

*Times Higher Education, 16.02.2016*



Студенты, воспринимающие себя потребителями, а не учащимися, показывают более слабые академические знания. К такому выводу пришли ученые в результате исследования 608 студентов из 35 вузов Великобритании.

Респондентам были предложены несколько высказываний, таких как «Я воспринимаю обучение в вузе как продукт, который я покупаю» и «Я хочу расширить свои знания». Участники должны были оценить каждое высказывание используя семибалльную шкалу согласия или несогласия. Для оценки успеваемости студенты должны были представить несколько своих последних оценок.

По словам авторов исследования, низкая успеваемость напрямую связана с потребительским отношением. Студенты должны понимать, что более высокая стоимость обучения не означает получения более высокого уровня знаний, так как знания не могут быть куплены.

