

**Е.В. Митягина,
Вятский государственный университет;
И.А. Исакова,
Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского**

КРЕАТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ В ЦИФРОВЫХ СЛЕДАХ

Тезисы представляют выводы из исследования уровня креативности студентов вузов. Психологическое тестирование позволило выявить средний уровень креативности студентов. Уровень креативности проявляется в цифровом следе. Креативные студенты имеют больше друзей в социальной сети ВКонтакте, на их стенах больше постов и комментариев. Подписки таких студентов более разнообразны количественно и качественно.

Ключевые слова: креативность, творческое мышление, цифровой след, психологическое тестирование.

**E.V. Mitiagina,
Vyatka State University;
I.A. Isakova,
Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod**

STUDENTS' CREATIVITY IN DIGITAL FOOTPRINTS

The thesis presents the conclusions from a study of the level of creativity of university students. Psychological testing revealed an average level of students' creativity. The level of creativity is manifested in the digital footprint. Creative students have more friends in the social network VKontakte, there are more posts and comments on their walls. The followings of such students are more varied quantitatively and qualitatively.

Keywords: creativity, creative thinking, digital footprint, psychological testing.

На рубеже веков возрос интерес к теме креативности в образовательном процессе. Организация экономического сотрудничества и развития в 2018 году заявила о том, что креативность и творческое мышление являются ключевыми навыками для учащихся будущего [1]. В 2021 году в тесты Программы

международной оценки учащихся (PISA) добавлены шкалы на замеры творческого мышления молодых людей, в итоге PISA-2022 посвящены не только математике, но и дополнительному тексту на творческое мышление [2]. Креативность, наряду с критическим мышлением, коммуникацией и кооперацией, называется в числе ключевых навыков XXI века [3].

Сотрудники лаборатории «Дизайн информации» ННГУ им. Н.И. Лобачевского задались вопросом изучения креативности по цифровым следам студентов. Сбор материалов осуществлялся в несколько этапов: на первом этапе испытуемые отвечали на батарею тестов; на втором этапе уже опрошенные студенты предоставили доступ к своим страницам в социальной сети «ВКонтакте» с информацией о профиле, подписках, количестве друзей, сообщениях на странице и лайках.

Для тестирования использовались следующие методики: 1) Батарея креативных тестов Ф. Вильямса (Creativity Assessment Packet – CAP), которая определяет творческие личностные характеристики [4]. 2) Портретно-ценностный опросник Ш. Шварца (Schwartz) [5]. 3) Элементы лингвистического анализа отражены в тесте С. Медника, который позволяет диагностировать вербальную креативность (The Remote Associates Test, RAT) [6].

Психологическое тестирование прошли 1229 студентов четырех вузов РФ: ННГУ, ВятГУ, САФУ и ТГУ. Цифровой след удалось выгрузить у 764 студентов (62 %). Результаты показали, что студенты российских вузов в большинстве своём демонстрируют средний уровень креативности (таблица 1).

Таблица 1

Уровень креативности студентов в зависимости от методики измерения, %

Исследование креативности	Уровень креативности		
	Высокий	Средний	Низкий
Методика Ф. Вильямса	5 %	76 %	19 %
Тест С. Медника	24 %	47 %	29 %
Опросник Ш. Шварца	26 %	50 %	24 %

Установлено, что для студентов с высоким уровнем креативности характерен широкий круг общения в социальных сетях. Отметим, что измерялось именно количество контактов, а не интенсивность коммуникации. У студентов с высоким уровнем креативности в среднем 152 друга в социальных сетях, а у студентов с низким уровнем креативности – 106 (таблица 2).

Таблица 2

Друзья студентов в ВК в зависимости от типа креативности, кол.

Количество друзей	Уровень креативности		
	Высокий	Средний	Низкий
Методика Ф. Вильямса	154	108	87
Тест С. Медника	153	115	116
Опросник Ш. Шварца	150	113	117

Выявлена прямая корреляция между уровнем любознательности молодого человека и его креативностью. У студентов с высоким уровнем креативности количество подписок больше, чем у других групп. Наиболее студентов привлекает контент развлекательного характера, а также новостная информация, касающаяся текущих событий (таблица 3).

Таблица 3

Подписки студентов в ВК в зависимости от типа креативности, кол.

Количество подписок	Уровень креативности		
	Высокий	Средний	Низкий
Методика Ф. Вильямса	120	99	56
Тест С. Медника	102	105	107
Опросник Ш. Шварца	120	99	56

Все подписки пользователя были разделены на образовательные и «опасные». Подписки с образовательным контентом у креативных студентов представлены в малых долях. С одной стороны, можно предположить, что образовательные стратегии креативные студенты реализуют на специализированных сайтах, соответствующих организаций, а не с помощью социальных сетей, предпочитая читать первоисточники – сайты вузов и научных центров. С другой стороны, отсутствие высокого интереса к образовательным подпискам может говорить о недостаточной представленности качественно оформленного образовательного контента в социальных сетях. Безусловно, применяемые технологии и качество подачи развлекательного контента значительно превышает качество оформления специализированно научно-образовательного материала. Среди образовательных подписок наиболее представлены иностранные языки, психология и педагогика, а также филология.

Креативные студенты в социальных сетях проявляют склонность к критическому мышлению и демонстрируют стремление собрать как можно больше информации, из разных источников. В подписках креативных студентов выявлена значимая доля «опасного» контента: жесткого, вульгарного, депрес-

сивного, а также подписки, связанные с оружием. Подобный интерес может объясняться высоким уровнем любознательности или недостаточно сформированными навыками безопасного поведения в сети Интернет.

В ходе исследования определено, что чем выше уровень креативности, тем чаще пользователь пишет посты на своей стене и делает репосты. Среднее количество знаков в постах у студентов с высоким уровнем – 122. Это подтверждает гипотезу о стремлении креативных студентов к самоактуализации, поскольку креативным личностям недостаточно только пассивного чтения, необходима возможность активного выражения своей точки зрения (таблица 4).

Таблица 4

Посты и репосты студентов в зависимости от уровня креативности, кол.

Количество постов и репостов	Уровень креативности		
	Высокий	Средний	Низкий
Количество постов на стене пользователя	42	19	5
Количество репостов на стене пользователя	83	59	19
Количество цитирований (среднее количество репостов на стены других пользователей)	0,42	0,16	0,02
Среднее количество знаков в постах	122	64	26

Креативные студенты наиболее открыты новому опыту, что в цифровом следе выражается через большую склонность ставить «лайки», демонстрируя таким образом эмоциональное отношение к прочитанному контенту. Значительное количество набранных «лайков» помогает сообщению попасть в блок рекомендаций, после чего его увидит большее количество людей.

Таким образом, с помощью лайков креативные личности не только демонстрируют свою оценку материалу, но и влияют на информационное пространство окружающих пользователей сети, что также соответствует полученным данным об открытости креативных студентов к новым контактам.

Итак, объективная оценка креативности возможна благодаря комбинированию психологических, кросс-культурных и лингвистических методик с данными профилей в социальных сетях.

Практическая значимость материалов исследования будет оценена университетами. Современная система высшего образования ориентирована на обучение специалистов нового типа, способных производить и проектировать инновационные подходы решения текущих задач.

Лайки студентов в ВК в зависимости от уровня креативности, кол.

Количество лайков	Уровень креативности		
	Высокий	Средний	Низкий
Количество лайков на 1 пост	16	8	5
Количество лайков на 1 репост	5	1	2

На основе полученных данных может осуществляться профилирование аккаунтов студентов с целью предсказания их уровня креативности. Аналогичным образом можно работать с абитуриентами. Предложенная методика позволит повысить качество отбора обучающихся в вузы, привлекать школьников к научно-исследовательским активностям, подобранным в соответствии с их интересами и уровнем креативности.

Список литературы:

1. OECD. The future of education and skills: Education 2030. International: OECD // <https://www.oecd.org/education/2030-project/>
2. PISA. Programme for International Student Assessment // <https://www.oecd.org/pisa/>
3. Partnership for 21st century learning. 2015. «P21 Framework Definitions». // http://www.p21.org/storage/documents/docs/P21_Framework_Definitions_New_Logo_2015.pdf
4. Тупик Е. Е. Модифицированные креативные тесты Вильямса /Е.Е. Тупик. Спб: Речь, 2003. 96 с.
5. Магун В. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // Вестник общественного мнения. 2008. № 1 (93). С. 33-58.
6. Тест вербальной креативности С. Медника (адаптация А.Н. Воронина, взрослый вариант) // <https://studfile.net/preview/5247834/>