

УДК 316.42

Нарративный анализ мотивационных структур гражданской активности студенческой молодежи при создании культурно-просветительских обучающих проектов

Юлия В. Андреева¹, Альбина Р. Шакурова², Алия И. Якупова³,
Ирина А. Косокина⁴

¹ Казанский федеральный университет, Казань, Россия

E-mail: andreevsemen@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0689-7760>

² Казанский федеральный университет, Казань, Россия

E-mail: veiy@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2037-6449>

³ Галерея современного искусства ГМИИ РТ, Казань, Россия

E-mail: aina1979@inbox.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3942-2446>

⁴ Казанский федеральный университет, Казань, Россия

E-mail: irina.kosockina@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0402-4926>

DOI: 10.26907/esd.19.1.06

EDN: KAJFGM

Дата поступления: 15 сентября 2023; Дата принятия в печать: 30 января 2024

Аннотация

Современный вуз – пространство профессионального обмена, духовного поиска, становления, развития и саморазвития личности и студентов, и педагогов. Изучение мотивационных структур гражданской активности студенческой молодежи помогает педагогам в поисках обучающих и коммуникативных стратегий, а также способствует проектной деятельности. Студенческая активность рассматривается как сложный процесс социального взаимодействия, включающий коммуникацию и деятельность. В статье представлено исследование мотивационных структур, стимулирующих студентов на проявление активности при участии в культурно-просветительских проектах. Эксперимент, проведенный в феврале–августе 2023 года в Казани, базировался на проведении количественных и качественных методов, включая опрос (158 человек), анализ успешных кейсов, нарративный подход к методу фокус-групп и экспертному интервью. Было выявлено, что мотивационные структуры напрямую зависят от психологического профиля поколений. Так, для поколения X наименее значим мотив «Общение» (3,17 балла) и наиболее значим мотив «Саморазвитие» (4,83 балла). Для поколения Y наименее значим мотив «Презентация, личный бренд» (2,47 балла), а наибольшее значение имеет мотив «Знание» (4,84 балла). Для поколения Z данный параметр, указанный как менее значимый, был оценен в 3,83 балла, наибольшее значение для поколения Z представляет мотив «Саморазвитие» (4,93 балла). У более возрастных респондентов структура мотивов усложняется, расширяя состав образующих мотив компонентов, что приводит к более обоснованному принятию решений. Ведущим для респондентов всех возрастов мотивом участия в культурных проектах стал мотив «Саморазвитие». Результаты исследования прошли апробацию в обучающих программах Высшей школы журналистики Казанского федерального

университета при создании учебных и культурно-просветительских проектов на базе галереи современного искусства ГМИИ РТ, ориентированных на молодежную аудиторию.

Ключевые слова: мотивация, мотивационная структура, нарративный подход, гражданская активность, саморазвитие.

Narrative Analysis of Motivational Structures of Students' Civic Activity in the Cultural and Educational Sphere

Julia Andreeva¹, Albina Shakurova², Aliya Yakupova³, Irina Kosokina⁴

¹ Kazan Federal University, Kazan, Russia

E-mail: andreevsemen@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0689-7760>

² Kazan Federal University, Kazan, Russia

E-mail: veiy@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2037-6449>

³ Modern Art Gallery of the National Museum of Fine Arts of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia

E-mail: aina1979@inbox.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3942-2446>

⁴ Kazan Federal University, Kazan, Russia

E-mail: irina.kosockina@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-0402-4926>

DOI: 10.26907/esd.19.1.06

EDN: KAJFGM

Submitted: 15 September 2023; Accepted: 30 January 2024

Abstract

A modern university is a space for professional exchange, spiritual search, formation, development and self-development of the individual, students and teachers. Studying the motivational structures of student youth's civic engagement helps teachers in the search for teaching and communication strategies, and also contributes to project activities.

Student activity is considered as a complex process of social interaction, including communication and professional activities. The article presents a study of motivational structures that stimulate students to be active in cultural and educational projects. The experiment (February - August 2023, Kazan) was based on quantitative and qualitative methods, including a survey (158 people), analysis of successful cases, application of a narrative approach to the focus group method and expert interviews. It was revealed that motivational structures directly depend on the psychological profile of generations. For Generation X, the least significant motive is "Communication" (3.17 points) and the most significant motive is "Self-development" (4.83 points). For generation Y, the least important motive is "Presentation, personal brand" (2.47 points) and the most important is the "Knowledge" motive (4.84 points). For generation Z, this parameter, indicated as less significant, was rated at 3.83 points, the highest value for generation Z is the motive "Self-development" (4.93 points). For older respondents, the structure of motives becomes more complex, expanding the composition of the components that form the motive, which leads to more informed decision-making. The leading motive for participation in cultural projects for respondents of all ages was "Self-development." The results of the study were tested in training programs by lecturers and students of the High School of Journalism of the Kazan Federal University when creating educational and cultural projects based

on The Contemporary Art Gallery of the National Museum of Fine Arts (Kazan), which is aimed at youth audiences.

Keywords: motivational structures, narrative approach, cultural and educational projects, civic engagement.

Введение

Процесс обучения и воспитания в вузе создает условия для системного развития личности. Российская высшая школа – уникальная среда обучения, передачи знаний, формирования ментальной идентичности, приобщения к культурному коду. Приобщаясь к культурно-просветительским мероприятиям, студенты выступают в роли не только зрителей, но и активных (в цифровом мире все чаще интерактивных) участников перформансов. Педагогический состав Высшей школы журналистики КФУ с 2020 года активно сотрудничает с ГСМИИ РТ, создавая совместные проекты, направленные на воспитание студенческой молодежи, развитие творческих и профессиональных навыков будущих журналистов – специалистов культурных индустрий, медиасферы. Приглашаются для участия в проекты студенты различных направлений: будущие политологи, журналисты, психологи и педагоги, представители творческих профессий – художники, актеры, музыканты. Группа педагогов и научных работников провела исследование природы мотивации студенческой аудитории, исследуя стимулы вовлечения в культурные проекты с целью развития педагогических воспитательных и обучающих программ, развития стратегического сотрудничества вуза и музеев, будущего проектирования совместных эффективных проектов.

Для достижения данной цели был актуализирован ряд вопросов:

1. Как стимулировать конструктивную молодежную активность?
2. Как усиливать включенность (интерактивность) студенческой аудитории в проекты креативной сферы?
3. На какие значимые ценности и смыслы, актуальные для молодежи, базироваться при проектировании и создании учебно-воспитательных креативно-просветительских проектов (мотивирующих, развивающих нарративов)?

Поскольку мотивационные механизмы личности находятся в тесной связи с изменениями среды и в ситуации нестабильности подвержены наиболее активной диффузии, было выдвинуто предположение, что в условиях кризиса на первый план выходят мотивационные комплексы, базирующиеся на экзистенциальных ценностях. Мотивационные комплексы рассмотрены как движущие силы индивидуальной и коллективной деятельности. Активность граждан – феномен сложный, природа его неоднородна по структуре, направленности, имеет резкую социальную полярность, конструктивные или деструктивные формы проявления. Признаком конструктивного проявления становится улучшение социальной коммуникации, соиздание культурно-значимого произведения, улучшение жизни граждан и экологии среды. Признаком деструктивной активности становится нарушение общественного порядка, нравственных, социальных норм. В цифровом мире гражданской активностью можно считать любое проявление единства, синхронности массовых аудиторий как феномена публичного взаимодействия (краудфандинга). Формы проявления активности могут различаться по масштабу, уровню эмоциональной и деятельной включенности масс, могут носить управляемый или спонтанный характер. Студенческая молодежь объединяется, то есть проявляет групповую активность для решения важных, социально-политических и культурных проблем в социальных сетях. Одна из наиболее активных областей проявления активности молодежи, имеющая отношение к воспитанию и обучению молодого

поколения, – сфера креативных индустрий, создающая общественно-значимые культурно-просветительские проекты. Известны краудфандинговые платформы – интернет-комьюнити, которые поддерживают творческие проекты молодых авторов в сфере культурных проектов.

Важность данного направления общественной деятельности в масштабах страны может быть подтверждена объемом государственных субсидий на фонды, поддерживающие культурные инициативы. Так, Фонд культурных инициатив, созданный в 2021 года по инициативе президента РФ, в 2022 году, получив более 10 тыс. заявок, связанных со сферой театра, кино, музыки, литературы, издательского дела, дизайна, моды, архитектуры, мультимедиа технологий, поддержал проектов на 8 млрд рублей, в 2023 и 2024 гг. – по 10 млрд рублей.¹ Для развития креативных индустрий, поддержания конструктивной гражданской активности в сфере культурно-просветительских проектов важно исследовать движущие силы, мотивационные структуры, проявленные на уровне личности и группы. Принимая во внимание особенность развития общества в ситуации цифровой трансформации, опираясь на теорию поколений, можно предположить, что мотивация может зависеть от:

– базовых ценностей и ценностно-смысловых установок личности, разделяемых в сообществах и группах. Повышается важность этого параметра при диффузии иерархии ценностей и их характеристик. Так, ценность «безопасность» становится синонимом «мобильности» (возможность передвижения, удаленности работы), «доступности» (ресурсов, коммуникации, обучения и пр.), «универсальности» (общности языка, контекста знаний и пониманий. На основе общих смыслов экзистенциальных ценностей формируется база культурного кода нации;

– стратегий социального диалога – коммуникаций, правил и приемов создания и архивирования информации;

– стратегий адаптации (выживания), как групповой, так и индивидуальной;

– социальных норм (и их новых проявлений, таких как цифровая этика: этика творчества, обучения, коммуникации в виртуальном пространстве).

Обзор литературы

Проблема гражданской активности исследуется как сложный социальный феномен в трудах отечественных и зарубежных авторов, однако недостаточно исследований посвящено исследованию актуальной для цифрового мира мотивационной структуре, стимулирующей активность аудиторий в креативной сфере. В целом, гражданская активность с позиции педагогики и психологии представлена как управляемая и моделируемая сложная, вариативная стратегия социализации и адаптации личности в современном обществе (Akbarova, 2015; Arendachuk, 2018). В работах зарубежных авторов исследуются также механизмы проявления молодежной активности (Chenneville et al., 2012; Pancer, 2015). Авторы, придерживаясь разных подходов, сходятся во мнении, что данный феномен является сложным, структурным и не поддается директивному управлению. А. С. Гальченко подчеркивает, что в современных условиях неприемлемы авторитарные принципы работы институтов социализации и стоит искать пути формирования гражданской активности через механизмы внутренней мотивации личности (Galchenko, 2019). Вместе

¹ На поддержку творческих проектов правительство выделит 8 млрд рублей // www.asi.org.ru. 2022. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2022/02/16/kak-pravitelstvo-budet-davat-subsidii-na-tvorcheskie-proekty/> (дата обращения: 27.08.2023)

с тем, в ситуации резких трансформаций именно внешняя среда создает условия для саморазвития, адаптации, поиска новых экзистенциальных смыслов.

Проблемы сетевой активности и гражданского сотрудничества нашли отражение в работе А. А. Фролова (Frolov, 2014). В мировой науке *гражданская активность* традиционно рассматривается как деятельное проявление гражданской позиции – участие граждан в общественной жизни. В российской науке это понятие имеет несколько иное значение, рассматривается как социальная активность, направленная на решение широкого спектра социальных, гуманистических проблем, улучшающих жизнь граждан. На наш взгляд, отечественная традиция сужает понятие активности до социальных проявлений, в то время как мировые исследования имеют тенденцию к более широкому представлению явления. «Гражданская активность» в зарубежных концепциях сравнивается с *«гражданской ответственностью»*, групповыми стратегиями управления обществом. В российских исследованиях она связана с понятием *«социальной ответственности»*, то есть действиями в интересах общества, развития и улучшения общественной жизни. Социальная ответственность проявляется в участии в благотворительных акциях, волонтерской деятельности, поддержке социальных, культурных проектов и т. д.

В трудах отечественных исследователей проявляется еще одна тенденция: при достаточно широком распространении понятия «гражданская активность» оно практически не является предметом самостоятельного изучения, а рассматривается преимущественно в контексте идеологического, социального, педагогического, воспитательного, культурно-творческого и иных процессов. Отечественный и зарубежный опыт исследования гражданской активности объединяет признание актуальности изучения феноменологии данного явления из-за усиления влияния граждан на процесс управления обществом в цифровом мире. В основе исследовательского интереса ученых – устойчивые формы и практики, ценности и мотивы объединения граждан в группы для решения общих культурных, социальных и иных задач.

На наш взгляд, гражданская активность в молодежной среде (что до этого не становилось предметом исследований) может быть представлена как часть образовательной концепции вуза, как совокупность действий индивидов и групп, направленных на решение значимых общественных проблем. Так, создание проектов, направленных на просвещение населения, развитие культуры, национального самосознания, приобщение к историческим традициям может также стать важным этапом профессионального становления будущих специалистов в сфере креативных индустрий (журналисты, политологи, культурологи, актеры, художники и пр.)

Цифровые возможности развития креативных индустрий стали предметом нового пула исследований. Так, специфику применения цифровых технологий как новых «культурных орудий», влияющих на формирование мировоззрения современной молодежи, исследовала группа ученых МГУ (Soldatova et al., 2022). Уходя от оценочных суждений («позитивный – негативный»), они предлагают стратегию оптимальности, адаптивности влияния медиа и информационного контента для разных возрастных групп. Исследование стратегий адаптации индивида и групп в мире цифровых технологий были отражены в публикациях группы авторов Казанского университета. Общая идея исследований заключается в том, что невозможно рассматривать ситуацию общественного развития вне влияния информационного поля. Изучая законы развития информационного поля, можно прогнозировать развитие социальной среды, в частности проявлений активности аудиторий (Andreeva & Lipatova, 2021).

Мотивационные механизмы и стратегии социального проявления индивида в цифровом мире исследовал ряд ученых. Технологический подход к исследованию формирования установок личности предлагают Т.С. Гордова и Г. Я. Гревцева, описывая технологии активизации творчества через геймификацию и веб-квесты (Gordova & Grevtseva, 2022). О. В. Дудина обосновывает ценности цифровой социализации уровня цифровой культуры (идеологические, организационные ценности) и цифровое воспитание (ценностный, когнитивный, деятельностный уровень) (Dudina, 2021). Группа российских ученых (А. Б. Холмогорова, Т. В. Авакян и др., 2015) на основе комплексного обследования детей и молодежи сделали вывод о деформации ценностных ориентаций, искажении самоидентичности и изменении стратегий коммуникации (Kholmogorova et al., 2015).

Обоснованию ценностных моделей личности как основ мотивационных структур посвящены работы психологов и педагогов. В. И. Андреев под понятием «ценность» понимал объекты, явления, идеи, «служащие эталоном качества» (Andreev, 2000). Д. А. Леонтьев определял ценность через понятие смысл и значимость, которые он определял как значимые для человека и удовлетворяющие его потребности предметы, абстрактные сущности, мотивационные структуры личности, определяющие ее направленность (Leontiev, 1997). Таким образом, в психологической науке достаточно обоснована идея того, что мотивационные структуры базируются на смыслах и ценностях личности, а ценностные ориентации содержательно характеризуют личность и определяют ее жизненный выбор. Так, Ш. Шварц выделил 10 мотивационно значимых типов ценностей: власть, достижения, гедонизм, стимуляция, самостоятельность, универсализм, доброта, традиции, комфортность и безопасность – и обосновал применение этих ценностей при исследовании мотивации группового поведения (Schwartz, 2005).

Теоретико-методологическая основа исследования включает в себя также и *теорию поколений* Н. Хоуа и В. Штрауса, в основе которой лежит мнение о циклической смене парадигм ценностей и стратегий их реализации (Howe & Strauss, 2008). Е. М. Ожиганова отмечает, что на основе данной теории можно спрогнозировать некоторые тенденции развития общества в социальном и экономическом ракурсе (Ozhiganova, 2015). А. В. Голубинская подчеркивает, что ключевой тезис поколенной аксиологии Хоуа-Штрауса заключается в том, что изменения и различия происходят на уровне стиля мышления, мировоззрения, заданный временными рамками диапазон возможностей и опыта служит основой для формирования и закрепления установок, ценностей, мыслей и поведения представителей поколения (Golubinskaya, 2016). В теориях поколений также обосновывается позиция о том, что люди, рожденные в разные цифровые эпохи, имеют ряд существенных различий. Например, благодаря широкому выбору источников информации, различных способов ее получения в сети у молодежи существует возможность конструирования индивидуальных сценариев актуальных событий. Тогда как для поколения «беби-бумеров» погружение в интернет-пространство часто становится барьером, влекущим за собой ситуацию социального исключения (Eflova et al., 2022). На наш взгляд, ключевые особенности поколений также можно рассмотреть в стратегии компенсаций, восполнения утраченных, знаковых ценностей и миссий. Поколение X, рожденное в ситуации развала СССР, оказалось в ситуации расширения границ, дефицита ресурсов. Поколение Y оказалось в ситуации перехода к цифровой модели коммуникации и глобализации, а поколение Z – в ситуации развития ИИ, размытости культурного кода и идентичности. Ценности и ценностно-смысловые ориентиры поколений весьма различны. Обобщая эти идеи, можно сделать предположение о том, что в основе мотивационных структур гражданской активности

молодой аудитории культурных проектов проявляется «профиль идентичности» поколения и индивидуальный отклик личности на социальные влияния среды. Основой мотивационной структуры могут быть ценности экзистенциального уровня (жизнь, любовь, свобода), а также стремление к сохранению идентичности, стабильности в ситуации неустойчивости и непредсказуемости внешней среды.

Целью исследования становится выявление мотивов, побуждающих молодежную аудиторию проявлять гражданскую активность и приобщаться к современным публичным проектам в сфере культуры и просвещения. Исследуя мотивационные структуры, механизмы привлечения внимания и активности студенческой аудитории в сфере культурно-просветительских проектов, можно выявить общие тенденции социальных проявлений, социального взаимодействия в новом мире. Понимание таких механизмов не только поможет эффективной организации сферы культурно-просветительского досуга, обучения, развития молодежи, но и будет способствовать адаптации человека в мире новых технологий.

Методология исследования

Нарративный подход к созданию и изучению проектов в креативной сфере был обоснован рядом авторов. Так, метод нарративного интервью в психологии развернут М. Уайтом, его «карты нарративной практики» позволяют судить об истории жизни индивида как о социальном конструкте, охватывающем социальную реальность. В социально-психологических экспериментах нарративный подход может быть применен на пилотной стадии исследования для формирования общих мнений, для небольших групп или экспертов, чтобы представить гипотезы понимания исследуемых феноменов. Нарратор беседует с ведущим эксперимент на заданную тему. Акцент делается на личный опыт и мнения, что делает возможным уходить от шаблонов и рационализации. Экспертное интервью в нарративном подходе проведено с автором лекций о С. Дали, исследователем С. Брайловской² и директором ГМИИ РТ Р. Н. Нурғалиевой. В исследовании использован нарративный подход к *методу кейсов* или методу ситуационного анализа. В данном подходе метод используют для описания ценностно-смысловых моделей и мотивационных стимулов в зависимости от направленности вопросов. Н. Е. Харламенкова полагает, что case study обладает преимуществом в случае поиска ответов на вопросы описательного характера (что произошло?) и объяснительного характера (почему случилось?). Нарративный подход исследования позволяет сделать акцент на теме, проблеме, ценностях и смыслах проекта (кейса) (Kharlamenkova, 2010).

В исследовании представлен кейс-анализ студенческого Интерактивного медиаперформанса «Фешин. Музы» (медиаатеатр) и выставки печатной графики Сальвадора Дали «Сюрреализм – это Я» – проектов ГМИИ 2023 года, направленных на молодежную аудиторию и получивших широкий общественный резонанс. Проект «Сюрреализм – это Я» (7.04. – 20.08.23) посетили более 9 тысяч человек, проведено 14 лекций, которые посетили свыше 400 человек, из них 78% отметили позитивные впечатления от «гибридных» мероприятий, в которых экспозиции совмещены с лекцией, концертом, перформансом. 82% отметили, что им важнее всего элементы взаимодействия, групповых акций, интеракций. В целом, по сравнению с 2022 годом, в 2023 году количество посетителей увеличилось на 460 человек.

Опрос был проведен среди целевой группы проектов в июне 2023 года среди посетителей лекции журналиста С. Брайловской «Мальчик-кузнечик: фобии

² <https://izo-museum.ru/modern/vystavki-i-sobyitiya/tsikl-lektsiy-jurnalista-issledovatelya-svetlany-braylovskoy-prosto-o-genealogii>

в творчестве Сальвадора Дали» и выставки печатной графики С. Дали «Сюрреализм – это Я» в Галерее современного искусства ГМИИ РТ. В опросе приняли участие 158 человек, группы представлены по возрасту и отнесены к поколениям: 28 респондентов – представители «беби-бумеров» (рожд. 1943-1963 гг.), 12 респондентов – поколения X (рожд. 1964-1984 гг.), 76 – поколения Y (рожд. 1985-2002 гг.) и 42 – поколения Z (рожд. 2003-2023 гг.).

Опросник состоял из 9 вопросов и был оформлен с помощью Microsoft Forms. Первый вопрос касался поколения, к которому относится респондент согласно теории поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Вопросы оценивались по пятибалльной шкале значимости. Каждый мотив был представлен в виде уточняющего вопроса и краткого наименования. Для оценки респондентам были предложены такие мотивы проявления гражданской активности в культурно-просветительской сфере, как саморазвитие, карьерный рост, самооценка, получение знаний, активность, развитие личного бренда (например, презентация в социальных сетях), общение, близость (принадлежность к группе людей по значимому признаку).

Данные опроса были подвергнуты качественному и количественному анализу. Эмпирическое распределение всех признаков соответствует нормальному распределению, что было установлено графически и при проверке мер центральной тенденции. Корреляционный анализ производился с помощью MS Excel.

Результаты исследования

Анализ кейса

Интерактивный студенческий медиаперформанс «Фешин. Музы» был проведён в марте 2023 г. в VR зале ГСИ ГМИИРТ. Интегративный проект совместил театральный формат, видеоинсталляцию и кинопоказ: история жизни и творчества художника Николая Фешина передается через 2D-видеомаппинг-инсталляцию, развернутую на 180 градусов, и демонстрацию художественно-документального фильма. Премьерный показ посетило 50 человек, второй собрал 71 зрителя (166% и в 233 % от заявленных мест). В ходе нарративного подхода при проведении фокус-групп (приняли участие 9 магистров высшей школы журналистики КФУ) было показано следующее:

- 1) ключевое смысловое сообщение расшифровано как позитивное, поддерживает экзистенциальные ценности (любви, добра, жизни);
- 2) объединяющая эмоция (эмоциональное состояние) – грусть, нежность, восхищение;
- 3) соразмерность информационного воздействия обычной скорости восприятия «Ритм комфортный, достаточно быстро и кратко, внимание полностью сосредоточено на происходящем на сцене»;
- 4) конгруэнтность: визуальное и аудиальное соответствие, равновесие, гармония. «Гармонично, музыка совпадала с визуальным восприятием, складывалась единая композиция»;
- 5) высокая степень согласованности с «знакомой», то есть сформированной картиной мира;
- 6) позитивность стратегий, намерений, мотивационных структур и выбора главного героя;
- 7) новизна воспринимается как «баланс нового и старого, что создает интерес».

Нарративный подход при проведении экспертного интервью. Директор ГМИИ РТ Р. М. Нургалиева подчеркнула важность инициации гражданской активности молодых людей (студентов), на ее взгляд, это базовое условие для стабильности

развития общества: «создает поле преемственности культурных и морально-нравственных традиций, связи между поколениями, что приводит также к эмоциональной стабильности юного поколения, сохранению базовых гуманистических ценностей, способствует поддержанию целостности нации, развитию и укреплению культурной идентичности». Среди мотивационных структур она выделила «исследовательский интерес молодых к истории и культуре, уровень базового образования, эмоциональную увлеченность, которую передают педагоги». ГМИИ РТ поддерживает мотивацию студентов через формат интерактивности, совместности, диалога (а не монолога) с молодой аудиторией, проводя в год десятки знаковых просветительских мероприятий (выставки сопровождаются перформансами, лекциями и другими событиями).

С. Брайловская в ходе интервью высказала мнение о том, что молодые посетители культурных проектов приходят «за интересом, расширением знаний», «им важен эксклюзив: я стараюсь познакомить людей с чем-то, чего они еще не видели», «использую метод сторителлинга: лекции построены по законам драматургии, в них есть интрига, нераскрытый финал (Braylovskaya, 2022). Я предлагаю слушателям продолжить поиск, смотреть фильмы, читать литературу». Молодые люди ценят ораторское искусство и визуальные эффекты. Экспертные интервью также позволяют сделать вывод о том, что мотивационным фактором для молодежной аудитории становится стремление к развитию, получению новых знаний, а также патриотические мысли (о выдающихся соотечественниках) и стремление к единению (поиск единомышленников).

Опрос

В ходе опроса уточнялось мнение экспертов и проверялась гипотеза исследования о зависимости мотивационных стимулов от психологического профиля идентичности поколений. На первом этапе обработки результатов опроса мы вывели среднее значение оценок по каждому из выделенных нами мотивов посещения культурно-просветительских мероприятий.

Разница мотивационной структуры активности в культурно-просветительской сфере заметна при сравнении средних значений по всем выделенным пунктам (см. Рисунок 1). Также можно отметить, что для более старших поколений значимость всех мотивов ниже, чем для более молодых. Например, значимость мотива «Презентация, личный бренд» для поколения Z составляет в среднем 3,83 балла, а для поколения «беби-бумеров» – всего 1,5 балла, то есть более чем в два раза менее значимо. Часть мотивов имеет одинаковую значимость в сравнении с остальными. Например, для поколений Z и X мотив «Знание» – по 4,67 балла, мотив «Карьерный рост» для поколения Z – 4,38, а Y – 4,32 балла. Для поколения «беби-бумеров» менее значим мотив «Презентация, личный бренд» (1,5 балла) и наиболее значимы мотивы «Саморазвитие» (4 балла) и «Знание» (4 балла).

Для поколения X наименее значим мотив «Общение» (3,17 балла) и наиболее значим мотив «Саморазвитие» (4,83 балла). Для поколения Y наименее значим мотив «Презентация, личный бренд» (2,47 балла) и наибольшее значение имеет мотив «Знание» (4,84 балла). Для поколения Z менее значим мотив «Презентация, личный бренд» (3,83 балла), что, однако, является самым высоким показателем среди средних значений по поколениям. Наибольшее значение для поколения Z представляет мотив «Саморазвитие» (4,93 балла).

Качественный анализ результатов опроса также показывает присутствие некоторого сходства ответов поколений «беби-бумеров» и Y и поколений X и Z, что подтверждает идею смены двух противоположных периодов – кризиса и подъёма –

в теории поколений Хоува и Штрауса. Далее нами был проведен корреляционный анализ для выявления зависимостей между принадлежностью к определенному поколению и мотивами (Таблица 1).

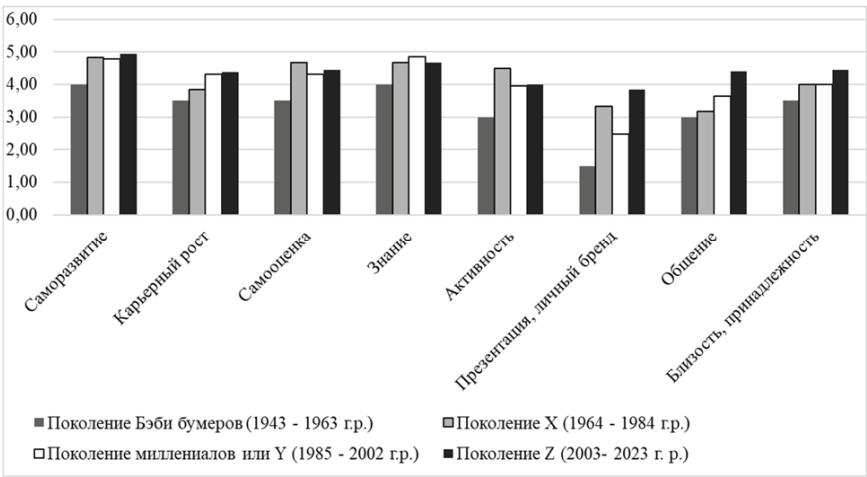


Рисунок 1. Структура мотивации гражданской активности в культурно-просветительской сфере у разных поколений

Таблица 1. Корреляционная матрица мотивации гражданской активности в культурно-просветительской сфере граждан разных поколений

	Поколение	Саморазвитие	Карьерный рост	Самооценка	Знание	Активность	Презентация, личный бренд	Общение	Близость, принадлежность
Поколение		-0,63	-0,33	-0,33	-0,44	-0,20	-0,42	-0,36	-0,27
Саморазвитие	-0,63		0,26	0,41	0,63	0,35	0,43	0,12	0,15
Карьерный рост	-0,33	0,26		0,20	0,32	0,27	0,34	0,42	0,49
Самооценка	-0,33	0,41	0,20		0,45	0,31	0,31	-0,01	0,56
Знание	-0,44	0,63	0,32	0,45		0,31	0,31	0,14	0,27
Активность	-0,20	0,35	0,27	0,31	0,31		0,14	0,13	0,31
Презентация, личный бренд	-0,42	0,43	0,34	0,31	0,31	0,14		0,39	0,32
Общение	-0,36	0,12	0,42	-0,01	0,14	0,13	0,39		0,27
Близость, принадлежность	-0,27	0,15	0,49	0,56	0,27	0,31	0,32	0,27	

Отметим, что высокого (0,7-0,9) и очень высокого (0,9-1) уровня корреляции в ходе статистической обработки результатов опроса выявлено не было. Тем не менее некоторые пункты показали взаимозависимости на среднем уровне значимости (0,5-0,7). К ним относятся «Саморазвитие» и «Знание» ($r=0,63$) и «Близость, принадлежность» и «Самооценка» ($r=0,56$). Отметим, что мотивы «Саморазвитие», «Карьерный рост», «Презентация, личный бренд» и «Знание» на близком к среднему уровню значимости (0,2-0,5) демонстрируют прямую корреляционную связь с 3-4 мотивами. При этом мотив «Саморазвитие» в среднем по выборке оценивают выше всего (4,64 балла). И мотивы «Знание» (4,54 балла), «Самооценка» (4,23 балла), «Карьерный рост» (4,01 балла) также имеют высокую значимость в целом по выборке. Однако «Презентация, личный бренд», напротив, оценивается довольно низко – 2,79 балла. Обратную связь на уровне слабой (0,2-0,5) и средней (0,5-0,7) корреляции показали пункты «Поколения» и все мотивы. То есть, чем старше человек, тем меньшее влияние на него оказывают выделенные мотивы. Эта тенденция была заметна уже при сравнении средних показателей. Наиболее нейтральными из всех мотивов относительно поколений оказались «Активность» ($r=-0,2$) и «Близость, принадлежность» ($r=-0,27$). Наибольшая отрицательная корреляционная связь присутствует между принадлежностью к определенному поколению и мотивом «Саморазвитие» ($r=-0,63$), «Презентация, личный бренд» ($r=-0,42$) и «Общение» ($r=-0,36$). Можно предположить, что более старшие поколения либо строже оценивают свои мотивы, либо их мотивация активности в культурно-просветительской сфере предполагает иную структуру. Однако оба варианта показывают возрастную детерминированность мотивов.

Таким образом, можно сделать вывод, что с возрастом структура мотивов усложняется, расширяя состав образующих мотив компонентов. Можно предположить, что это впоследствии приводит к более обоснованному принятию решений и формированию намерений. В этом аспекте интересно, что ведущим и самым значимым для респондентов всех возрастов мотивом посещения лекции и выставки было именно саморазвитие.

Дискуссионные вопросы

Данное исследование имеет практическую значимость и реализовано в проектной деятельности – в педагогической практике журналистов Казанского федерального университета – продолжает гуманистические традиции журналистского образования Поволжья.

В мировой системе подготовки специалистов медийной сферы также сложились определенные традиции, которые зависят от особенности общественного развития и национального культурного кода. В целом в России закрепилось отношение к подготовке журналистов («инженеров человеческих душ») как представителей особой культуры, от которых в какой-то мере зависит направление развития общественных процессов. Исследование мотивационных основ, базирующихся на ценностях жизни и развития, перекликается с идеями европейских исследователей (в частности, школы Франции и Германии).

Педагогическая концепция обучения современных журналистов в системе «высоких ценностей», гуманистических идеалов, общественно значимых ценностных ориентиров для развития профессиональной идентичности журналиста стала предметом глубоких исследований, темой дискуссий, обсуждений в открытых научных форумах Высшей школы журналистики Санкт-Петербургского государственного университета (Grishanina, 2021)

Создание нарратива креативного, развивающего проекта, основанного на ценностях жизни и развития, синхронны идеям Джулии Эветтс (Evetts, 2011). Исследования Эветтс показали, что значимые для человека мотивы отражают ключевые смыслы национальной картины мира, что создает возможность глубокого восприятия медиатекста. Данное исследование расширяет представление о возможностях использования методов нарративного анализа, предложенного М. Уайтом (White, 2003). В частности, представлена технология проектирования обучающих проектов с применением нарративного подхода и применением исследования мотивационных систем для студенческой аудитории.

Вместе с тем исследование продолжает традиции исследования картины мира и систем мотивации активности с позиции различных поколений (Howe & Strauss, 2008), развивая идею о том, что в ситуации стресса и нестабильности представители разных поколений опираются на разные ценностно-смысловые модели.

В ходе исследования была подтверждена гипотеза о единой природе мотивации гражданской активности студенческой молодежи независимо от сферы проявления (общество, экология, культура). Обосновано применение нарративного подхода в методе кейсов, экспертном интервью. Методы нарративного анализа позволили дифференцировать мотивационные структуры, уточняя ценностно-смысловые конструкторы. Проведенные опросы позволили выявить, что в числе мотивационных стратегий гражданской активности – реакции на стимулы внешней среды (резонансные, кризисные события), которые формируются как способ адаптации к ситуации с учетом личных ценностей и смыслов, а также отражают модели идентичности поколений. Активность молодежной аудитории базируется на стремлении к достижению общей потребности в безопасности, в мотивационной структуре значимой становится потребность в саморазвитии, применимости знаний (картерный рост), общении и близости (принадлежности). Молодежной аудитории для саморазвития важно проявлять себя и рассказывать о событии в информационном поле (значимость мотива «Презентация, личный бренд» для поколения Z более чем в два раза выше, чем для поколения «беби-бумеров»). Для молодежной аудитории стимулом правления активности становится не причастность к культурному коду, а стремление на основе знаний и пониманий о культуре проявлять индивидуальность: «обрести свободу, сделав самостоятельный выбор».

Следует отметить некоторые ограничения, важные для понимания результатов исследования. Поскольку респонденты сами оценивали свои внутренние мотивы, то результаты опросов могут быть оценены как субъективные и актуальные лишь для настоящего времени. Представленные в результатах мотивационные структуры могут динамично меняться под влиянием активных внешних и внутренних процессов. Таким образом, исследование носит контекстный характер, не может претендовать на высокий уровень обобщения и прогнозов. Данное исследование направлено на создание актуального кейса методик, которые можно применять при создании культурно-просветительских проектов для привлечения к ним интереса, для повышения уровня значимости обучающих проектов.

Заключение

Культурно-просветительская сфера является важной составляющей педагогической стратегии вуза, развития гражданской активности студенчества. Структура мотивов гражданской активности в культурно-просветительской сфере молодежи неоднородна для разных поколений. Студенты склонны выше оценивать значимость мотивов саморазвития, получению новых знаний, включенности в социальные группы, лидерства и стремления к публичной презентации. Таким образом,

проектирование воспитательной и просветительской работы со студенческой аудиторией может базироваться на понимании данных мотивационных структур. Так, проведенные исследования подтвердили гипотезу о том, что в основе гражданской активности в культурно-просветительской сфере молодежной студенческой аудитории находятся мотивационные структуры как реакции на стимулы внешней среды, проявленные на индивидуальном и групповом уровне, как стратегии адаптации с учетом личных ценностей и смыслов.

При педагогическом проектировании креативных, развивающих проектов важно создавать нарратив, опираясь на принятые в студенческой аудитории смыслы экзистенциальных ценностей как культурного кода поколения. На мотивационные структуры влияют также групповые и индивидуальные стратегии адаптации (выживания) и социальные нормы, цифровая эстетика и этика.

Комментарий об открытом доступе к данным, этике, конфликте интересов

Заявленная работа не имеет отношение к коммерческим продуктам, отсутствует конфликт интересов.

Доступ к аудиозаписям и транскриптам интервью можно получить по запросу авторам статьи. Статистика и таблицы экспериментов, а также визуальные материалы по представленным кейсам, фрагменты интервью представлены здесь: <https://disk.yandex.ru/d/dUPo-lPrl5oJag>. Опрос был проведен при соблюдении условий полной анонимности. Все участники исследования были осведомлены о том, как и в каких целях будет обрабатываться информация их интервью, запись интервью на диктофон производилась только с их согласия. Анализ интервью производился в обобщенном виде, обеспечена конфиденциальность личных данных.

Благодарности

Работа выполнена за счет средств Программы стратегического академического лидерства Казанского (Приволжского) федерального университета («Приоритет-2030»).

Список литературы

- Акбарова, А. А. Социальная активность как элемент социального самоопределения молодежи // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. – 2015. – Т. 4. – №. 1 (13). – С. 41–45.
- Андреев, В. И. Педагогика: учебный курс для творческого саморазвития. – Казань: Центр инновационных технологий, 2000. – 608 с.
- Андреева, Ю. В., Липатова, А. В. Факторы влияния политических традиций на технологии конструирования медиаобраза регионального лидера // Вопросы политологии. – 2021. – Т. 11. – № 11(75). – С. 3078–3084. – DOI:10.35775/PSI.2021.75.11.010
- Арендчук, И. В. Динамика ценностно-смысловых характеристик социальной активности современной молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2018. – Т. 15. – №. 3. – С. 287–307. – DOI:10.22363/2313-1683-2018-15-3-287-307
- Брайловская, С. А. Любовь и ненависть [Электронный ресурс] // Журнал «Казань». – 2022. – URL: <https://kazan-journal.ru/news/kazan-i-kazantsyi/lyubov-i-nenavist-rokovaya-lavstori-v-dome-ushkovykh> (дата обращения: 15.08.2023)
- Гальченко, А. С. Особенности мотивационной структуры гражданской активности подростков с разным статусом гражданской идентичности // Вестник Мининского университета. – 2019. – Т. 7. – №. 3. – С. 8. – DOI: 10.26795/2307-1281-2019-7-3-8
- Голубинская, А. В. К вопросу о поколенной модели Хоува-Штрауса [Электронный ресурс] // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2016. – Т. 2. – №. 1. –

- С. 98–101. – URL: <http://intjournal.ru/k-voprosu-o-pokolennoj-modeli-houva-shtrausa/> (дата обращения: 15.08.2023)
- Гордова, Т. С., Гревцева, Г. Я. Формирование профессиональной направленности личности в условиях меняющегося мира профессий // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2022. – Т. 14. – №. 1. – С. 114–124. – DOI:10.7442/2071-9620-2022-14-1-114-124
- Гришанина, А. Н. Приемы портретирования в преподавании журналистики // Век информации. – 2021. – Т. 9. – № 2. – С. 33–43
- Дудина, О. В. К вопросу о структуре цифровой социализации в контексте современного образования // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2021. – №. 3(112). – С. 161–166. – DOI:10.37972/chgpu.2021.112.3.020
- Ефлова, М. Ю., Виноградова, Ю. В., Витушкин, А. В. Ценности молодежи в условиях цифровизации: поколенческий анализ // Казанский социально-гуманитарный вестник. – 2022. – № 6(57). – С. 52–56. – DOI:10.26907/2079-5912.2022.6.52-56
- Леонтьев, Д. А. От социальных ценностей к личностным: социогенез и феноменология ценностной регуляции деятельности (статья вторая) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14, Психология. – 1997. – № 1. – С. 20–27.
- Ожиганова, Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения [Электронный ресурс] // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – №. 1. – С. 94–97. – URL: <https://bibs-science.ru/articles/ar550.pdf> (дата обращения: 15.08.2023)
- Солдатова, Г. У., Рассказова, Е. И., Вишнева, А. Е., Теславская, О. И., Чигарькова, С. В. Рожденные цифровыми: семейный контекст и когнитивное развитие. – М.: Акрополь, 2022. – 356 с.
- Фролов, А. А. Механизмы осуществления гражданской активности // Власть. – 2014. – Т. 22. – №. 10. – С. 61–65.
- Харламенкова, Н. Е. Case study как метод исследования личности // Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы. – 2010. – С. 747–752. – URL: https://psyjournals.ru/nonserialpublications/exp_collection/contents/34798
- Холмогорова, А. Б., Авакян, Т. В., Клименкова, Е. Н., Малюкова, Д. А. Общение в интернете и социальная тревожность у подростков из разных социальных групп // Консультативная психология и психотерапия. – 2015. – Т. 23. – №. 4. – С. 102–129. – DOI:10.17759/cpr.2015230407
- Шварц, С. Х. Основные человеческие ценности: их содержание и структура по странам // Ценности и правила поведения в организациях / ред. А. Тамайо, Ж. Б. Порто. – Петрополис, Бразилия: Возес, 2005. – С. 21–55.
- Chenneville, T., Toler, S., Gaskin-Butler, V. T. Civic engagement in the field of psychology // Journal of the Scholarship of Teaching and Learning. – 2012. – Vol. 12. – No. 4. – P. 58–75. – URL: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/josotl/article/view/3142>
- Evetts, J. A new professionalism? Challenges and opportunities // Current sociology. – 2011. – Vol. 59. – No. 4. – P. 406–422. – DOI:10.1177/0011392111402585
- Howe, N., Strauss, W. Millennials & K-12 Schools. – Fairfax: LifeCourse Associates, 2008. – 128 p.
- Pancer, S. M. The psychology of citizenship and civic engagement. – Oxford: Oxford University Press, 2015. – 211 p.
- White, M. Narrative practice and community assignments // The International Journal of Narrative Therapy and Community Work. – 2003. – Vol. 2003. – No. 2. – P. 17–55.

References

- Akbarova, A. A. (2015). Social activity as an element of the youth social self-identification. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya – Izvestiya of Saratov University. Educational Acmeology. Developmental Psychology*, 4(1(13)), 41–45.
- Andreev, V. I. (2000). *Pedagogy: A training course for creative self-development*. Tsentr innovatsionnykh tekhnologiy.
- Andreeva, Yu. V., & Lipatova, A. V. (2021). Factors of the influence of political traditions on the technology of designing the media image of a regional leader. *Voprosy politologii – Political Science Issues*, 11(11(75)), 3078–3084. <https://doi.org/10.35775/PSI.2021.75.11.010>

- Arendachuk, I. V. (2018). Dynamics of value and meaning characteristics of social activity of modern youth. *Vestnik Rossiyskogo universiteta družby narodov. Seriya: Psikhologiya i pedagogika – RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 15(3), 287–307. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2018-15-3-287-307>
- Braylovskaya, S. A. (2022). Love and hate. *Kazan Magazine*. <https://kazan-journal.ru/news/kazan-i-kazantsyi/lyubov-i-nenavist-rokovaya-lavstori-v-dome-ushkovykh>
- Chenneville, T., Toler, S., & Gaskin-Butler, V. T. (2012). Civic engagement in the field of psychology. *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*, 12(4), 58–75. <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/josotl/article/view/3142>
- Dudina, O. V. (2021). Digital socialization structure in modern education. *Vestnik Chuvashskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. I. Ya. Yakovlev – I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University Bulletin*, 3(112), 161–166. <https://doi.org/10.37972/chgpu.2021.112.3.020>
- Eflova, M. Yu., Vinogradova, Yu. V., & Vitushkin, A. V. (2022). Youth values in digitalization: Generational analysis. *Kazanskiy sotsial'no-gumanitarnyy vestnik – The Kazan Socially-Humanitarian Bulletin*, 6(57), 52–56. <https://doi.org/10.26907/2079-5912.2022.6.52-56>
- Evetts, J. (2011). A new professionalism? Challenges and opportunities. *Current sociology*, 59(4), 406–422. <https://doi.org/10.1177/0011392111402585>
- Frolov, A. A. (2014). Mechanisms of Civic Engagement. *Vlast' – The Authority*, 22(10), 61–65. <https://jour.fnisc.ru/index.php/vlast/article/view/2734>
- Galchenko, A. S. (2019). Features of motivational structure of civil activity of teenagers with different status of civil identity. *Vestnik Mininskogo Universiteta – Vestnik of Minin University*, 7(3), 8. <https://doi.org/10.26795/2307-1281-2019-7-3-8>
- Golubinskaya, A. V. (2016). The question of generational models Hove-Strauss. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i yestestvennykh nauk – International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2(1), 98–101. <http://intjournal.ru/k-voprosu-o-pokolennoj-modeli-houva-shtrausa/>
- Gordova, T. S., & Grevtseva, G. Ya. (2022). Forming the professional direction of personality in the conditions of the changing professional world. *Sovremennaya vysshaya shkola: innovatsionnyy aspekt – Contemporary Higher Education: Innovative Aspects*, 14(1), 114–124. <https://doi.org/10.7442/2071-9620-2022-14-1-114-124>
- Grishanina, A. N. (2021). Portraying techniques in teaching journalism. *Vek informatsii – Information Age*, 9(2), 33–43.
- Howe, N., & Strauss, W. (2008). *Millennials & K-12 Schools*. LifeCourse Associates.
- Kharlamenkova, N. E. (2010). Case study as a method of personality research. In *Experimental Psychology in Russia* (pp. 747–752). https://psyjournals.ru/nonserialpublications/exp_collection/contents/34798
- Kholmogorova, A. B., Avakyan, T. V., Klimenkova, E. N., & Malyukova, D. A. (2015). Internet communication and social anxiety among different social groups of adolescents. *Konsul'tativnaya psikhologiya i psihoterapiya – Counseling Psychology and Psychotherapy*, 23(4), 102–129. <https://doi.org/10.17759/cpp.2015230407>
- Leontiev, D. A. (1997). From social values to personal ones: Sociogenesis and phenomenology of value regulation of activity (article two). *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psikhologiya – Lomonosov Psychology Journal*, 1, 20–27.
- Ozhiganova, E. M. (2015). Straus Howe Generational theory. Opportunities of practical application. *Biznes-obrazovaniye v ekonomike znaniy – Business Education in the Knowledge Economy*, 1, 94–97. <https://bibs-science.ru/articles/ar550.pdf>
- Pancer, S. M. (2015). *The psychology of citizenship and civic engagement*. Oxford University Press.
- Schwartz, S. H. (2005). Basic human values: Their content and structure across countries. In A. Tamayo, J. B. Porto (Eds.), *Values and Behavior in Organizations* (pp. 21–55). Vozes.
- Soldatova, G. U., Rasskazova, E. I., Vishneva, A. E., Teslavskaya, O. I., & Chigarkova, S. V. (2022). *Born digital: Family context and cognitive development*. Akropol Publishing House.
- White, M. (2003). Narrative practice and community assignments. *The International Journal of Narrative Therapy and Community Work*, 2003(2), 17–55.