

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ КРЕАТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ОНЛАЙН КОММУНИКАЦИЙ

Актуальность исследования особенностей креативности студентов с разным уровнем онлайн коммуникаций обусловлена цифровой трансформацией современного общества. Креативность как форма социальной активности находит отражение в реализации новых идей и самовыражении студентов в сети Интернет, в том числе через количество подписок на разные паблики.

Особенности креативности цифрового поколения и коммуникативных практик в сети изучали: Н. В. Матолыгина [1] обращаясь к проблеме востребованности выпускников с надпрофессиональными навыками, Е. Н. Юдина, С. А. Захарова [2], характеризуя интернет как поле новых возможностей для молодежи с выраженным познавательным мотивом и выражения своей позиции. Совмещение реального и виртуального требует от человека гибкости, скорости реакции и устойчивости к изменениям, что также является составляющей креативности.

Виртуальная среда представляет собой цифровой инкубатор, позволяющий любому пользователю независимо от возраста, пола, места проживания, выступать в различных ролях - активных и пассивных: обучающегося, наблюдателя, генератора идей, эксперта, критика и специалиста по внедрению новых идей в жизнь. Студентов отличает соединение нескольких ролей одновременно, что повышает уровень их креативности.

Креативность дает возможность:

- 1) совмещать несколько видов активности с учетом поставленной цели. Онлайн и оффлайн среда, дополняя друг друга, создают условия для непрерывного саморазвития;
- 2) прогнозировать будущее, базируясь на долгосрочном планировании с применением превентивных мер по снижению рисков, связанных с нестабильностью и неопределенностью внешней среды. Многообразие и доступность информации, размещенной в Интернете, открывает перед студентом больше возможностей по наращиванию своего интеллектуального потенциала через подписки на образовательные и общеразвивающие контенты;
- 3) совершенствовать работу существующих систем, с учетом полученных компетенций, что особенно важно в текущей экономической ситуации, характеризующейся дефицитом ресурсов и кадров в отдельных сферах экономики.
- 4) строить успешную карьеру, основываясь на дивергентности мышления, вариативности действий и толерантности к неопределенности.

На основании проведенного исследования в 2022-2023 г. среди студентов очной формы обучения (n=720), 31% мужчин и 69 % женщин мы пришли к следующим выводам:

- 1) личностные характеристики креативности студентов связаны с количеством подписок в сети;
- 2) особенности поведения студентов в интернет характеризуют данную группу как потребителей чужого контента;
- 3) студенческая креативность выражается не только в процессе роста новых идей, но и в их презентации, построении интересного контента.

Список использованных источников

1. Матолыгина, Н. В., Подгорная, Е. А. и др. Развитие креативности «цифрового поколения» студентов через организацию творческой деятельности в учебно-образовательном процессе//Мир науки. Педагогика и психология, 2021. – № 4. – Том 9. – С. 1–9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://mirnauki.com/PDF/20PDMN421.pdf?ysclid=lmkkqb2dg2145843093>. – Дата доступа: 15.03.2025.

2. Юдина, Н. Е., Захарова, С. А. Коммуникативные практики студенческой молодежи в сети интернет // Коммуникология. 2016. №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-praktiki-studencheskoy-molodezhi-v-seti-internet>. Дата доступа: 15.03.2025.

А. П. Лазарчик,
аспирант,
МГЛУ (г. Минск)
e-mail: lazarchikalesya@mail.ru

СТЕРЕОТИПНОЕ ЯДРО КОНЦЕПТА «ВОЙНА» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ БЕЛОРУСОВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ АССОЦИАТИВНЫХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Война сопровождает человечество на протяжении всей его истории и является одной из самых разрушительных форм конфликта. Невозможно в полной мере оценить материальный ущерб, нанесенный нашей стране в годы Великой Отечественной войны, но самой болезненной и тяжелой потерей является гибель людей, так как на войне погиб каждый третий житель Республики Беларусь. Этот год является знаковым для истории нашей страны, поскольку наша страна отмечает 80-летие Победы в Великой Отечественной войне. В этой связи мы предприняли попытку ответить на вопрос, как современные белорусы воспринимают войну, какие смыслы вкладывают они в это слово.

Целью нашего исследования является изучение содержания концепта «Война» через призму стереотипного ядра ассоциативного поля в языковом сознании белорусов. Следует отметить, что концепт «Война» остается абсолютно неисследованной областью в отечественной лингвистике.

Материалом для нашего исследования послужили данные продолженного ассоциативного эксперимента, проведенного в Республике Беларусь в форме письменного онлайн-опроса в начале 2025 года. Испытуемым было предложено написать 5 слов на слово-стимул «война». Всего в эксперименте приняло участие 100 жителей Беларуси в возрасте от 19 до 77 лет, в результате чего была получена 491 ассоциативная реакция на слово-стимул «война».

Пользуясь методикой Н.И. Кургановой [1, с. 27], мы структурировали и ранжировали полученные реакции в порядке частотности, что позволило выделить стереотипное ядро ассоциативного поля «Война», которое представлено следующими десятью наиболее частотными ассоциатами: *смерть* (61), *боль* (38), *страх* (37), *разрушение* (30), *кровь* (23), *горе* (19), *ужас* (19), *голод* (15), *потери* (15), *слезы* (14) (см. Табл. 1). Стереотипное ядро насчитывает 271 ассоциат, что составляет 55,2 % от всего содержания ассоциативного поля.

Таблица 1– Стереотипное ядро ассоциативного поля слова «война»: белорусы

№ п/п	Вербальные ассоциаты	Количество
1	Смерть	61
2	Боль	38
3	Страх	37
4	Разрушение	30
5	Кровь	23
6–7	Горе	19
6–7	Ужас	19
8–9	Голод	15
8–9	Потери	15
10	Слезы	14
	Всего:	271