

# СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ

Оригинальная статья / Original paper

doi:10.17853/1994-5639-2024-8-144-173



## Факторы формирования креативных студенческих команд

Я.В. Ушакова<sup>1</sup>, Д.В. Зернов<sup>2</sup>, И.В. Ситникова<sup>3</sup>

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация.

E-mail: <sup>1</sup>yana@fsn.unn.ru; <sup>2</sup>zernov@fsn.unn.ru; <sup>3</sup>april@fsn.unn.ru

✉ yana@fsn.unn.ru

**Аннотация.** *Введение.* Актуальность исследования определяется потребностями развития российского общества в привлечении активной талантливой молодежи в различные сферы экономической и социальной деятельности. *Цель* статьи – выявить факторы формирования креативных студенческих команд, способных к результативной деятельности в креативной индустрии, в исследовательских и научно-технологических и социально значимых проектах. *Методология, методы и методики.* Эмпирической базой выступили результаты социологического исследования креативности 720 студентов ряда вузов РФ методом анкетного опроса. На основе факторного анализа были выделены пять групп студентов с условными названиями: оптимисты, популисты, разносторонние, дисциплинированные, аутсайдеры. *Результаты.* Определены основные параметры, представлена типология студентов с позиций их отношения к различным видам деятельности, активности в научной и общественной жизни вуза, оценок условий научно-образовательной и общественной деятельности вуза, активности в социальных сетях, выявления важнейших составляющих жизненного успеха. *Научная новизна.* На основе авторской методики социологического исследования креативности студентов предложены подходы к формированию креативных студенческих команд. *Практическая значимость* статьи состоит в возможности использования предложенной методики и результатов исследования в работе педагогов и специалистов вузов, занимающихся вовлечением студенческой молодежи в научно-исследовательские, творческие и социально значимые проекты.

**Ключевые слова:** проектная деятельность студентов, участие студентов в научно-исследовательской деятельности, креативный потенциал студенческих групп, факторы формирования креативных студенческих команд

**Для цитирования:** Ушакова Я.В., Зернов Д.В., Ситникова И.В. Факторы формирования креативных студенческих команд. *Образование и наука.* 2024;26(8):144–173. doi:10.17853/1994-5639-2024-8-144-173

## Factors influencing the formation of creative student teams

Y.V. Ushakova<sup>1</sup>, D.V. Zernov<sup>2</sup>, I.V. Sitnikova<sup>3</sup>

National Research Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod, Russian Federation.

E-mail: <sup>1</sup>yana@fsn.unn.ru; <sup>2</sup>zernov@fsn.unn.ru; <sup>3</sup>april@fsn.unn.ru

✉ yana@fsn.unn.ru

**Abstract.** *Introduction.* The research relevance is determined by the needs of Russian societal development in attracting active and talented youth to various spheres of economic and social activities. *Aim.* The present research aimed to identify the factors that contribute to the formation of creative student teams capable of effectively engaging in activities within the creative industry, research, scientific-technological projects, and socially significant projects. *Methodology and research methods.* The empirical basis of the article was the results of a sociological study on university students' creativity using a questionnaire survey method. Through factor analysis, five groups of students were identified with conventional names: optimists, populists, versatile, disciplined, and outsiders. *Results.* The analysis of the research results allowed the authors to define the main parameters and present a typology of students based on their attitudes towards different types of activities, involvement in scientific and social university life, evaluations of the conditions of scientific, educational, and social activities at the university, engagement in social networks, and identification of the most crucial components of life success. *Scientific novelty.* On the basis of the authors' methodology of sociological research on the creativity of university students, approaches to forming creative student teams are proposed. *Practical significance.* The practical significance of the article lies in the potential utilisation of the proposed methodology and the study results by teachers and specialists at universities involved in engaging students in research, creative endeavors, and socially significant projects.

**Keywords:** project-based activity of students, student research activity, creative potential of student groups, factors influencing the formation of creative student teams

**For citation:** Ushakova Y.V., Zernov D.V., Sitnikova I.V. Factors influencing the formation of creative student teams. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal.* 2024;26(8):144-173. doi:10.17853/1994-5639-2024-8-144-173:

## Factores en la formación de equipos estudiantiles creativos

Ya.V. Ushakova<sup>1</sup>, D.V. Zernov<sup>2</sup>, I.V. Sítnikova<sup>3</sup>

Universidad Nacional Estatal de Investigaciones N.I. Lobachesky de Nízhniy Nóvgorod, Nízhniy

Nóvgorod, Federación de Rusia.

E-mail: <sup>1</sup>yana@fsn.unn.ru; <sup>2</sup>zernov@fsn.unn.ru; <sup>3</sup>april@fsn.unn.ru

✉ yana@fsn.unn.ru

**Abstracto.** *Introducción.* La importancia del estudio está determinada por las necesidades de desarrollo de la sociedad rusa para atraer jóvenes activos y talentosos a diversas áreas de la actividad económica y social. *Objetivo.* El artículo tiene como objetivo, identificar factores en la formación de equipos de estudiantiles creativos, capaces de realizar actividades efectivas en la industria creativa, en proyectos de investigación, científicos, tecnológicos y socialmente significativos. *Metodología, métodos y procesos de investigación.* La base empírica está soportada por los resultados de un estudio sociológico de creatividad, en el que participaron 720 estudiantes de varias universidades de la Federación de Rusia mediante una encuesta por cuestionario. A partir del análisis factorial se identificaron cinco grupos estudiantiles con nombres convencionales: optimistas, populistas, polivalentes, disciplinados y outsiders. *Resultados.*

Se determinan los principales parámetros, se presenta una tipología de estudiantes desde el punto de vista de su actitud hacia los diversos tipos de actividades en la vida científica y social de la universidad, valoraciones de las condiciones de las actividades científicas, educativas y sociales de la universidad, actividad en redes sociales, identificando los componentes más importantes del éxito en la vida. *Novedad científica*. Con base en la metodología de autoría para la investigación sociológica de la creatividad de los estudiantes, se proponen enfoques para la formación de equipos de estudiantes creativos. *Significado práctico*. La importancia práctica del artículo radica en la posibilidad de utilizar la metodología propuesta y los resultados de la investigación en el trabajo de docentes y especialistas universitarios centrados en involucrar a los estudiantes en proyectos de investigación, creativos y socialmente significativos.

**Palabras claves:** actividades de proyectos estudiantiles, participación de los estudiantes en actividades de investigación, potencial creativo de los grupos estudiantiles, factores en la formación de equipos estudiantiles creativos

**Para citas:** Ushakova Ya.V., Zernov D.V., Sítnikova I.V. Factores en la formación de equipos estudiantiles creativos. *Obrazovanie i nauka = Educación y Ciencia*. 2024;26(8):144–173. doi:10.17853/1994-5639-2024-8-144-173:

## Введение

Формирование эффективной государственной политики в области научно-технологического развития страны является одной из приоритетных задач. Этому должно способствовать объявленное Президентом Российской Федерации В. В. Путиным Десятилетие науки и технологий (2022–2031 гг.), где среди основных инициатив рассматривается создание новых и совершенствование имеющихся механизмов выявления талантливой молодежи и привлечение ее в сферу исследований и разработок. Высокотехнологичная экономика и цифровое общество формируют запрос на выпускников вузов, обладающих креативным потенциалом, способных находить оригинальные решения и создавать уникальный продукт. В связи с этим растет интерес научного исследовательского и педагогического сообществ к проблемам выявления студенческой молодежи, обладающей соответствующими компетенциями.

Одним из инструментов подготовки креативной молодежи является проектная деятельность в вузах. Внедрение проектно-ориентированного обучения в вузе должно способствовать развитию у обучающихся компетенций креативности и критического мышления, а организация проектной работы – развитию навыков коммуникации и командной работы [1]. Вовлечение в проектную деятельность помогает молодежи в образовательной и профессиональной адаптации, формирует полезные навыки и является прототипом реальной трудовой деятельности. Однако результаты исследования П. А. Амбарово́й и Г. Е. Зборовского показали, что лишь половина (51 %) студентов имеют довузовский опыт проектной деятельности, в результате которой они сформировали востребованные в вузе навыки, а более 30 % испытывают трудности при работе в проектном формате [2].

Участие студенческой молодежи в научно-исследовательской деятельности вуза важно и для самих образовательных организаций, поскольку раскрытие способностей одаренной молодежи является одной из задач реализации

национального проекта «Образование», направленного на достижение цели по обеспечению возможности для самореализации и развития талантов. Учебные заведения используют различные стратегии для формирования проектно-исследовательских молодежных коллективов: отбор наиболее одаренных, творческих студентов с нестандартным мышлением; создание учеными научных школ; индивидуальная и коллективная работа с инициативными молодыми исследователями. В основу разработки таких стратегий формирования креативных студенческих команд может быть положена методика, учитывающая типологию студентов с позиций их интереса и мотивации к различным видам деятельности.

В этой связи целью исследования является выявление групп студенческой молодежи и их характеристик для формирования потенциальных креативных команд, способных к результативной деятельности в креативной индустрии, в исследовательских и научно-технологических и социально значимых проектах. Авторы предполагают, что в контексте реализации своих творческих, исследовательских и организаторских способностей студенчество неоднородно, т. е. существуют группы, обладающие различным креативным потенциалом. Для определения этого потенциала была предложена авторская методика, выявляющая отношение студенческой молодежи к различным видам деятельности, их активность в научной и общественной жизни вуза, диджитал-креативность.

### **Обзор литературы**

В последние годы внимание исследователей привлекают креативная деятельность и креативное мышление, однако пока нет единой методики измерения всех аспектов креативности. В процессе разработки инструментария исследования авторами статьи был осуществлен поиск научных публикаций по ключевому слову «креативность» в базе данных электронной библиотеки eLibrary. Было найдено 12 914 опубликованных работ, из них по международному классификатору OECD в рубрике Educational Sciences – 5769, Psychology – 2930, Economics and Business – 1134, Philosophy, Ethics and Religion – 478, Sociology – 385. Результаты поиска свидетельствуют о доминировании педагогических, психологических и экономических исследований над социологическими.

Современные международные и отечественные исследования посвящены изучению различных факторов, влияющих на развитие креативности и формирование креативного потенциала личности: психологические [3; 4], средовые (семейные практики воспитания, социокультурная среда) и ситуационные [5]. Самыми распространенными являются психологические и психофизиологические методики, измеряющие креативность как личностную или когнитивную черту [6]. В психологии креативность личности рассматривается в рамках исследования психологии повседневности, жизнотворчества, жизненных стратегий и ориентаций. Особенностью такого подхода является изучение креативности как личностной характеристики, не являющейся характери-

кой особой деятельности или особого типа людей, а относящейся к повседневной жизни обычных людей [7].

В области педагогики популярными становятся исследования креативности при изучении творческой активности и развития креативности в процессе профессиональной подготовки [8], стратегий креативного преподавания и обучения как особого подхода к обучению [9]. Особое внимание уделяется изучению взаимосвязи между креативностью и академической успеваемостью [10], влияния культуры на индивидуальное творчество и креативность [11; 12], связи креативности с уровнем образования и возрастом [13]. Осуществляются попытки исследования креативности самих преподавателей, их творческого мышления в качестве предиктора эффективности работы на основе двух показателей: 1) количество и качество решений проблем, возникающих в повседневной работе преподавателя; 2) оценка студентами эффективности преподавателя [14]. Отметим, что преподаватели учебных заведений чаще определяют креативность в общих терминах интеллектуальных способностей или дивергентного мышления, чем в конкретных терминах изобретательности, оригинальности, любопытства, самостоятельности или способности устанавливать связи [15].

В практике менеджмента, маркетинга и бизнеса применительно к организациям исходя из внутриорганизационных проблем и в целях поиска стратегий развития и успешности организаций рассматриваются четыре группы креативности: креативные технологии (мышления, действия, коммуникаций и др.); креативные коммуникации (сети); креативные ресурсы, креативный капитал; креативный менеджмент. Главной составляющей креативного процесса становится прагматический элемент, то есть изначальное понимание, зачем нужно что-то создавать, для кого нужно что-то создавать, как нужно что-то создавать и, собственно, что именно нужно создавать [16]. Руководители организаций уделяют больше внимания командной работе, осознавая, что достижения в различных областях все чаще становятся результатом совместной работы групп. При этом процессы группового сотрудничества, приводящие к творчеству, до сих пор мало изучены [17]. Современные руководители рассматривают креативное поведение сотрудников как потенциал для роста ценности организации в краткосрочной и долгосрочной перспективе, важный организационный актив в решении широкого спектра задач [18].

Рассматривая феномен креативного класса, ученые относят к нему тех, кто участвует в социальных изменениях через реализацию совместных проектов, даже несмотря на профессиональные или имущественные различия [19]. Исследователи установили особенности формирования креативного класса и конкурентные преимущества креативных работников [20], выявили связь креативного класса с уровнем развития регионов [21].

Отметим значительное присутствие философских тем в исследовании явления креативности, что, скорее, говорит о его фундаментальном изуче-

нии на уровне теоретических концепций, а не о практико-ориентированном подходе [22].

Особым направлением исследований в социологии является установление эмпирических индексов креативности, однако при их использовании ученые сталкиваются с трудностями, поскольку в ряде случаев они недостаточно обосновывают креативность, или их невозможно сосчитать эмпирически. Так, например, при использовании индекса высоких технологий сложно определить уровень технологий, а индекс инноваций не отражает влияние изобретений на развитие общества [23].

Как показывают ранее проведенные социологические исследования, креативность чаще всего связывают с активностью в различных сферах социальной жизни. Одним из ключевых в исследованиях креативности является вопрос дифференциации мотивов, лежащих в основе творческих достижений в зависимости от специфики занятий [24; 25]. Социологи часто рассматривают креативность как творческую деятельность, направленную на создание новых социальных продуктов, знаний, идей [26] и особый тип активности, помогающей проявлять творческие способности, формировать самостоятельность, развивать творчество является проектная деятельность.

В развитии креативного подхода в деятельности социологи отмечают влияние национальной культуры, ценностных ориентаций и мировоззрения и выделяют несколько взаимосвязанных уровней: на личностном развивается способность генерировать оригинальные идеи, формировать навыки проектной работы; на процессуальном происходит становление навыков сотрудничества, принятия решений, прогнозирования, проектирования и планирования; на средовом совершенствуются коммуникативные способности, самостоятельность, социальная мобильность, возникает стремление к непрерывному образованию [27].

По мнению исследователей, креативность – это характеристика не любой деятельности, а лишь ведущей к формированию новых объектов и смыслов. И такой активностью, наполняющей жизнь социокультурным опытом получения и создания креативного продукта, сегодня является включенность в интернет-коммуникации, в том числе разработка собственного и потребление чужого контента, изобретение реальных и виртуальных объектов [28]. Особый исследовательский интерес сегодня сфокусирован на изучении «цифрового следа», оставленного пользователем в социальных сетях [29]. Однако учеными отмечается дискуссионный характер использования социальных сетей как фактора жизненного успеха, высокой конкурентоспособности, роста уровня креативности и состоятельности [30]. Интернет-активность является каждодневной практикой для большинства жителей крупных городов, и среди пользователей социальных сетей выявляется экономическое, образовательное и цифровое неравенство, что приводит к неравномерному распределению креативности – молодежь с более высоким экономическим и образовательным статусом чаще других ориентирована на создание интернет-продукта и полу-

чение выгоды из сетевых коммуникаций [31]. Среди причин, способствующих формированию и дальнейшему развитию креативной личности, социологами выделяются также возрастная и гендерный факторы [32].

Анализ научных публикаций показал, что исследования креативности:

- 1) чаще носят теоретический характер;
- 2) фрагментарны и в большинстве случаев выявляют не креативность, а активность молодежи в различных сферах социальной жизни;
- 3) не содержат полноценной методики изучения креативности, а, следовательно, и убедительных результатов.

Наиболее адекватным при проведении социологических исследований представляется междисциплинарный подход, который предполагает исследование креативности личности во взаимодействии с его социокультурным окружением и изучением социальных практик создания креативного продукта и, помимо рассмотрения собственно социологических показателей, должен включать анализ характеристик личности, полученных с помощью психодиагностических методик.

Такой подход к изучению креативности был предложен А. А. Раренко, который выделил четыре основания к определению понятия «креативность»: 1) черта определенной личности; 2) уникальная способность; 3) процесс; 4) продукт [33]. По мнению исследователей, для обеспечения творческого процесса необходима социальная среда, в которой можно исследовать, экспериментировать, рисковать, допускать ошибки. И такой средой могут быть образовательные учреждения [34].

Взяв за основание эти подходы для создания социологической методики изучения креативности, авторы исследования уточнили эти параметры. Креативность студентов может быть изучена на основе таких параметров, как самооценка личности, ценностно-мотивационная структура, творческая и техническая креативность, диджитал-креативность, научно-исследовательская и общественная деятельность, различные виды активности во время обучения в школе, условия научно-образовательной и общественной деятельности в вузе.

По мнению С. А. Коротаева, для креативной деятельности важны вовлеченность человека, уверенность в себе и в своей профессиональной эффективности, стремление к творческому подходу на рабочем месте, внутренняя мотивация для достижения успеха [35]. А эффективность проектного коллектива обеспечивается наличием в нем не только креативных молодых людей с оригинальным мышлением, но и обязательным присутствием исполнителей для детальной разработки идей [36].

Современное общество и государство формируют социальный запрос на специалистов нового типа с креативными компетенциями [37]. Поэтому актуальными являются исследования креативности в сфере высшего образования, которая в постиндустриальном обществе становится ценным ресурсом [38].

## Методология, материалы и методы

Эмпирической базой статьи выступили результаты социологического исследования креативности студентов вузов, проведенного в мае – июне 2022 г. Метод сбора информации – анкетный онлайн-опрос. Анкета была размещена на платформе психологической диагностики «Фрейд» Университетского консорциума исследователей больших данных. В исследовании приняли участие 720 студентов очной формы обучения трех российских вузов – участников Университетского консорциума: Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, Вятского государственного университета, Северного (Арктического) федерального университета им. М. В. Ломоносова. Выборка равноразмерная по вузам и курсам обучения.

Выборка проектировалась с учетом направления обучения: науки об обществе и человеке (39 %), гуманитарные науки и языки (17 %), инженерное дело и технические науки (13 %), математика и естественные науки (11 %), информационные технологии (9 %), прочие направления (11 %). Характеристики выборки репрезентируют гендерный состав учащихся вузов: опрошены 31 % юношей и 69 % девушек.

Факторная модель для выделения групп студентов была построена на основании самооценок студентов, где использовались ответы на вопросы блока «Расскажите, пожалуйста, немного о себе». Блок содержал 18 параметров, каждый из которых предлагалось оценить по пятибалльной шкале (от «категорически не согласен» до «полностью согласен»). Размер матрицы составил 18 × 720. Обработка осуществлялась в программе IBM SPSS Statistics. Объясняющая способность модели – 55,65 %.

Таблица 1  
 Факторная модель для выделения групп студентов по их самооценке

Table 1  
 Factor model for selecting groups of students based on their self-assessment

Компонент (переменная)/ <i>Component (variable)</i>	Фактор <i>Factor</i>				
	1	2	3	4	5
Мне нравится работать в команде <i>I like working in a team</i>	0,742				
Оптимизм меня никогда не покидает <i>Optimism never leaves me</i>	0,694				
Я без проблем адаптируюсь в незнакомой среде, ситуации <i>I have no problems adapting to an unfamiliar environment, situation</i>	0,691				
У меня много друзей <i>I have many friends</i>	0,630				
У меня хорошие организаторские способности <i>I have good organisational skills</i>	0,579				
Для меня важно признание моих достижений другими <i>Recognition of my achievements by others is important for me</i>		0,745			
Я стремлюсь к известности <i>I am aiming for fame</i>		0,741			
Я могу объединить людей вокруг своей идеи <i>I can bring people together around my idea</i>		0,598			

Я неформальный лидер в кругу своих друзей <i>I am an informal leader among my friends</i>		0,370			
У меня много разных увлечений <i>I have many different hobbies</i>			0,807		
Я хорошо чувствую, когда мною пытаются манипулировать <i>I feel good when they try to manipulate me</i>			0,750		
У меня много разных талантов <i>I have many different talents</i>			0,713		
Я дисциплинированный человек <i>I am a disciplined person</i>				0,835	
Я всегда планирую свою жизнь <i>I plan my life always</i>				0,714	
Я не стремлюсь быть лидером <i>I do not aspire to be a leader</i>					0,721
Я никогда не смогу выйти на публичное выступление (петь на улице, выступать на концерте и в других мероприятиях) <i>I will never be able to go out in public (singing on the street, performing at a concert and other events)</i>					0,488
Мне не нравятся массовые общественные мероприятия <i>I do not like mass social events</i>					0,445
Я не могу предлагать оригинальные идеи <i>I cannot offer original ideas</i>					0,120

Первый фактор включает в себя пять переменных, отражающих ориентацию на командную работу и оптимистические взгляды на жизнь: желание работать в команде, оптимизм, легкая адаптация в незнакомой среде, большой круг друзей и наличие организаторских способностей.

Второй фактор состоит из четырех переменных, связанных со стремлением к лидерству и признанием заслуг со стороны окружения: важность признаний достижений, стремление к известности, умение объединять людей вокруг своей идеи, неформальное лидерство в кругу своих друзей.

Третий фактор образован тремя переменными, отражающими разносторонность увлечений и представлений о себе как о талантливой личности: много разных увлечений, много разных талантов. В этот же фактор вошла переменная, связанная с умением распознавать манипуляции со стороны других людей.

Четвертый фактор состоит из двух переменных, связанных с общей внутрэнной дисциплинированностью: восприятие себя как дисциплинированного человека и умение планировать свою жизнь.

Пятый фактор включает четыре переменные, отражающие желание не выделяться: не быть лидером, робость перед публичными выступлениями, отрицательное отношение к массовым мероприятиям и неспособность предлагать оригинальные идеи.

На основе данных факторов были сформированы соответствующие группы студентов. Первоначальный анализ этих групп показал, что они пересекаются друг с другом. Поэтому на следующем этапе анализа пересекающиеся объекты были отнесены к тем факторам, где они имели наибольшее значение. Эта процедура позволила сформировать ядра групп и рассмотреть полученные группы без взаимовлияния друг на друга.

Сравнительный анализ групп проводился по следующим блокам параметров: интерес студентов к различным видам деятельности (21 параметр, по оценке «полностью согласен»), интерес студентов к научной и общественной

жизни университета (16 параметров, по оценке «очень интересно»), участие студентов в научной и общественной жизни университета (16 параметров, по оценке «часто»), участие в мероприятиях во время обучения в школе (8 параметров, по оценке «часто»), результаты участия в учебной и общественной деятельности во время обучения в школе и в вузе (10 параметров), оценка студентами условий научно-образовательной и общественной деятельности в университете (11 параметров, по сумме оценок «скорее согласен» и «полностью согласен»), отношение студентов к участию в общественной жизни (15 параметров, по сумме оценок «скорее согласен» и «полностью согласен»), активность студентов в социальных сетях и диджитал-креативность (10 параметров, по оценке «часто»), важнейшие составляющие жизненного успеха (39 параметров, множественный выбор). Анализ групп студентов по социально-демографическим характеристикам не выявил существенных различий.

Отметим, что в самой анкете авторы намеренно не использовали термин «креативность» ввиду его широкого толкования как самим научным сообществом, так и потенциальными респондентами. К ограничению полученных результатов можно отнести неоднозначность самого термина «креативность», что пока еще затрудняет возможность подбора наиболее эффективных индикаторов для выявления креативных студенческих групп. При использовании предложенной авторами методики также следует учитывать специфику направлений подготовки студентов в конкретном вузе, существующих в вузе форм студенческой активности, условий для ее реализации и заинтересованности руководства вуза в развитии этих форм.

## Результаты и обсуждение

Студенты реализуют свои и творческие возможности, и другие способности в рамках как образовательного процесса (участвуя в том числе в научно-исследовательской работе), так и внеучебных мероприятий, которые широко представлены в различных сферах общественной жизни вуза.

Рассмотрим группы студентов, полученные по результатам факторного анализа и условно названные оптимистами (18 %), популистами (17 %), разносторонними (18 %), дисциплинированными (15 %), аутсайдерами (17 %).

*Оптимисты.* При оценивании интереса студентов-оптимистов к различным видам деятельности явно прослеживается их стремление к созданию благоприятной психологической атмосферы в своем ближайшем окружении: они уверены в своей способности разрешать конфликты мирным путем (50 %). Помощь, которую они оказывают своим однокурсникам в учебном процессе (29 %), также положительно влияет на социальное и психологическое самочувствие студенческого коллектива.

Обладая незаурядными организаторскими способностями, оптимисты наибольший интерес проявляют к мероприятиям массового характера. Они готовы реализовывать себя в студенческих творческих мероприятиях (27 %) и волонтерской деятельности (21 %), в работе студенческих советов универси-

тета (19 %). Примерно на том же уровне интереса у этой группы студентов – участие в вузовских спортивных мероприятиях в качестве как зрителей (19 %), так и спортсменов (18 %). Значительная часть оптимистов заинтересована в трудовой деятельности в Российском студенческом отряде (14 % против 8 % по выборке).

Оценка регулярности участия студентов-оптимистов в общественной жизни университета показала реализацию интереса молодежи в этой сфере. Активных участников различных студенческих мероприятий значительно меньше, чем проявляющих интерес: в среднем количество участвующих на 40 % меньше интересующихся. А наибольшую активность студенты данной группы проявляют в студенческих творческих мероприятиях (17 %) и волонтерской деятельности (13 %), а также трудовой деятельности РСО (9 % против 5 % по выборке).

Ретроспективный анализ общественной активности студентов-оптимистов показал, что она значительно снижается в вузе по сравнению с обучением в школе (таблица 2). Активные участники (67 %) предметных олимпиад школе, оптимисты совсем не интересуются научной деятельностью в вузе. Их активность в студенческой научной деятельности снижается до минимума (от 16 % в научно-исследовательской деятельности в школе до 1–4 % различных форм участия в вузе). Также снижается активность участия и в волонтерской деятельности (с 35 % до 13 %) и в спортивных мероприятиях (с 46 % до 11 %). С одной стороны, очевидно, что совокупность результатов этих активностей дает преимущества абитуриентам при поступлении в университет. С другой стороны, учебная нагрузка студентов не позволяет проявлять себя столь же активно в различных сферах, как это было в школе.

Таблица 2

Мероприятия, в которых регулярно принимали участие респонденты, когда учились в школе (по оценке «часто»), %

Table 2

Activities in which respondents regularly participated, when they were at school (according to “often”), %

Мероприятия <i>Activities</i>	Все студенты <i>All students</i>	Оптимисты <i>Optimist</i>	Популисты <i>Populists</i>	Разносторонние <i>Versatile</i>	Дисциплинированные <i>Disciplined</i>	Аутсайдеры <i>Outsider</i>
Предметные Олимпиады школьников <i>Subject olympiads for school children</i>	58	67	55	66	61	43
Творческие мероприятия <i>Creative activities</i>	52	59	60	61	56	33
Спортивные соревнования <i>Sports competitions</i>	37	46	38	43	38	28
Волонтерская деятельность <i>Volunteer activities</i>	26	35	26	32	25	18

Конференции школьников <i>School children conferences</i>	18	23	29	17	19	5
Научное общество учащихся <i>Scientific Society of school children</i>	12	16	15	9	16	7
Общественно-политические мероприятия <i>Socio-political events</i>	11	16	18	7	11	7

Отметим, что многие студенты-оптимисты, активно участвуя в школьные годы в общественной жизни, показывали высокие результаты обучения (таблица 3), становясь победителями и призерами предметных олимпиад разного уровня (76 %) и выступая на спортивных соревнованиях (63 %).

Таблица 3

Результаты участия в учебной и общественной деятельности во время обучения в школе и в вузе, %

Table 3

Results of participation in educational and social activities during school and higher education, %

Результаты <i>Results</i>	Все студенты <i>All students</i>	Оптимисты <i>Optimist</i>	Популисты <i>Populists</i>	Разносторонние <i>Versatile</i>	Дисциплинированные <i>Disciplined</i>	Аутсайдеры <i>Outsider</i>
Становились победителями/призерами в предметных олимпиадах разного уровня, когда учились в школе <i>Became winners/prize-winners in subject olympiads of different levels when they studied at school</i>	73	74	69	80	72	63
Становились победителями/призерами в школьных творческих конкурсах <i>Became winners/prize-winners in school creative competitions</i>	62	67	72	70	55	47
Становились победителями/призерами спортивных соревнований, когда учились в школе <i>Became winners/prize-winners of sports competitions when they studied at school</i>	42	50	38	52	40	35
Были членом Совета школьников (школьное самоуправление) <i>Were a member of the School Board (school self-government)</i>	25	32	27	27	26	15
Становились победителями/призерами в студенческих творческих конкурсах <i>Became winners/prize-winners in student creative contests</i>	15	16	23	21	13	6
Становились победителями/призерами в студенческих предметных олимпиадах <i>Became winners/prize-winners in student subject Olympiads</i>	14	9	17	18	12	15
Становились победителями/призерами студенческих спортивных соревнований <i>Became winners/prize-winners of student sports competitions</i>	7	7	7	11	6	5
Являются членом Студенческого совета факультета, университета <i>They are a member of the Student Council of the faculty, university</i>	7	13	8	8	6	2

Были членами Городского совета школьников <i>They were a member of the City Council of school children</i>	3	5	3	3	2	1
Являются членами Городского студенческого совета <i>They are a member of the City Student Council</i>	1	1	3	1	1	–

На фоне других групп студентов оптимисты отличаются более активным участием в работе студенческих советов факультетов, хотя результаты их участия в творческих конкурсах, научной деятельности и спортивных соревнованиях весьма скромны.

Студенты-оптимисты вполне удовлетворены условиями как научно-образовательной, так и общественной деятельности в университете. Три четверти студентов этой группы (78 %) высоко оценивают профессионализм профессорско-преподавательского состава. Практически столько же студентов в той или иной степени согласны с утверждениями, что университет предоставляет технические условия для реализации студентов в творческой (аудитории для репетиций, аудио- и видеоаппаратура, музыкальные инструменты и другой инвентарь) и волонтерской деятельности (аудитории, оборудование, инвентарь), а также хорошую современную базу для занятий физической культурой и спортом (спортивные залы, оборудование, инвентарь).

Повышенный интерес оптимистов к творческой, волонтерской и спортивной жизни университета и высокая удовлетворенность условиями для реализации этой деятельности являются ресурсом для привлечения студентов к различным сферам социальной жизни и поддержания активности студентов на более высоком уровне, чем она есть в настоящее время.

Такие качества студентов-оптимистов, как общение со своими сверстниками, новые коммуникации и командная работа, формируют и их отношение к участию в общественной жизни в целом, что дает возможность студентам продолжить после школы любимое занятие (79 %), заниматься интересным делом, развивать творческие и коммуникативные способности (85 %). Они ориентированы на работу в команде и считают, что любую идею можно довести до конкретного результата, работая только в таком формате (59 %). Наряду с общением со своими единомышленниками для них важно совместно добиваться своих целей и быть частью студенческого коллектива (91 %), проявлять свои деловые и лидерские качества (90 %). Они нацелены на конвертацию в будущем полученного опыта. Участие в общественной жизни даст им те компетенции, которые пригодятся в дальнейшей профессиональной деятельности (81 %).

Стоит также отметить, что подавляющее большинство оптимистов рассчитывают не только на материальную поддержку своих инициатив со стороны администрации вуза (89 %), но и на материальное поощрение активных студентов в различных сферах деятельности (93 %).

Активность студентов-оптимистов в социальных сетях (таблица 4) практически не отличает их от студентов других групп: среди них есть и онлайн-игроки (33 %), и просто потребители различной информации, активно делая

щие перепосты и ставящие лайки/дизлайки (40 %). 22 % этой группы активно обновляют свои социальные сети, размещая информацию о себе, публикуя фото и видео.

Таблица 4  
 Активность студентов в социальных сетях и диджитал-креативность  
 (по оценке «часто»), %

Table 4  
 Students' activity on social networks and their digital creativity  
 (as measured by "often"), %

Практики <i>Practices</i>	Все студенты <i>All students</i>	Оптимисты <i>Optimist</i>	Популисты <i>Populists</i>	Разносторонние <i>Versatile</i>	Дисциплинированные <i>Disciplined</i>	Аутсайдеры <i>Outsider</i>
Делают перепосты, ставят лайки, дизлайки <i>They repost, like, dislike</i>	34	40	45	34	31	28
Играют в онлайн-игры <i>They play online games</i>	32	33	32	39	24	33
Размещают информацию о себе в социальных сетях, публикуют фото и видео <i>They post information about themselves on social networks, publish photos and videos</i>	21	22	33	17	26	15
Комментируют публикации других авторов в социальных сетях <i>They comment on the publications of other authors on social networks</i>	15	12	31	16	13	6
Создают видеоролики со своим участием и делятся ими <i>They create and share videos with their participation</i>	13	12	23	13	19	5
Дают советы, оставляют отзывы и рецензии <i>They give advice, leave feedback and reviews</i>	12	14	23	14	7	7
Ведут собственный тематический блог в социальной сети <i>They run their own thematic blog on the social network</i>	12	8	23	13	11	6
Публикуют собственные тексты на различные темы на своей странице в социальной сети <i>They publish their own texts on various topics on their social network page</i>	8	8	16	9	6	3
Работа связана с социальными сетями <i>The work is connected with social networks</i>	8	6	12	12	8	3
Зарабатывают деньги в интернете <i>They earn money on the Internet</i>	7	5	11	9	3	3

Образ жизни и социальные практики студентов определяются их ценностными ориентациями, представлениями о составляющих жизненного успеха. К числу наиболее значимых для студентов всех рассматриваемых групп относятся здоровье (83 %), дружная, сплоченная семья (73 %) и любимая работа (73 %). А далее параметры успеха и их значения меняются в каждой группе и естественным образом коррелируют с актуальной оценкой студентами сво-

их личностных качеств, умений, возможностей. В анкетном опросе студентам предлагалось оценить 39 параметров жизненного успеха. В данном исследовании мы анализировали те параметры для каждой группы студентов, которые в качестве условий жизненного успеха назвали более половины студентов.

К числу наиболее значимых ценностей студенты-оптимисты относят самосовершенствование, саморазвитие (63 %), самореализацию (60 %), коммуникабельность, умение наладить контакт с людьми (58 %), оптимизм (53 %). Это именно те характеристики, которые определяют их активную общественную позицию и имеют большое значение в проектной деятельности социально значимого характера. А на повышение такой активности серьезное влияние может оказать материальная поддержка как самих проектов, так и их участников: ценность денег и богатства (59 %) занимает в рейтинге составляющих жизненного успеха у этих студентов четвертое место.

*Популисты.* Стремление студентов-популистов к известности (48 %) прослеживается в их интересе к участию в дискуссиях (36 %). Им нравится на занятиях в вузе находить оригинальные решения задач (38 %), вступать в полемику с преподавателями (20 %), инициировать обсуждение новых тем (18 %), что естественным образом помогает им достичь неформального лидерства в кругу своих сверстников. Студенты этой группы демонстрируют повышенный интерес к новым знаниям (50 %).

Амбиции популистов в неформальном лидерстве (23 %) и известности во многом объясняют и их интерес к студенческим творческим (30 %) и общественно-культурным мероприятиям с участием иностранных студентов (21 %), к участию в работе студенческих советов (22 %). Также запрос к международному взаимодействию выражается в интересе к международным программам обучения и стажировкам (33 %).

Несмотря на высокий интерес популистов к разным сферам общественной жизни вуза, они демонстрируют низкую активность участия в них. Только пятая часть студентов принимает участие в творческих мероприятиях и становится победителями и призерами (КВН, конкурсы песен и танцев, театральные постановки), десятая часть – в работе студенческих советов.

Отметим, что студенты-популисты во время обучения в школе успешно совмещали участие в творческих мероприятиях (60 %) и предметных олимпиадах школьников (55 %), становясь победителями и призерами в обоих форматах (таблицы 2, 3). Значительная часть молодежи этой группы реализовывала свои амбиции и в занятиях спортом во время обучения в школе, а в студенчестве этот показатель снизился в несколько раз (38 % и 6 % соответственно).

Одним из факторов, способствующих активной деятельности студентов в разных сферах научной и общественной жизни университета, являются созданные для этого условия. В среднем только половина студентов согласна с утверждениями, что университет предоставляет условия для реализации студентов в творческой (54 %) и волонтерской деятельности (51 %), а также хорошую современную базу для занятий физической культурой и спортом (54 %).

Еще более скромно оценивают студенты научную базу университета. Далеко не большинство из них согласны, что по их направлению подготовки в университете профессорско-преподавательский состав обладает высоким уровнем профессионализма (60 %), сложились продуктивные отношения с научным руководителем (40 %), организована практика по направлению подготовки (39 %) и взаимодействие с реальными работодателями (38 %). В сравнении со студентами-оптимистами популисты гораздо реже дают условиям научно-образовательной и общественной жизни положительные оценки. Возможно, изменение условий научно-образовательной деятельности вуза позволит повысить активность студентов и в этой сфере.

Так же, как и для оптимистов, для популистов имеет большое значение материальная оценка участия в общественной жизни вуза: 86 % студентов группы считают, что администрация вуза должна материально поощрять активных студентов в различных сферах деятельности, а 84 % – что администрация вуза должна материально поддерживать инициативные мероприятия студентов. Несмотря на важность для популистов признания их достижений другими (48 %), стремление к известности (48 %) и неформальному лидерству (23 %), они скептически относятся к командной работе, и лишь 39 % студентов считают, что любую идею можно довести до конкретного результата, только работая в команде.

Активность студентов-популистов в социальных сетях значительно выше, чем студентов других групп (таблица 4). Чуть менее половины из них часто делают перепосты информации различного вида, ставят лайки и дизлайки (45 %). Треть студентов размещает в социальных сетях актуальную информацию о себе, публикуя фото и видео (33 %), комментирует публикации других авторов (31 %). Отметим диджитал-креативность студентов этой группы – в ней наибольшее количество молодых людей, способных создать собственный цифровой продукт: 23 % ведут собственные тематические блоги, столько же создают видеоролики со своим участием и делятся ими.

Реализация студентами-популистами признания другими собственной значимости возможна при достижении финансового успеха (деньги и богатство отметили 66 % популистов). Значимыми факторами этого достижения студенты называют самосовершенствование, саморазвитие (60 %), самореализацию (58 %) и умственные способности (58 %).

*Разносторонние.* Обладающие множеством разных талантов (46 %) и имеющие много разных увлечений (65 %), хорошо чувствующие манипуляции извне (59 %), разносторонние студенты проявляют интерес к различным видам деятельности и социального взаимодействия. Им нравится узнавать что-то новое (58 %) и учиться чему-то новому (60 %), находить оригинальные решения на занятиях (42 %). При том, что им интересно придумывать что-то новое, доводить идею до конкретного воплощения этим студентам лень (23 %). Вместе с тем разносторонние студенты неплохие медиаторы: они умеют решать конфликты мирным путем (49 %) и придумывают необычные способы поми-

ряться с человеком (30 %). Они наиболее активны в оказании помощи своим однокурсникам в учебном процессе (33 %). Самое значимое отличие студентов этой группы от их сверстников – им нравится что-то делать собственными руками (56 %). Они неплохо разбираются в устройстве компьютера и могут устранить простые неполадки (24 %), им нравится работать с большими объемами информации (20 %).

Разносторонность студентов проявляется в многообразии их интересов как в научной, так и в общественной жизни университета. В целом они не отличаются по этим параметрам от всех участников выборки исследования. Наибольший интерес для них представляют творческие мероприятия студентов (24 %) и международные программы обучения (20 %). Чуть более высокий интерес разносторонние студенты проявляют к научной деятельности – написанию научных статей (12 %), научно-исследовательским проектам (10 %), прикладным (8 %) и фундаментальным (7 %) научным исследованиям.

При декларированном уровне интереса к разным формам научной и общественной деятельности в реальности студенты группы практически ни в чем активно себя не проявляют: 16 % принимают участие в студенческих творческих мероприятиях, 4 % публикуют научные статьи, 4 % участвуют в научно-исследовательских проектах, по 6 % – в прикладных и фундаментальных научных исследованиях.

По сравнению со школьными годами активность разносторонних студентов резко снижается во время обучения в вузе. Будучи школьниками, они участвовали в предметных олимпиадах (66 %), творческих мероприятиях (61 %), спортивных соревнованиях (43 %), волонтерской деятельности (32 %). Количество участвующих студентов в двух последних форматах уменьшается в разы (4 и 7 соответственно). Причем школьники не просто были участниками учебной и общественной деятельности, а становились победителями и призерами предметных олимпиад разного уровня (87 %), творческих конкурсов (74 %), спортивных соревнований (67 %).

Оценки разносторонними студентами условий научно-образовательной и общественной деятельности в университете по ряду параметров схожи с оценками как студентов-оптимистов, так и студентов-популистов. Как и оптимисты, они высоко оценивают уровень профессиональной подготовки профессорско-преподавательского состава (70 %) и продуктивные отношения с научным руководителем (55 %). А как популисты – условия для занятий физической культурой и спортом (60 %), творческой (57 %) и волонтерской (56 %) деятельностью.

Оценивая собственное участие в общественной жизни вуза, почти четверть разносторонних студентов признается, что их вообще не интересует общественная деятельность (23 %). Их менее, чем студентов других групп, интересует материальное вознаграждение за это (41 %). Меньшинство представителей группы проявляют высокую активность в общественной жизни и

предлагают свои идеи (28 %), а также готовы к командной работе, чтобы довести идеи до конкретного результата (30 %).

Активность разносторонних студентов в социальных сетях связана с онлайн-играми (39 %). У небольшой части студентов группы (12 %) трудовая занятость связана с работой в социальных сетях (таблица. 4).

В структуре жизненных ценностей у разносторонних студентов второе место (после здоровья) занимает любимая работа (71 %), опережая самосовершенствование и саморазвитие (69 %), дружную и сплоченную семью (68 %). Одними из приоритетных факторов достижения жизненного успеха для этих студентов являются финансовая независимость (58 % против 50 % по выборке) и общение с интересными людьми (58 % против 51 % по выборке).

*Дисциплинированные.* Позиционирующие себя как дисциплинированные (67 %) и всегда планирующие свою жизнь (44 %) студенты не обладают убедительными коммуникативными и лидерскими качествами. Им сложно адаптироваться в незнакомых обстоятельствах (не испытывают таких проблем только 8 % студентов), пятая часть студентов может быть подвержена манипуляциям со стороны других людей и не почувствовать этого (21 %), они не стремятся быть лидерами и объединять людей вокруг своих идей.

Среди интересов дисциплинированных студентов к различным видам деятельности можно выделить лишь стремление к новым знаниям (37 %) и навыкам (41 %), но и оно находится на среднем по выборке уровне.

Такой же средний по уровню среди всех студентов интерес студенты этой группы демонстрируют и к разным формам научной и общественной жизни университета. Только пятая часть студентов (19 %) проявляет интерес к студенческим творческим мероприятиям, от 10 % до 15 % – к трудовой, спортивной и волонтерской деятельности.

Невысоким интересом к научной и общественной жизни вуза объясняется и низкая активность дисциплинированных студентов в ней. Из всех видов активностей наибольшей популярностью у них пользуются студенческие творческие мероприятия (17 %).

Отметим, что результаты участия в учебной и общественной деятельности дисциплинированных студентов в школе находились практически на том же уровне активности, как и у студентов-оптимистов и популистов: 77 % становились победителями и призерами предметных олимпиад разного уровня, 54 % – победителями и призерами спортивных соревнований (таблица 3). На таком высоком уровне были их результаты и в творческих конкурсах – 63 % в них побеждали или становились призерами. Активность дисциплинированных студентов также значительно снижается (в 4–7 раз) время обучения в вузе, соответственно, и результаты участия в разных видах деятельности – тоже, но остаются на уровне средних показателей по всей выборке исследования.

Оценивая условия научно-образовательной и общественной деятельности в университете, большая часть дисциплинированных студентов (83 %) отмечает высокопрофессиональный профессорско-преподавательский состав.

Также среди студентов этой группы меньше других студентов указывают на дефицит преподавателей-практиков с реальным опытом профессиональной деятельности (несогласных с этим утверждением 62 %).

В отношении к участию своих сокурсников в общественной жизни дисциплинированные студенты подтверждают свой невысокий интерес к ней – принять в чем-то участие они могут «за компанию» (66 %). Наиболее значимой характеристикой такого участия становится не получение конкретного результата, а идея чего-то нового и интересного (на получение результата нацелены только 32 % студентов группы).

Активность дисциплинированных студентов в социальных сетях (таблица 4) выражается в перепостах информации, лайках и дизлайках (31 %). Четвертая часть студентов этой группы активно размещает в социальных сетях информацию о себе, публикует фото и видео (26 %). Также активно пятая часть студентов создает видеоролики со своим участием и делится ими (19 %).

В числе наиболее значимых жизненных ценностей наряду со здоровьем (84 %), дружной и сплоченной семьей (79 %), любимой работой (75 %) дисциплинированные студенты выделяют самосовершенствование и саморазвитие (61 %), деньги и богатство (60 %). Стоит отдельно отметить, что 43 % студентов этой группы фактором достижения жизненного успеха назвали хорошее образование, хотя оно и занимает в рейтинге 13-е место (16-е место – у оптимистов, 19-е место – у популистов и разносторонних).

*Аутсайдеры.* Студенты данной группы характеризуются отсутствием каких-либо качеств, которые определяют потенциальную активность в социальной жизни. Их самооценка строится на частице не: не лидеры, не организаторы, не коммуникаторы, не медиаторы, не публичные. Они демонстрируют слабый интерес и к новым знаниям, и к новому опыту. Из всех параметров, описывающих интерес студентов к различным видам деятельности, можно выделить единственный – чуть менее трети аутсайдеров (29 %) готовы что-то создавать собственными руками.

Интересы студентов этой группы к научной и общественной жизни университета и участие в ней находятся на крайне низком уровне – в любом студенческом мероприятии принимают участие менее 10 %.

Отметим, что в школьные годы активность аутсайдеров была более высокой (43 % участвовали предметных олимпиадах, 33 % – в творческих мероприятиях, 28 % – в спортивных мероприятиях, 18 % – в волонтерской деятельности), хотя эти показатели значительно ниже, чем в других группах молодежи (таблица 2).

Оценки условий научно-образовательной и общественной деятельности университета студентов-аутсайдеров в целом не отличаются от оценок студентов других групп. Основные их претензии связаны с уровнем профессиональной подготовки профессорско-преподавательского состава (64 % студентов оценивают его высоко, по выборке – 70 %) и оснащением компьютерной

техники современным программным обеспечением (40 % студентов подтверждают его наличие, по выборке – 46 %).

Оценка студентами-аутсайдерами своих личностных качеств и возможностей, социального статуса в студенческой среде во многом определяет и отношение студентов к участию в общественной жизни. Среди них значительно меньше, чем студентов других групп, тех, кто ориентирован на получение опыта для дальнейшей профессиональной деятельности (64 %), на развитие своих творческих и коммуникативных способностей (64 %). Наряду с этим в группе аутсайдеров, так же как и в группе студентов-оптимистов, почти половина считает важным не просто выдвижение новых и интересных идей, а получение конкретных результатов деятельности (48 % против 40 % по выборке).

Низкий уровень активности аутсайдеров в разных сферах общественной жизни сохраняется и в социальных сетях. Они реже других студентов рефлексуют по поводу различного информационного контента: 28 % делают репосты, ставят лайки и дизлайки, 6 % комментируют публикации (таблица 4).

В рейтинге важнейших составляющих жизненного успеха студентов-аутсайдеров только шесть параметров набирают более 50 % голосов (10 таких параметров отметили популисты, по 9 параметров – оптимисты и разносторонние, 8 параметров – дисциплинированные). Для большинства студентов этой группы важным фактором достижения успеха является здоровье (88 %), далее по значимости – любимая работа (75 %) и дружная, сплоченная семья (70 %). Деньги и богатство (54 %) для аутсайдеров представляют меньшую ценность, чем для студентов других групп.

По мнению авторов статьи, особый интерес представляет социологический анализ отношения студенческой молодежи к научно-исследовательской деятельности в вузе, так как именно этот аспект наиболее важен с точки зрения выявления и привлечения талантливых студентов в сферу исследований и научных разработок.

**Характеристики групп студентов по показателям интереса к научной и общественной жизни в вузе.** Обобщенная характеристика групп студентов показывает, что студенческие активности (спорт, творческие мероприятия, волонтерская деятельность и т. п.) интересуют студентов чаще, чем участие в научной жизни (рис. 1). Демонстративный интерес (сюда входят студенты, которых и очень интересует, и скорее интересует) к общественной жизни университета характерен для 73 % студентов, тогда как к научной деятельности – для 50 %. Разрыв между этими направлениями – 1,5 раза, и он увеличивается до 2,8 раза, если сравнивать группы тех, для кого характерен высокий уровень интереса: среди студентов таких 39 % по студенческим активностям и 14 % – по научной деятельности. Важно отметить и то, что разница между демонстративным и высоким интересом к науке гораздо выше, чем аналогичная разница показателей интереса к общественной деятельности студентов (наука – 3,6 раза, активности – 1,9 раза).

*Оптимистов* отличает не только самый высокий уровень демонстративного интереса к разным сферам общественной жизни (84 %), но и самый высокий разрыв между интересом к студенческим активностям и научной жизни (1,7 раза). Интерес к науке демонстрируют 49 % представителей этой группы, т. е. примерно столько же, сколько и студенты в целом. Высокий интерес к науке выявлен у 12 % оптимистов, а высокий интерес к общественной деятельности – у 45 %, т. е. разрыв между этими показателями гораздо выше, чем у показателей демонстративного интереса (3,8 раза).

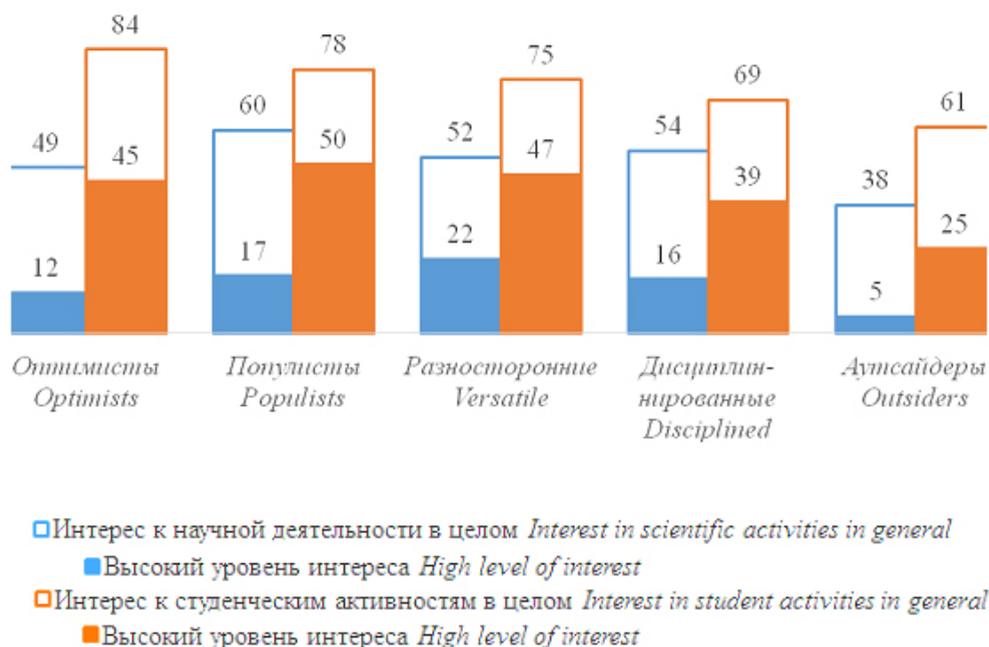


Рис. 1. Показатели интереса студентов к научной и общественной жизни в вузе, %

Fig. 1. Indicators of students' interest to scientific and social life in the university, %

*Популистов* отличает самый высокий среди рассмотренных групп студентов демонстративный интерес к научной деятельности (60 %). Однако высокий интерес к науке характерен лишь 17 % из них. Демонстративный интерес к студенческой жизни у них немного ниже, чем у оптимистов, а вот тех, кто очень интересуется подобными мероприятиями, напротив, даже немного больше (50 %). Следовательно, разрыв между интересом демонстративным и высоким в этой группе ниже (1,6 раза).

*Разносторонние* по своему интересу к студенческой жизни почти не отличаются от популистов: 75 % студентов интересуются в той или иной степени, 47 % студентов демонстрируют повышенный интерес. Однако отличительной особенностью группы является их интерес к научной деятельности. Здесь самый низкий по всем пяти группам разрыв между демонстративным и высоким интересом к науке – 2,1 раза (средний разрыв – 2,8 раза). Среди разносторонних наблюдается самый высокий показатель тех, кто демонстрирует наибольшую заинтересованность в научной деятельности (22 %). Еще одной специфической особенностью группы является то, что ее представители занимают неоднозначную позицию по отношению к науке. В группе разносторонних выше число тех, кто очень интересуется научной деятельностью, но одновременно с этим здесь больше среднего показателя тех, кто однозначно не интересуется ни одним из возможных направлений научной деятельности (23 % против 17 % в среднем по студентам).

*Дисциплинированные* не очень сильно отличаются от студентов в целом по уровню интереса к студенческой и научной жизни вуза. Можно только отметить, что демонстративный интерес к общественной деятельности в университете здесь незначительно ниже среднего (69 %), а интерес к научной деятельности – незначительно выше (54 %).

*Аутсайдеры* демонстрируют самый низкий по всем группам студентов интерес и к науке, и к студенческой жизни в вузе. Кроме того, в этой группе самый высокий разрыв между демонстративным и высоким интересами к научной деятельности (7,6 раз): в целом проявляют интерес к науке 38 % аутсайдеров, и лишь 5 % студентов обозначают высокий интерес к научной деятельности в вузе. Также в этой группе 28 % студентов заявляют о том, что их однозначно не интересует ни одно из возможных направлений научной деятельности.

## Заключение

Результаты проведенного исследования позволили выделить группы студентов и их основные характеристики, на основании которых могут формироваться креативные студенческие команды, способные к результативной деятельности в креативной индустрии, в исследовательских и научно-технологических и социально значимых проектах. Каждая группа студентов (оптимисты, популисты, разносторонние, дисциплинированные, аутсайдеры) обладает уникальными характеристиками, которые могут быть востребованы в различных сферах студенческой активности.

Значимыми факторами формирования креативных студенческих команд могут стать:

- 1) самооценка студентами собственных личностных качеств;
- 2) самооценка способностей, умений и навыков;
- 3) интерес студентов к различным видам деятельности;
- 4) мотивация студентов к участию в общественной и научно-исследовательской деятельности (таблица 5).

Таблица 5  
 Факторы формирования креативных студенческих команд

Table 5

Factors influencing the formation of creative student teams

	Самооценка личности <i>Self-assessment of a personality</i>	Самооценка способностей <i>Self-assessment of abilities</i>	Интерес к видам деятельности <i>Interest in the types of activities</i>	Мотивация к деятельности <i>Motivation for activity</i>
Оптимисты <i>Optimists</i>	Командная работа <i>Teamwork</i> Оптимизм <i>Optimism</i>	Медиаторы <i>Mediators</i> Любознательность <i>Curiosity</i>	Творчество <i>Creativity</i> Волонтерство <i>Volunteering</i> Студенческие советы <i>Student councils</i>	Материальное поощрение студентов <i>Financial incentives for students</i> Проявление лидерских качеств <i>Demonstration of leadership qualities</i> Опыт для профессиональной деятельности <i>Experience for professional activity</i> Командная работа <i>Teamwork</i>
Популисты <i>Populists</i>	Общественное признание <i>Public recognition</i> Известность <i>Popularity</i>	Любознательность <i>Curiosity</i> Оригинальные решения <i>Original solutions</i>	Творчество <i>Creativity</i> Общественные мероприятия <i>Public events</i> Международные программы обучения <i>International learning programmes</i> Студенческие советы <i>Student councils</i>	Материальное поощрение студентов <i>Financial incentives for students</i> Финансовая поддержка мероприятий <i>Financial support for events</i> Проявление лидерских качеств <i>Demonstration of leadership qualities</i> Опыт для профессиональной деятельности <i>Experience for professional activity</i>
Разносторонние <i>Versatile</i>	Много увлечений и талантов <i>Many hobbies and talents</i> Чувствительны к манипуляциям <i>Sensitive to manipulation</i>	Любознательность <i>Curiosity</i> Работа своими руками <i>Work with your own hands</i> Оригинальные решения <i>Original solutions</i>	Творчество <i>Creativity</i> Международные программы обучения <i>International learning programmes</i>	Материальное поощрение студентов <i>Financial incentives for students</i> Финансовая поддержка мероприятий <i>Financial support for events</i> Проявление лидерских качеств <i>Demonstration of leadership qualities</i> Развитие коммуникативных навыков <i>Development of communication skills</i>

Дисциплинированные <i>Disciplined</i>	Дисциплина <i>Discipline</i> Планирование <i>Planning</i>	Любознательность <i>Curiosity</i>	Творчество <i>Creativity</i>	Материальное поощрение студентов <i>Financial incentives for students</i> Командная работа <i>Teamwork</i> Проявление лидерских качеств <i>Demonstration of leadership qualities</i> Опыт для профессиональной деятельности <i>Experience for professional activity</i>
Аутсайдеры <i>Outsiders</i>	Не лидеры <i>Non-leaders</i> Не публичные <i>Non-public</i>	Работа своими руками <i>Work with your own hands</i>	Низкий интерес ко всем видам деятельности <i>Low interest in all types of activities</i>	Материальное поощрение студентов <i>Financial incentives for students</i> Финансовая поддержка мероприятий <i>Financial support for events</i> Опыт для профессиональной деятельности <i>Experience for professional activity</i> Командная работа <i>Teamwork</i>

С учетом этих факторов и различного сочетания индивидуальных характеристик студентов представляется возможным формировать креативные студенческие команды под разные цели, для реализации различных задач и повышения эффективности студенческой активности в различных сферах деятельности – как научно-исследовательской, так и общественно значимой. На начальном этапе построения команды целесообразно, на наш взгляд, проводить предварительное тестирование потенциальных участников с целью выявления их интересов и мотивов участия.

Отметим, что обзор публикаций показал отсутствие полноценной методики изучения креативности, исследования креативности чаще носят теоретический характер. Социологические эмпирические исследования фрагментарны и в большинстве случаев выявляют не креативность, а активность молодежи в различных сферах социальной жизни. Наряду с этим существуют специализированные диагностические методики, измеряющие уровень творческого потенциала, результаты которых в большинстве случаев не учитываются при проведении социологических исследований.

Перспективным направлением дальнейших исследований является разработка методики оценки креативного потенциала студенческой молодежи на основе междисциплинарного подхода при условии использования масштабных выборочных обследований, позволяющих выявлять факторы активности участия студентов в различных сферах деятельности, мотивацию и результативность этой деятельности.

## Список использованных источников

1. Хамидулин В.С. Модернизация модели проектно-ориентированного обучения в вузе. *Высшее образование в России*. 2020.29(1):135–149. doi:10.31992/0869-3617-2020-29-1-135-149
2. Амбарова П.А., Зборовский Г.Е. Профессиональная адаптация вузовских студентов в меняющемся мире профессий. *Образование и наука*. 2023;25(2):191–223. doi:10.17853/1994-5639-2023-2-191-223
3. Tan C.-S., Tan S.-A., Hashim I.H.M., Lee M.-N., Ong A.W.-H., Yaacob S.-B. Problem-solving ability and stress mediate the relationship between creativity and happiness. *Creativity Research Journal*. 2019;31(1):15–25. doi:10.1080/10400419.2019.1568155
4. Mann S., Cadman R. Does being bored make us more creative? *Creativity Research Journal*. 2014;26(2):165–173. doi:10.1080/10400419.2014.901073
5. Мешкова Н.В. Современные зарубежные исследования креативности: социально-психологический аспект. *Социальная психология и общество*. 2015;6(2):8–21.
6. Абисалова Е.А. Сравнительный анализ процедур измерения креативности. *Вестник РГТУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование»*. 2013;18(119):67–79.
7. Гришина Н.В. Поведение в повседневности: жизненный стиль, повседневная креативность и «жизнетворчество». *Психологические исследования*. 2017;10(56):2.
8. Кириченко Н.С. Развитие креативности у студентов-дизайнеров в процессе профессиональной подготовки. *Мир науки, культуры, образования*. 2019;5(78):284–285. doi:10.24411/1991-5497-2019-00116
9. Мороз В.В. *Развитие креативности студентов: монография*. Оренбург: ОГУ; 2011. 183 с.
10. Hemdan A.H., Kazem A.M. Creativity development of high-achieving students. *Creativity Research Journal*. 2019;31(3):296–308. doi:10.1080/10400419.2019.1641684
11. Delany D.E., Cheung R.R.M., Takahashi Y., Cheung C.S. Adolescents' implicit theories of a creative person: a longitudinal investigation in three countries. *Creativity Research Journal*. 2019;31(1):52–61. doi:10.1080/10400419.2019.1577648
12. Kwang Ng A. A cultural model of creative and conforming behavior. *Creativity Research Journal*. 2003;15(2-3):223–233. doi:10.1080/10400419.2003.9651414
13. Wu C.H., Cheng Y., Ip H.M., McBride-Chang C. Age differences in creativity: task structure and knowledge base. *Creativity Research Journal*. 2005;17(4):321–326. doi:10.1207/s15326934crj1704\_3
14. Davidovitch N., Milgram R.M. Creative thinking as a predictor of teacher effectiveness in higher education. *Creativity Research Journal*. 2006;18(3):385–390. doi:10.1207/s15326934crj1803\_12
15. Maksic S.B., Spasenovic V.Z. Educational science students' implicit theories of creativity. *Creativity Research Journal*. 2018;30(3):287–294. doi:10.1080/10400419.2018.1488200
16. Андрюхина Л.М. Концепции креативности в менеджменте и бизнесе как интеллектуальный ресурс развития образования. *Научное обозрение. Реферативный журнал*. 2019;2:5–14.
17. Oztop P., Katsikopoulos K., Gummerum M. Creativity through connectedness: the role of closeness and perspective taking in group creativity. *Creativity Research Journal*. 2018;30(3):266–275. doi:10.1080/10400419.2018.1488347
18. Yunlu D.G., Clapp-Smith R., Shaffer M. Understanding the role of cultural intelligence in individual creativity. *Creativity Research Journal*. 2017;29(3):236–243. doi:10.1080/10400419.2017.1360070
19. Волков Ю.Г. *Креативность: творчество против имитации*. Москва: Альфа-М; 2013. 432 с.
20. Волков С.К., Ефимов Е.Г. Портрет креативного работника: социологический подход. *Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика*. 2022;2:175–188.
21. Baez J.M., Bergua J.A., Pac D. The creative class and the creative economy in Spain. *Creativity Research Journal*. 2014;26(4):418–426. doi:10.1080/10400419.2014.961769

22. Петрова И.Э., Азерли Д.А. Развитие креативной компетенции в условиях внедрения инноваций: перспективы комплексных междисциплинарных исследований. *Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: Материалы IX Международной научно-практической конференции*; 17–18 апреля 2023 г. Том 1. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2023:163–168.
23. Качераускас Т. Креативность и концепция креативного общества в социологии. *Социологические исследования*. 2017;10:26–35. doi:10.7868/S0132162517100038
24. Julmi C., Scherm E. The domain-specificity of creativity: insights from new phenomenology. *Creativity Research Journal*. 2015;27(2):151–159. doi:10.1080/10400419.2015.1030310
25. Yu F., Peng Th., Peng K., Zheng S.X., Liu Z. The semantic network model of creativity: analysis of online social media data. *Creativity Research Journal*. 2016;28(3):268–274. doi:10.1080/10400419.2016.1195618
26. Волков Ю.Г. Креативное общество как цель российской модернизации. *Социологические исследования*. 2011;11:22–28.
27. Матраева А.Д. Аспекты развития креативности современного российского студенчества. *Социально-гуманитарные знания*. 2017;4:350–356.
28. Иванов Д.В., Асочаков Ю.В., Богомягкова Е.С. Включенность в интернет-коммуникации и креативность в социальных сетях как показатели социального развития. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2021;24(2):56–80. doi:10.31119/jssa.2021.24.2.3
29. Hoffmann J., Ivcevic Z., Brackett M. Creativity in the age of technology: measuring the digital creativity of millennials. *Creativity Research Journal*. 2016;28(2):149–153. doi:10.1080/10400419.2016.1162515
30. Рогач О.В., Фролова Е.В. Анализ влияния социальных сетей на современных подростков: ключевые проблемы и деструктивные последствия. *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология*. 2022;2:305–314. doi:10.17072/2078-7898/2022-2-305-314
31. Иванов Д.В. Интернет-коммуникации как социальная рутина в российских мегаполисах. *Социология науки и технологий*. 2022;1:97–115. doi:10.24412/2079-0910-2022-1-97-115
32. Попель А.А. Перспективы развития социальной креативности. *Трансформация человеческого потенциала в контексте столетия: материалы Международной научно-практической конференции*; 14–15 сентября 2017 г. Том 1. Нижний Новгород: НИСОЦ, 2017:309–312.
33. Раренко А.А. К вопросу о креативности и способах ее изучения и измерения. *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал*. 2020;3:93–103. doi:10.31249/rsoc/2020.03.06
34. Conrady C., Bogner F. X. From STEM to STEAM: cracking the code? How creativity & motivation interacts with inquiry-based learning. *Creativity Research Journal*. 2019;31(3):284–295. doi:10.1080/10400419.2019.1641678
35. Коротаев С.А. Креативность и ее факторы: проблемы концептуализации в исследованиях. *Социологический журнал*. 2015;21(2):6–30.
36. Гуськова Е.А., Тарабаева В.Б. Мотивационные аспекты участия студентов в научно-исследовательской и проектной деятельности. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право*. 2015;8(205):72–75.
37. Серебровская Н.Е., Кочергина И.С. Креативность как компетенция специалистов социномических профессий. *Психологические науки*. 2020;06(96):146–151. doi:10.23670/IRJ.2020.96.6.068
38. Флорида Р. *Креативный класс: люди, которые меняют будущее*. Пер. с англ. Москва: Классика-XXI; 2007. 421 с.

## References

1. Khamidulin V.S. Modernisation of the model of project-oriented learning in higher education. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. 2020;29(1):135–149. (In Russ.) doi:10.31992/0869-3617-2020-29-1-135-149
2. Ambarova P.A., Zborovskiy G.E. Professional adaptation of university students in the changing world of professions. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2023;25(2):191–223. (In Russ.) doi:10.17853/1994-5639-2023-2-191-223
3. Tan C.-S., Tan S.-A., Hashim I.H.M., Lee M.-N., Ong A.W.-H., Yaacob S.-B. Problem-solving ability and stress mediate the relationship between creativity and happiness. *Creativity Research Journal*. 2019;31(1):15–25. doi:10.1080/10400419.2019.1568155
4. Mann S., Cadman R. Does being bored make us more creative? *Creativity Research Journal*. 2014;26(2):165–173. doi:10.1080/10400419.2014.901073
5. Meshkova N.V. Modern foreign studies of creativity: socio-psychological aspect. *Social'naja psihologija i obshchestvo = Social Psychology and Society*. 2015;6(2):8–21. (In Russ.)
6. Abisalova E.A. Comparative analysis of creativity measurement procedures. *Vestnik RGGU. Serija "Psihologija. Pedagogika. Obrazovanie" = Vestnik RSUHU. Series "Psychology. Pedagogy. Education"*. 2013;18(119):67–79. (In Russ.)
7. Grishina N.V. Behavior in everyday life: life style, everyday creativity and "life creativity". *Psichologicheskie issledovaniya = Psychological Studies*. 2017;10(56):2. (In Russ.)
8. Kirichenko N.S. Development of creativity in design students in the process of professional training. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = World of Science, Culture, Education*. 2019;5(78):284–285. (In Russ.) doi:10.24411/1991-5497-2019-00116
9. Moroz V.V. *Razvitie kreativnosti studentov = Development of Creativity of Students*. Orenburg: Orenburg State University; 2011. 183 p. (In Russ.)
10. Hemdan A.H., Kazem A.M. Creativity development of high-achieving students. *Creativity Research Journal*. 2019;31(3):296–308. doi:10.1080/10400419.2019.1641684
11. Delany D.E., Cheung R.R.M., Takahashi Y., Cheung C.S. Adolescents' implicit theories of a creative person: a longitudinal investigation in three countries. *Creativity Research Journal*. 2019;31(1):52–61. doi:10.1080/10400419.2019.1577648
12. Kwang Ng A. A cultural model of creative and conforming behaviour. *Creativity Research Journal*. 2003;15(2-3):223–233. doi:10.1080/10400419.2003.9651414
13. Wu C.H., Cheng Y., Ip H.M., McBride-Chang C. Age differences in creativity: task structure and knowledge base. *Creativity Research Journal*. 2005;17(4):321–326. doi:10.1207/s15326934crj1704\_3
14. Davidovitch N., Milgram R.M. Creative thinking as a predictor of teacher effectiveness in higher education. *Creativity Research Journal*. 2006;18(3):385–390. doi:10.1207/s15326934crj1803\_12
15. Maksic S.B., Spasenovic V.Z. Educational science students' implicit theories of creativity. *Creativity Research Journal*. 2018;30(3):287–294. doi:10.1080/10400419.2018.1488200
16. Andryukhina L.M. Concepts of creativity in management and business as an intellectual resource of education development. *Nauchnoe obozrenie. Referativnyj zhurnal = Scientific Review. Abstract Journal*. 2019;2:5–14. (In Russ.)
17. Oztop P., Katsikopoulos K., Gummerum M. Creativity through connectedness: the role of closeness and perspective taking in group creativity. *Creativity Research Journal*. 2018;30(3):266–275. doi:10.1080/10400419.2018.1488347
18. Yunlu D.G., Clapp-Smith R., Shaffer M. Understanding the role of cultural intelligence in individual creativity. *Creativity Research Journal*. 2017;29(3):236–243. doi:10.1080/10400419.2017.1360070

19. Volkov Y.G. *Kreativnost': tvorchestvo protiv imitacii = Creativity: Creativity versus Imitation*. Moscow: Publishing House Alfa-M; 2013. 432 p. (In Russ.)
20. Volkov S.K., Efimov E.G. Portrait of a creative worker: a sociological approach. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 6. Jekonomika = Vestnik of Moscow University. Series 6. Economics*. 2022;2:175–188. (In Russ.) doi:10.38050/01300105202228
21. Baez J.M., Bergua J.A., Pac D. The creative class and the creative economy in Spain. *Creativity Research Journal*. 2014;26(4):418–426. doi:10.1080/10400419.2014.961769
22. Petrova I.E., Azerli D.A. Development of creative competence in the conditions of innovation implementation: prospects of complex interdisciplinary research. In: *Strategii razvitiya social'nyh obshhnostej, institutov i territorij. Materialy IX Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii = Strategies of Development of Social Communities, Institutions and Territories. Materials of IX International Scientific and Practical Conference; 2023*; Ekaterinburg. Vol. 1. Ekaterinburg: Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin; 2023:163–168. (In Russ.)
23. Kacerauskas T. Creativity and the concept of creative society in sociology. *Sociologicheskie issledovaniya = Sociological Research*. 2017;10:26–35. (In Russ.) doi:10.7868/S0132162517100038
24. Julmi C., Scherm E. The domain-specificity of creativity: insights from new phenomenology. *Creativity Research Journal*. 2015;27(2):151–159. doi:10.1080/10400419.2015.1030310
25. Yu F., Peng Th., Peng K., Zheng S.X., Liu Z. The semantic network model of creativity: analysis of online social media data. *Creativity Research Journal*. 2016;28(3):268–274. doi:10.1080/10400419.2016.1195618
26. Volkov Y.G. Creative society as a goal of Russian modernization. *Sociologicheskie issledovaniya = Sociological Studies*. 2011;11:22–28. (In Russ.)
27. Matraeva A.D. Aspects of the development of creativity of modern Russian students. *Social'no-gumanitarnye znaniya = Socio-Humanitarian Knowledge*. 2017;4:350–356. (In Russ.)
28. Ivanov D.V., Asochakov Y.V., Bogomyakova E.S. Inclusion in Internet communication and creativity in social networks as indicators of social development. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii = Journal of Sociology and Social Anthropology*. 2021;24(2):56–80. (In Russ.) doi:10.31119/jssa.2021.24.2.3
29. Hoffmann J., Ivcevic Z., Brackett M. Creativity in the age of technology: measuring the digital creativity of millennials. *Creativity Research Journal*. 2016;28(2):149–153. doi:10.1080/10400419.2016.1162515
30. Rogach O.V., Frolova E.V. Analysis of the influence of social networks on modern teenagers: key problems and destructive consequences. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofija. Psihologija. Sociologija = Vestnik of Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology*. 2022;2:305–314. (In Russ.) doi:10.17072/2078-7898/2022-2-305-314
31. Ivanov D.V. Internet communications as a social routine in Russian megacities. *Sociologija nauki i tehnologij = Sociology of Science and Technology*. 2022;1:97–115. (In Russ.) doi:10.24412/2079-0910-2022-1-97-115
32. Popel A.A. Prospects for the development of social creativity. In: *Transformacija chelovecheskogo potenciala v kontekste stoletija. Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii = Transformation of Human Potential in the Context of the Century. Materials of International Scientific and Practical Conference; 2017*; Nizhny Novgorod. Vol. 1. Nizhny Novgorod: NISOC; 2017:309–312. (In Russ.)
33. Rarenko A.A. To the question of creativity and ways of its study and measurement. *Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaja i zarubezhnaja literatura. Ser. 11. Sociologija: Referativnyj zhurnal = Social and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Ser. 11. Sociology: Abstract Journal*. 2020;3:93–103. (In Russ.) doi:10.31249/rsoc/2020.03.06

34. Conradt C., Bogner F.X. From STEM to STEAM: cracking the code? How creativity & motivation interacts with inquiry-based learning. *Creativity Research Journal*. 2019;31(3):284–295. doi:10.1080/10400419.2019.1641678
35. Korotayev S.A. Creativity and its factors: problems of conceptualisation in research. *Sociologicheskij zhurnal = Sociological Journal*. 2015;21(2):6–30. (In Russ.)
36. Guskova E.A., Tarabaeva V.B. Motivational aspects of students' participation in research and design activities. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofija. Sociologija. Pravo = Scientific Vedomosti Belgorod State University. Series: Philosophy. Sociology. Law*. 2015;8(205):72–75. (In Russ.)
37. Serebrovskaya N.E., Kochergina I.S. Creativity as a competence of specialists of socioeconomic professions. *Psihologicheskie nauki = Psychological Sciences*. 2020;06(96):146–151. (In Russ.) doi:10.23670/IRJ.2020.96.6.068
38. Florida R. *Kreativnyj klass: ljudi, kotorye menjajut budushhee = Creative Class: People Who Change the Future*. Translated from English. Moscow: Publishing House Klassika-XXI; 2007. 421 p. (In Russ.)

**Информация об авторах:**

**Ушакова Яна Владимировна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация; ORCID 0000-0002-9874-3106. E-mail: yana@fsn.unn.ru

**Зернов Дмитрий Васильевич** – кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация; ORCID 0000-0002-2864-9253, Scopus Author ID 56112413300. E-mail: zernov@fsn.unn.ru

**Ситникова Ирина Викторовна** – кандидат социологических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Российская Федерация; ORCID 0000-0002-8138-3116. E-mail: april@fsn.unn.ru

**Вклад соавторов:**

Я.В. Ушакова – разработка концепции и методологии исследования, разработка инструментария исследования, анализ и интерпретация результатов.

Д.В. Зернов – статистическая обработка эмпирических данных, анализ и интерпретация результатов исследования.

И.В. Ситникова – разработка инструментария исследования, анализ теоретических источников, работа над библиографией.

**Информация о конфликте интересов.** Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 11.01.2024; поступила после рецензирования 25.08.2024; принята к публикации 04.09.2024.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

**Information about the authors:**

**Yana V. Ushakova** – Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor, Department of Sectoral and Applied Sociology, Faculty of Social Sciences, National Research Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod, Russian Federation; ORCID 0000-0002-9874-3106. E-mail: yana@fsn.unn.ru

**Dmitriy V. Zernov** – Cand. Sci. (Politics), Associate Professor, Department of Sectoral and Applied Sociology, Faculty of Social Sciences, National Research Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod,

Russian Federation; ORCID 0000-0002-2864-9253, Scopus Author ID 56112413300. E-mail: zernov@fsn.unn.ru

**Irina V. Sitnikova** – Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor, Department of Sectoral and Applied Sociology, Faculty of Social Sciences, National Research Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod, Russian Federation; ORCID 0000-0002-8138-3116. E-mail: april@fsn.unn.ru

**Contribution of the authors:**

Y.V. Ushakova – development of research concept and methodology, development of research tools, analysis and interpretation of results.

D.V. Zernov – statistical processing of empirical data, analysis and interpretation of research results.

I.V. Sitnikova – development of research tools, analysis of theoretical sources, work on the bibliography.

**Conflict of interest statement.** The authors declare that there is no conflict of interest.

Received 11.01.2024; revised 25.08.2024; accepted 04.09.2024.

The authors have read and approved the final manuscript.

**Información sobre los autores:**

**Yana Vladimirovna Ushakova:** Candidata a Ciencias de la Sociología, Profesora Asociada del Departamento de Sociología Industrial y Aplicada, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Estatal N.I. Lobachevsky de Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Federación de Rusia; ORCID 0000-0002-9874-3106; Correo electrónico: yana@fsn.unn.ru

**Dimitri Vasilevich Zernov:** Candidato a Ciencias Políticas, Profesor Asociado del Departamento de Sociología Industrial y Aplicada, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Estatal N.I. Lobachevsky de Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Federación de Rusia; ORCID 0000-0002-2864-9253, Scopus Author ID 56112413300. Correo electrónico: zernov@fsn.unn.ru

**Irina Viktorovna Sitnikova:** Candidata a Ciencias de la Sociología, Profesora Asociada del Departamento de Sociología Industrial y Aplicada, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Estatal N.I. Lobachevsky de Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Federación de Rusia; ORCID 0000-0002-8138-3116. Correo electrónico: april@fsn.unn.ru

**Contribución de coautoría:**

Ya.V. Ushakova: desarrollo del concepto y metodología de investigación, desarrollo de las herramientas de investigación, análisis e interpretación de resultados.

D.V. Zernov: procesamiento estadístico de los datos empíricos, análisis e interpretación de los resultados de investigación.

I.V. Sitnikova: desarrollo de herramientas de investigación, análisis de las fuentes teóricas, trabajo bibliográfico.

**Información sobre conflicto de intereses.** Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

El artículo fue recibido por los editores el 11/01/2024; recepción efectuada después de la revisión el 25/08/2024; aceptado para su publicación el 04/09/2024.

Los autores leyeron y aprobaron la versión final del manuscrito.