

A KÖZÉPISKOLÁSOK HAZAI ÉS KÜLFÖLDI TOVÁBBTANULÁSÁNAK MOTIVÁCIÓJA AZ ÉSZAK-ALFÖLDI RÉGIÓBAN

MOTIVATION OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS TO CONTINUE THEIR STUDIES
IN HUNGARY AND ABROAD IN THE REGION OF NORTHERN GREAT PLAIN

Gulyás Dávid, Maklári Bálint

ÖSSZEFOGLALÁS

Az érettségi előtt álló középiskolások életük egyik legnehezebb döntését hozzák meg azzal, hogy továbbtanulnak-e vagy sem. A KSH adatai szerint 2020-ban nappali és felnőttoktatásban 67,5 ezren tettek sikeres érettségi vizsgát. A 2020 szeptemberében induló képzésekre pedig 91,5 ezren felvételiztek. Ehhez képest a 2021 szeptemberében induló képzésekre jelentkezettek száma átlépte a 100 ezret is (101 878 fő).

Kutatásunk elsődleges célja az észak-alföldi középiskolások továbbtanulási motivációjának vizsgálata és elemzése. Arra keressük a választ, hogy mik azok a legfőbb tényezők, amelyek arra buzdítják a fiatalokat, hogy továbbtanuljanak. A vizsgálatunk kiterjed a külföldi továbbtanulás lehetőségére is. Kutatásunk célcsoportja tehát azon 16-19 éves észak-alföldi (Jász-Nagykun-Szolnok megye, Hajdú-Bihar megye, Szabolcs-Szatmár-Bereg megye) középiskolások, akik 1-2 éven belül érettségizni szeretnének. A kutatásainkat online kérdőív segítségével végeztük el, amelyre 348 válasz érkezett. Az eredmények alapján a feltételezésünk, miszerint a középiskolások nagy része tervez továbbtanulni a sikeres érettségi vizsga letétele után, igaznak bizonyult. Cikkünkben nem utolsó sorban kitérünk a felsőoktatás expanziójának és piacodásának folyamatára, illetve Deci és Ryan motivációs elméletét alapul véve vizsgáljuk a továbbtanulási motívációk eloszlását.

Kulcsszavak: felsőoktatás, motiváció, továbbtanulás

ABSTRACT

Secondary-school students, who stand before matura examination, are making their one of the most difficult decisions of their lives on whether or not to continue their studies. According to the data of the KSH (Central Statistical Office), in 2020 67.5 thousand students passed the matura examination in full-time and adult education. As of September 2020, 91458 students enrolled in higher education. In comparison, the number of applicants for higher education trainings starting in September 2021 exceeded 100,000 (101,878).

The primary goal of our research is to examine and analyze the motivation of secondary school students in the region of Northern Great Plain who continue their studies. We are looking for the main factors that encourage young people to continue their education. Our research also includes those who are going to continue their studies abroad. Therefore the target group of our examination is 16-19 year-old secondary school students from the region of the Northern Great Plain (Jász-Nagykun-Szolnok county, Hajdú-Bihar county, Szabolcs-Szatmár-Bereg county) who intend to take their school leaving exams within 1-2 years. Our studies were conducted by using an online questionnaire to which 348 responses have been received. Based on the results, our assumption is that the majority of high school students are planning to continue their studies after passing their matura exam has been proved to be true. Last but not least, we take a glimpse at the expansion and marketization of higher education and examine the distribution of further education motivations based on the motivation theory of Deci and Ryan.

Keywords: higher education, motivation, further education

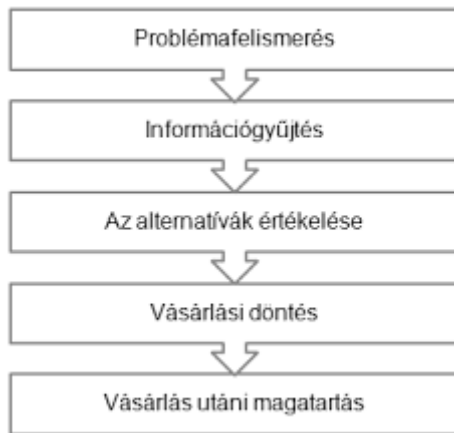
BEVEZETÉS

Ahhoz, hogy a jelenlegi továbbtanulási tendenciákat és az ezek mögött rejlő belső és külső motivációkat megvizsgálhassuk, ismernünk kell az elmúlt 30 év felsőoktatási rendszerében történt 2 legfontosabb folyamatot, a felsőoktatás expanzióját, illetve annak piacodosását.

A felsőoktatás területén tapasztalt expanzió, azaz tömegessé válás a kilencvenes évek második felében zajlott a legnagyobb ütemben, fokozatosan kialakítva a ma ismert modellt (ROBERTS – FÁBRY, 2004). Míg korábban a népesség nagyon szűk rétege, mindössze 10-15%-a kerülhetett be az egyetemekre és főiskolákra, napjainkban már tíz jelentkező közül hét sikerrel veszi a felvételi akadályt. A lankadatlanul tűnő továbbtanulási kedv mögött oktatáspolitikai, társadalmi és fejlődés-lélektani okok húzódnak meg (SZABÓ, 2008).

Vitathatatlan tehát, hogy az értelmiségi életpályára készülők oktatási intézményeinek rekrutációs bázisa kiszélesedett, a korábban tapasztalt hallgatói homogenitást a sokszínűség váltotta fel, mely a motivációkban is megmutatkozik. „A jelentkezés elhatározásának motivációs mozgatórugói árnyaltabbak lettek, hiszen számos embernek olyanok, akiknek értékszempontjai, távlati perspektívái lényegesen eltérnek az egyértelműbb értelmiségi pályaképpel rendelkezőkétől.” (ROBERTS – FÁBRY, 2004).

A másik kiemelten fontos folyamat pedig a felsőoktatás piacodosása. A magyar felsőoktatás elkezdett szolgáltató ágazatként működni, intézmények közötti versenyhelyzet alakult ki. Az egyetemek, főiskolák felismerték a marketing fontosságát, a leendő tanulók igényeinek felmérésének szükségességét. A kitűzött cél az elvárásokhoz igazodó oktatási modell kialakítása lett (KOMÁROMI – LEHOTA, 2002). A kínálati oldal mellett a keresleti oldalon is új, a felsőoktatás területén eddig alig jellemző folyamatok váltak jelentőssé. Az expanzió miatt jelentősen nőtt a választási lehetőség, több egyetem és főiskola kínál jóval több képzési szakot. Így maga a választás folyamata is bonyolultabbá vált, mely leghatékonyabban az Engel-féle ötlépcsős vásárlási modellel írható le (RÁMHÁP, 2017).



1. ábra: Engel-féle ötlépcsős vásárlási modell

Forrás: KOTLER, 2006

A döntési folyamat első lépése a problémafelismerés. Ekkor jelenik meg a kielégítendő szükséglet, mely esetünkben a továbbtanulás iránti vágy. Kérdés azonban, hogy a felsőoktatásban való részvétel alternatív költségei (későbbi bekapcsolódás a munkaerőpiacra, anyagi függetlenség megteremtésének lehetősége időben eltolódik) mekkorák, illetve, hogy a belőle származó határhaszon nagyobb-e a határköltségnél. Ezek a tényezők természetesen egyenként differenciáltak. Az első szakaszban még csak a probléma meghatározása történik meg, a konkrétumok

(mely intézmény mely képzési formája kerül majd kiválasztásra), még nem körülhatárolhatóak. Az információkeresés szakaszának célja, hogy a vásárló minél többet tudjon meg a piacon fellelhető szolgáltatásokról. A felvételi rangsorok, felsőoktatást figyelő kiadványok, nyílt napok, pályaválasztási tanácsadás szerepe jelentős ebben a szakaszban. Ezt követően a fogyasztó, jelen esetben a felsőoktatásban részt venni kívánó egyén értékeli az egyes alternatívákat, összegzi benyomásait. A vásárlási döntés szakaszában történik meg a kiválasztás, azonban a felvételi eljárás sajátossága miatt nem biztos, hogy az első helyen megjelölt intézménybe, szakra kerül be az illető. A döntés minden pontja igényli a megfontoltságot és a körültekintést. A vásárlás utáni magatartás jelen esetben akkor figyelhető meg, mikor a hallgató az intézménybe kerül, s személyesen is megtapasztalja annak minőségét, színvonalát, és amennyiben elégedetlen, akár szakot, intézményt is válthat, kiléphet a felsőoktatásból. A végzett hallgatók munkaerőpiacra kerülése pedig a szolgáltatás eredménye (RÁMHÁP, 2017).

Az expanzió és a piacosodás folyamatának megismerését követően már konkrét megállapításokat tehetünk a továbbtanulási kedv egyéni mozgatórugóit illetően is. A magas továbbtanulási hajlandóság okait keresve megállapíthatjuk, hogy a belső motivációs tényezők, mint az ambíció, céltudatosság kiemelt fontosságúak. Ez a fajta értékrendszer általánosan jellemző a Z generációra. Számos Z generációt érintő elemzés visszaköszönő eleme, hogy a korosztály tagjai karrierista életszemléletűek, ebből következően magas elvárásokat támasztanak önmagukkal szemben, fontos számukra, hogy személyes érdeklődésüknek megfelelő pályát válasszanak (SCHOLZ – HASPINGER, 2017).

További jelentős tényező az egyén mikrokönyezete, azon belül is a legszűkebb társadalmi közeg, a család hatása. A szülők társadalmi-gazdasági helyzete, továbbá iskolai végzettsége meghatározza a továbbtanulást érintő döntéseket. Általános tendencia az, hogy a szülők iskolázottságának emelkedésével egyre erősebb lesz a továbbtanulásra való ösztönzés, felsőoktatási tanulmányok folytatásának elvárása. Statisztikailag kimutatható, hogy a szülők legalább ugyanolyan, de még gyakrabban jobb minőségű iskolázást kívánnak biztosítani gyerekeiknek, mint amilyenben ők részesültek. A szociológiai szakirodalomban ezt a társadalmi folyamatot egylépcsős vertikális társadalmi mobilitásnak nevezik (FORRAY – KOZMA, 1992). „Ha a népesség tanulni kezd, mihamarabb még több képzést akar. Az oktatás iránti társadalmi igény elkerülhetetlenül hatványozódik, tekintet nélkül arra, mi történik a gazdasági életben, történt-e változás az oktatás rendelkezésre álló erőforrásaiban.” (COOMBS, 1971).

Végül pedig meg kell említenünk a pályaválasztás területi aspektusait is. Lényeges, hogy az egyének milyen oktatási intézményeket ismernek, s tudnak lakóhelyükről reálisan elérni. A továbbtanulási hajlandóság ilyen területi vizsgálatát a nemzetközi szakirodalomban oktatásökológiai kutatásnak nevezik (FORRAY – KOZMA, 1992).

Tanulmányunk kitér a külföldi továbbtanulás mozgatórugóira is, melyhez szintén meg kell ismernünk egy évtizedek óta tartó felsőoktatási folyamatot, a felsőoktatás nemzetközivé válását. A külföldi hallgatók száma Magyarországon dinamikusan növekszik, s egyre inkább fokozódó verseny indult meg ezekért a hallgatókért is az egyetemek körében. A magyar középiskolások között egyre nagyobb azon tanulók részaránya, akik nem csupán egy-egy félévet szeretnének külföldön teljesíteni, de az egész felsőoktatási képzésüket külföldön képzelik el. A külföldi továbbtanulás költségei kétségtelenül magasabbak a hazainál, így akik mégis ezt a továbbtanulási formát választják, azok bizonyára erőteljesebb motivációkkal rendelkeznek.

Szakirodalmi áttekintésünk végén egy motiváció elméletet említenénk meg a nemzetközi szakirodalomból, melynek tükrében folytattuk le kutatásunkat.

Edward L. Deci és Richard M. Ryan munkásságának központi eleme a motiváció lehatárolása annak iránya szerint, megkülönböztetve ezzel a külső (extrinzik) és belső (intrinzik) motivációt.

A külső motiváció lényege, hogy a tevékenység végrehajtásával egy bizonyos következményt szeretnénk elérni. A leggyakoribb hajtóerő az anyagi jutalom, a társas normáknak való megfelelés, illetve a büntetések, kritikák elkerülése.

A külső motiváció ellentéte a belső motiváció, ilyenkor a viselkedést a tudásvágy, érdeklődés vezérli, hajtóerő még a személyes kihívások keresése. Az egyén igyekszik szélesíteni látókörét, kielégíteni intellektuális igényeit. A belsőleg motivált személyek a cselekvés végrehajtásáért cserébe nem igényelnek jutalmazást, hiszen a tevékenységet kizárólag önmagukért, nem pedig valamilyen kifejezett következmény miatt végzik.

Deci és Ryan fontos alaptétele, hogy a motiváció alakítható, egy motivációval nem rendelkező egyénnél megfelelő mennyiségű külső tényező segítségével előbb a külső motiváció, azt követően fokozatosan a belső motiváció is kialakítható (DECI – RYAN, 2000).

ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

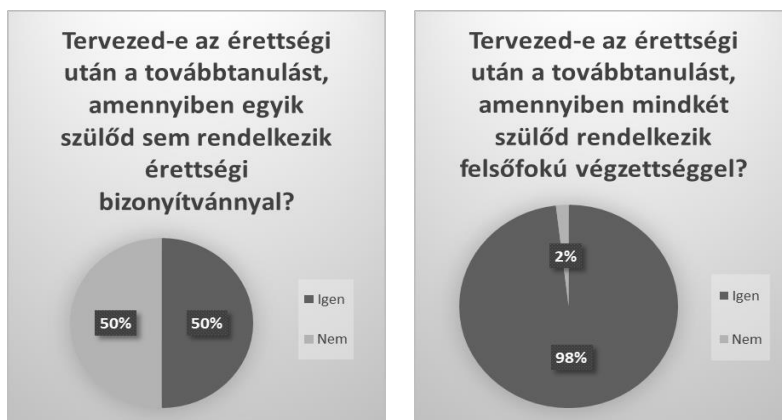
Az észak-alföldi középiskolások továbbtanulási motivációinak vizsgálatához szekunder adatgyűjtést és primer kutatást folytattunk. A szekunder adatgyűjtés során a Központi Statisztikai Hivatal adatait hívtuk segítségül.

A primer kutatásunkat online kérdőív segítségével végeztük el, melyre 348 válasz érkezett. Az adatfelvételre 2021. április 14. és 21. között került sor, a kapott eredmények nem tekinthetők reprezentatívnak. A kérdőív kitért arra a kérdésre is, hogy a középiskolások külföldön tervezik-e a továbbtanulást. A célcsoport azonosítása végett a felmérés első 5 kérdése demográfiai vonatkozású. Ezek a kérdések egyúttal azt a célt is szolgálták, hogy csak a célcsoportnak megfelelő, 16-19 éves, az észak-alföldi régióban élő középiskolások vegyenek részt a kutatásban. A kérdőívben a középiskolások több válaszlehetőség közül választhatták ki a rájuk legjobban illő egy vagy több állítást.

EREDMÉNYEK

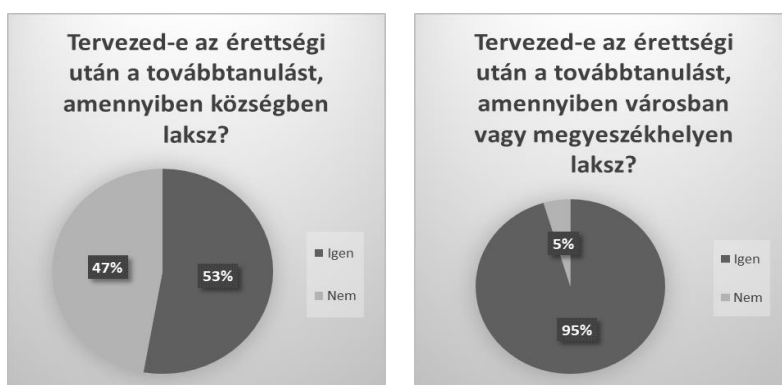
A demográfiai kérdésekre adott válaszokat a középiskolások továbbtanulási szándékával összevetve megállapíthatjuk, hogy ahol a szülők magasabb fokú végzettséggel rendelkeznek, ott a gyermekeik is nagyobb hajlandóságot mutatnak a továbbtanulás felé. A teljes mintát nézve azt az eredményt kaptuk, hogy a középiskolások 82%-a tervezi a továbbtanulást. A két legszélsőségesebb esetet (egyik szülő sem rendelkezik érettségi bizonyítvánnyal, mindkét szülő rendelkezik felsőfokú végzettséggel) tanulmányozva eltérő számokat látunk. 30 válaszadónak az egyik szülője sem rendelkezik érettségi bizonyítvánnyal. Náluk a továbbtanulási hajlandóság aránya 50%, azaz 15 tanuló képzeli el a jövőjét a felsőoktatásban. 107 tanuló esetében mindkét szülő rendelkezik felsőfokú végzettséggel, itt a válaszadók 98,1%-a, azaz 105 válaszadó tervezi, hogy érettség után továbbtanul (2. ábra).

A következő kérdés, amire a választ kerestük, hogy a megyeszékhelyekről, illetve városokból arányaiban véve többen jelentkeznek-e a felsőoktatásba, mint a kistelepülésekről. Mivel az online kérdőívünk eredménye nem mutatott jelentős eltérést a városi (95,5% a továbbtanulási szándék), illetve a megyeszékhelyen élő (95,3% a továbbtanulási szándék) fiatalok között, így erről a két településtípusról összegezve fogunk beszélni. A községekben élő fiatalokat azonban már nem sorolhatjuk az előbb említett két típushoz e tekintetben. A 348 válaszadóból 108-an lagnak községben. Közülük 57-en szeretnének valamely felsőoktatási intézménybe jelentkezni, ami arányosítva alig több, mint 50%. Így az állítás, miszerint a községen élő fiatalok körében alacsonyabb a továbbtanulási szándék, mint a városi fiatalok körében, igaznak bizonyult (3. ábra).



2. ábra: **Továbbtanulási szándék a szülők iskolázottságának fényében**

Forrás: Saját kutatás (2021)

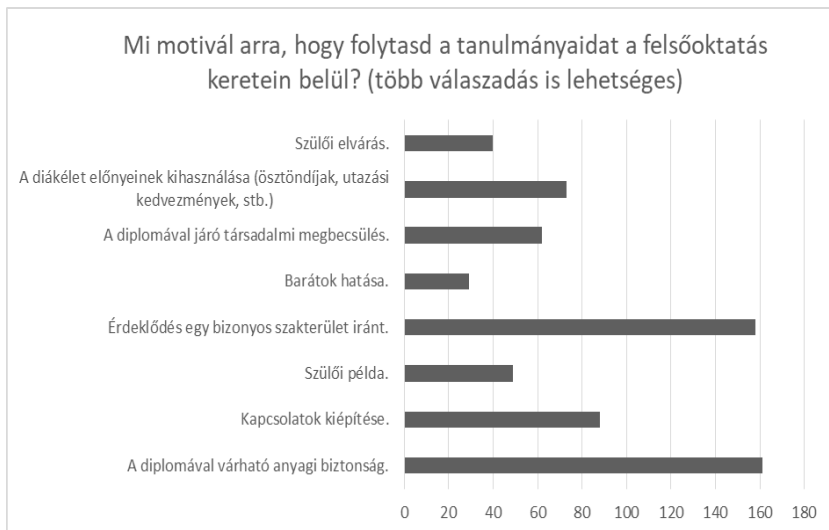


3. ábra: **Továbbtanulási szándék a lakóhely típusától függően**

Forrás: Saját kutatás (2021)

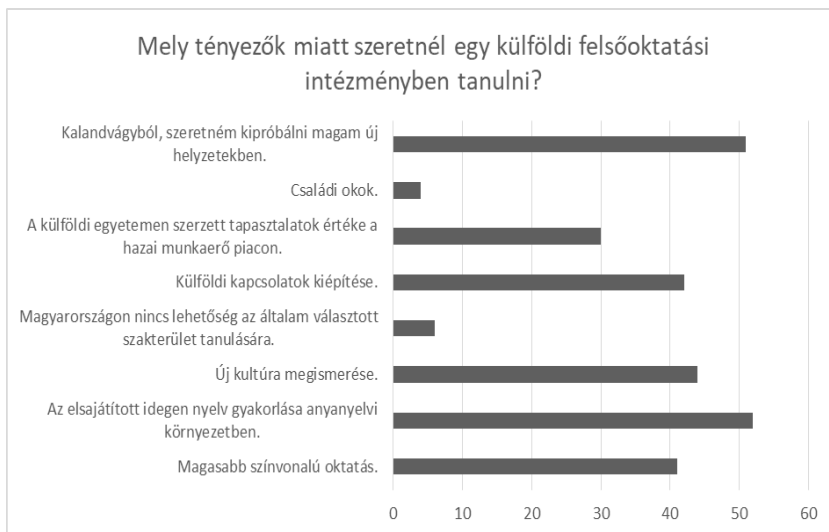
Ahogy a kutatásunk címe is mutatja, a továbbtanulás mozgatórugói fontos szerepet játszanak a tanulmányunkban. A továbbtanulni vágyók számára 8 lehetséges továbbtanulásra ösztönző motivációt adtunk meg. Ennél a kérdésnél egyszerre több válaszlehetőséget is meg lehetett jelölni. A motivációkat irányuk szerint Deci és Ryan lehatárolásának megfelelően mi is 2 csoportba soroltuk: 4 külső és 4 belső motivációt különböztettünk meg. A belső motivációk a diplomával várható anyagi biztonság, a kapcsolatok kiépítése, az érdeklődés egy bizonyos szakterület iránt és a diplomával járó társadalmi megbecsülés voltak, a külső motivációk pedig, a szülői példa, a szülői elvárás, a barátok hatása, a diákélet előnyeinek kihasználása (ösztöndíjak, utazási kedvezmények stb.) voltak. Két kiugró eredmény született, amelyek közül mindkettő belső motiváció. Az egyik a diplomával várható anyagi biztonság (56%), a másik pedig az érdeklődés egy bizonyos szakterület iránt (55%). A diplomával járó társadalmi megbecsülés 286 főből 62 tanulónak, míg a kapcsolatok kiépítése 88 fiatalnak minősült befolyásoló tényezőnek a továbbtanulás kérdésében. Megállapíthatjuk, hogy a külső motivációkat nem tekintik olyan fontosnak a diákok, hiszen azoknak a száma, akik ezeket a válaszlehetőségeket jelölték meg, kifejezetten alacsony volt. Egyedül a diákélet előnyeinek a kihasználása kelti fel a legtöbb középiskolás figyelmét. A barátok hatása, a szülői példa, illetve a szülői elvárás tehát nem tartoznak a főbb motivációs tényezők közé. Fontos megjegyezni, hogy minden vizsgált demográfiai csoportban, apró

eltérésekkel ugyan, de ez a megoszlás figyelhető meg a különböző motivációkat illetően (4. ábra).



4. ábra: **Továbbtanulási motivációk**

Forrás: Saját kutatás (2021)



5. ábra: **A külföldi továbbtanulás motivációi**

Forrás: Saját kutatás (2021)

A kérdőívünk utolsó két kérdésében a külföldi továbbtanulásra tértünk ki. Először felmértük azon középiskolások számát, akik szeretnék majd külföldi felsőoktatási intézményben tanulni. A továbbtanulni vágyó 284 főből 82 diák szeretne egy másik országban tanulmányokat folytatni. Kutatásunk során azt is megvizsgáltuk, hogy melyek azok a legfőbb motivációs tényezők, amelyek miatt a középiskolások külföldre vágnak. Két kiugró eredmény született. Az egyik tényező, amelyet fontosnak tartanak a tanulók, az az elsajátított idegen nyelv használata anyanyelvi környezetben. A másik fontos motiváció pedig a kalandvágy, a továbbtanulni tervező középisko-

lások több, mint egy negyede szeretné kipróbálni magát új környezetben. Erősen befolyásolja a fiatalokat még az új kultúra megismerésének a lehetősége, a magasabb színvonalú oktatás reménye, illetve a külföldi kapcsolatok kiépítésének a lehetősége (5. ábra).

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Az eredmények ismeretében azt a megállapítást tehetjük, hogy a kistéleptülséken éló, illetve az alacsony iskolázottságú családból származó diákok továbbtanulási hajlandósága nagymértékben elmarad az átlagtól, így ebben a célcsoportban szükséges lenne a felsőoktatás népszerűsítése, hogy vonzóvá váljon számukra is a diplomás életpálya. A legkézenfekvőbb megoldás a felsőoktatási marketing hatékonyabbá tétele, kiszélesítése, új információs csatornák létrehozása, melyek segítségével ezt a célcsoportot is el lehetne érni, s meg lehetne szólítani.

A továbbtanulás motivációinak vizsgálatát követően arra a következtetésre jutottunk, hogy a külső motivációk szerepe jóval csekélyebb, mint a belső motivációké. A diákok mikrokozmoszban kívülről érkező hatásokat legnagyobb mértékben az állam és az oktatáspolitikai határozatok meg, s véleményünk szerint további ösztönzők bevezetésével elérhető lenne, hogy a külső motivációk szerepe is növekedjen. A felsőoktatási marketinget illetően pedig kutatásunk alapján a hangsúlyt a személyes érdeklődés felkeltésére és a diplomával várható anyagi biztonság tudatosítására kell helyezni, hiszen ezek a motivációs tényezők a legfontosabbak a diákok számára.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) COOMBS P.H. (1971): Az oktatás világválsága. Tankönyvkiadó Vállalat. Budapest, pp. 15-35. (2) DECI E.L. – RYAN R.M. (2000): Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. Contemporary Educational Psychology. 25. vol. 1. issue, pp. 54-67. (3) FÁBRI GY. – ROBERTS É. (2004): Egyetemek mérlegen. Educatio-Társadalmi Szolgáltató Kht. / Országos Felsőoktatási Felvételi Iroda. Budapest, pp. 37. (4) FORRAY R.K. – KOZMA T. (1992): Társadalmi tér és oktatási rendszer. Akadémiai Kiadó. Budapest, pp. 11-13, 43. (5) KOMÁROMI L. – LEHOTA J. (2002): Marketing és felsőoktatás. pp. 28–36. <https://emok.hu/tanulmany-kereso/d5:marketing-es-felsooktatás> (letöltve: 2021.04.23.) (6) KOTLER P. (2006): Marketing menedzsment. Akadémiai Kiadó. Budapest, pp. 265. (7) RÁMHÁP SZ. (2017): Felsőoktatási továbbtanulási motivációk Magyarországon a változó ifjúság és a piacosodó felsőoktatás tükrében. pp. 34-35. https://rgdi.sze.hu/images/RGDI/honlapemei/fokozatszerzesi_anyagok/Ramhap_Szabolcs_doktori_disszertacio.pdf (letöltve: 2021.04.21.) (8) SCHOLZ C. – HASPINGER J.A. (2017): Generation Z als Herausforderung für die Berufsschule. Besorgungs Sammelkredit. Berlin, pp. 244. (9) SZABÓ M. (2008): Pedagógiai fejlesztések módszertani ötletrára. Oktatókutató és Fejlesztő Intézet. Budapest, pp. 7.

SZERZŐK:

Gulyás Dávid

Nemzetközi gazdálkodás BA szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
gdavid2955@gmail.com

Maklári Bálint

Nemzetközi gazdálkodás BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
balintmaklari@gmail.com

*A publikáció az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú
„Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban. c.
projekt támogatásával valósult meg.*