студентите. Необходими са информационни срещи на преподаватели от ЮЗУ с учителите и запознаване на учителите с промените в учебните планове и методиките както на традиционните специалности, така и на новите.

Създаването на комплексни програми за работа с кандидат-студентите, които да подкрепят формирането на съответните професионално-мотивационни атитюди би могло да подкрепи съществено ЮЗУ „Неофит Рилски“ в условията на конкуренция между университетите, разположени в Югозападния регион на Република България.

ЛИТЕРАТУРА

- Андреева Г.М. (2009) Социална психология: Учебник для Высших учебных заведений. Аспект Пресс, Москва
- Мухина В. (1998). Возрастная психология. Academia, Москва
- Short, R. H., L. L. Stewin, S. J. H. McCann. (1991). Education Psychology. Canadian perspectives. A Longman Company: Toronto, Ontario, Canada.
- Goetz, T., C. Dweck. (1980). Learned helplessness in social situation. Journal of Personality and Social Psychology, 47, (244-257).
- Taylor, A. R., S. R. Asher. (1985). Goals, Games, and Social Competence: Effects of Sex, Grade Level, and Sociometric Status. Paper presented at the Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development. Toronto, Ontario, Canada.