

**Алексюк Ю.О.**

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, Россия

E-mail: iuliia.aleksiuk@gmail.com

## РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ У СТУДЕНТОВ ПОКОЛЕНИЯ Z В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Одной из ключевых черт жизни современного студента становится перенос в цифровую среду многих сфер жизнедеятельности, включая и получение образования. Центениал – это сетевая личность, привыкшая получать все и сразу. У современных студентов часто вызывают отторжение задания, требующие креативности, из-за отсутствия четких критериев оценивания и временных затрат. Креативность – одна из ключевых категорий, позволяющих добиться профессионального успеха в современном мире. Именно по этой причине, стоит острая потребность в снятии противоречия между требованиями реального мира и особенностями студентов поколения Z

Мною проведен опрос 300 респондентов соответствующего возраста. Больше половины опрошенных указали, что не способны осуществлять коммуникацию на английском языке, несмотря на изучение его в школе. При этом самостоятельно получать знания не готовы 61,3% опрошенных из-за отсутствия мотивации. Представители этой формации – прагматики. Они готовы тратить время и усилия только понимая практическую ценность получаемой информации. Это же относится и к изучению иностранного языка. Современные студенты далеко не всегда осознают перспективы владения иностранным языком.

Студенты поколения Z имеют клиповое мышление, и это явление должно отражаться при разработке новых образовательных продуктов, в том числе и в университете. По моему мнению, для обучения студентов поколения Z необходимо создавать особое образовательное пространство, учитывающее их психологические и социальные особенности. Только в этом случае процесс обучения будет максимально эффективным.

**Ключевые слова:** креативность, высшее образование, поколение Z, Moodle, опрос, цифровая среда

**Для цитирования:** Алексюк, Ю.О. Развитие креативности у студентов поколения Z в цифровой среде / Ю.О. Алексюк // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2019. – №2(220). – С. 85–90. DOI: 10.25198/1814-6457-220-85.

**Aleksiuk I.O.**

Orenburg State University, Orenburg, Russia

E-mail: iuliia.aleksiuk@gmail.com

## THE CREATIVITY DEVELOPMENT IN STUDENTS OF GENERATION Z IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

One of the key features of the life of a modern student is the transfer to the digital environment of many areas of life, including getting an education. Centennial is a network personality, used to receiving everything all at once. Modern students often cause rejection of tasks that require creativity, due to the lack of clear assessment criteria and time costs. Creativity is one of the key categories to achieve professional success in the modern world. For this reason, there is an urgent need to remove the contradiction between the requirements of the real world and the characteristics of students of generation Z

I conducted a survey of 300 respondents of the corresponding age. More than half of the respondents indicated that they were not able to communicate in English, despite studying it at school. At the same time, 61.3% of respondents are not ready to receive knowledge on their own because of a lack of motivation. Representatives of this formation are pragmatists. They are ready to spend time and effort only understanding the practical value of the information received. The same applies to the study of a foreign language. Modern students are far from always aware of the prospects of knowing a foreign language.

Students of generation Z have clip thinking, and this phenomenon should be reflected in the development of new educational products, including at the university. In my opinion, for training students of generation Z, it is necessary to create a special educational space that takes into account their psychological and social characteristics. Only in this case the learning process will be as effective as possible.

**Key words:** creativity, higher education, generation Z, Moodle, survey, digital environment.

**For citation:** Aleksiuk I.O. The creativity development in students of generation Z in the digital environment. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2019, no. 2(220), pp. 85-90. DOI: 10.25198/1814-6457-220-85.

Креативность – генерализированная способность, которая является системным образованием, влияющим на все сферы жизнедеятельности человека. И хотя интерес к креативности берет свое начало еще со времен Платона из Древней Греции, развитие креативности как часть образовательного процесса появляется только в 20 веке. Она понимается как одна из важнейших универсальных компетенций про-

фессионала, как критерий и индикатор качества образования.

В отечественной науке проблемами развития творчества и креативности посвящены исследования как отечественных исследователей (Г.С. Альтшуллер, Д.Б. Богоявленская, В.В. Мороз, А.П. Тряпицына, В.И. Андреев, В.Г. Рындак), так и зарубежных (Ф. Баррон, Э.П. Торренс, К. Роджерс)

Понимание креативности включает в себя способность справляться с нестандартными задачами, подстраиваться под быстро меняющийся мир вокруг и быть готовым к неопределенному будущему.

Современная система образования часто критикуется за подготовку «стереотипно мыслящих конформистов», вместо «свободно и креативно мыслящих специалистов» [Rogers, 1970]. В качестве основного недостатка систем образования по всему миру назывались «преподнесение информации на ложечке» и «убивание на корню любой креативности». Кроме того, именно систему образования обвиняли в создании барьера для «креативных решений в экономике», и, следовательно, в возникающих финансовых кризисах. В конце концов пришло понимание, что собственно знание, как результат обучения, – больше не удовлетворяет потребностям современного мира, так как невозможно знать, какое конкретно знание будет необходимо даже в ближайшем будущем. Это привело к тому, что креативность и способность к самообразованию были провозглашены ключевыми навыками человека 21 века, наравне с цифровой грамотностью и способностью к критическому мышлению. Университеты по всему миру закрепили документально необходимость развивать креативность у будущих выпускников. Меняются требования и к образовательному пространству с учетом формирования навыков и компетенций XXI века

В связи с этим перед университетами встала задача организации такого учебного пространства, которое бы способствовало развитию креативности у студентов. Комплекс проблем порождает кардинальное изменение социальных характеристик студенчества, начиная от их мотивированности к учебному труду и заканчивая проявлениями принципиально новых личностных качеств, не свойственных студентам предшествующих десятилетий и даже столетий.

Современный студент вуза в РФ – это молодой человек 19-23 лет – типичный представитель поколения Z. Анализ современных исследований в России (Д.Л. Константиновский, Е. Шамис) и за рубежом (Дж. Коатс), а также глобальные исследования проводимые крупны-

ми корпорациями, такими как ПАО Сбербанк, Forbes, Google и другие, позволил выделить характерные черты представителя данного поколения.

### **1. Поколение Z – «цифровое поколение»**

А.А. Ахayan в своих исследованиях отмечает появление такого нового явления, как «сетевая личность» – личность, способная и осознающая как ценность свои возможности и право на удовлетворение гносеологической (познавательной) и коммуникативной потребности в момент ее возникновения (на пике интереса).

Поколение Z не представляет свою жизнь без цифровых технологий. Уже в год-два дети часто лучше оперируют youtube, чем их родители. В студенческом возрасте центениалы проводят в интернете до 12 часов в день. По данным Pew Research 92% подростков заходят в интернет ежедневно. Сеть Wi-Fi воспринимается ими как само собой разумеющееся. Они привыкли, что любую информацию можно найти в поисковых системах или используя голосового помощника. При этом им гораздо удобнее пользоваться смартфоном, чем стационарным компьютером или ноутбуком.

Поколение Z выросло с убеждением, что они могут в любой момент связаться с любым человеком, загуглить и проверить любую информацию. С развитием технологий стало возможным посетить виртуально любой крупнейший музей мира или посмотреть любой только что вышедший в прокат фильм.

Эти особенности накладывают отпечаток и на учебную деятельность, также как и на организацию учебного пространства. Поколение Z воспринимает информацию фрагментарно, желательно с картинками и тезисами. У них сформировано, так называемое, клиповое мышление. Чтение классических учебников с каждым годом становится все более неэффективным. Поэтому все более актуальной становится проблема перевода всего учебного процесса в цифровое пространство, где возможно представлять учебный материал в виде коротких видеороликов, тезисных презентаций и ссылок на достоверные источники в интернете.

Необходимо помнить, что технологии не существуют сами по себе – они являются ча-

стью системы ценностей. Поэтому в основе разработки новых цифровых образовательных пространств должна лежать система ценностей, определяющая поведение будущего выпускника.

## **2. Представители поколения Z – прагматики**

Они воспринимают мир, с одной стороны, как огромную возможность для развития и гибкого поведения, с другой стороны, – как огромную опасность, представленную в виде мирового террора, войн, экстремистских движений и финансовых кризисов. Это приводит в свою очередь к тому, что, рожденные в 21 веке, готовы к открытиям, но любое открытие должно иметь под собой прагматичную основу. Поколение Z понимает, что могут остаться без работы или прозябать на бесполезной и ненужной работе. Они хотят делать интересную работу (хоть и не всегда это получается), некоторые готовы сами начинать за ней охотиться или даже открывать свое дело, с минимальными инвестициями. Представители данного поколения не готовы больше покорно усваивать те знания, которые им предлагаются. Интерес у них вызывает только то, практическую ценность чего они способны оценить. Именно поэтому изучение дополнительных, общеразвивающих предметов в университете часто вызывает в лучшем случае равнодушие. В 21 веке любая лекция, даже по истории античности, должна иметь проекции на настоящее и будущее и предлагать решения современных проблем, а не просто набор исторических фактов, для того чтобы вызвать интерес у студентов.

Студенты поколения Z ищут идеальное соотношение между затраченным временем, объемом полученной информации и «пользой», которую они смогут из этой информации извлечь. Если затраты времени слишком велики, они или вовсе откажутся от изучения материала курса, или будут искать информацию где-то еще. Времени всегда недостаточно, терять его – неэффективно. Если изучаемая информация очень нужна, но плохо структурирована, и ее освоение отнимает лишнее время – ученик будет искать ее в «независимых» источниках, что многие преподаватели также расценивают как «нежелание учиться как положено».

## **3. Поколение Z толерантно к любым «нетипичностям»**

Для современного поколения студентов «модно» мыслить либерально: они принимают людей других национальностей, рас, сексуальных ориентаций. Им интересно узнавать факты о том, что непохоже на них. Преподаватель, предлагающий подготовить доклад о проблемах ЛГБТ-сообщества в мире, скорее получит оригинальный продукт, чем тот, кто затрагивает традиционные и стандартные проблемы.

## **4. Поколение Z заботится о своем здоровье**

Являясь прагматиками, они стараются трезво оценивать свои риски и в ежедневной жизни. В современной России сейчас наблюдается всплеск интереса к поддержанию физической формы и здоровому питанию. Студенту вуза одинаково важно иметь как все зачеты, так и абонемент в фитнес клуб. Огромной популярностью пользуются онлайн-программы по снижению веса, здоровому образу жизни и правильному питанию. Онлайн-формат является предпочтительным в любой сфере жизнедеятельности поколения Z.

Образовательные программы в вузах постепенно тоже переходят в цифровой формат, и этим позволяют выполнять домашние задания в любом месте в любое время, также как получить необходимые знания по пропущенным лекциям.

## **5. Поколение Z понимает ценность понятия «частная жизнь»**

Современные студенты выросли во время, когда нарушить границы частной жизни стало очень легко. Любая фотография или фраза, написанная в социальных сетях, может быть растиражирована или увидена теми, для кого не предназначена. Именно поэтому они предпочитают общение в мессенджерах, где сообщения и файлы отправляются конкретным лицам.

Преподавателю в данных реалиях приходится быть особенно аккуратным: любое неверное слово или «неправильная» фотография мгновенно отслеживается студентами. Интернет становится дополнительным инструментом для завоевания авторитета или его потери. Небрежно написанная преподавателем статья

может быть легко найдена студентами в интернете, и стать предметом их обсуждения. И преподаватель, и студенты должны тщательно продумывать то, что размещается от их имени в мировой сети, так как это может быть использовано не только сиюминутно, но и через несколько лет.

### 7. Поколение Z позже становится самостоятельным

«Дети 21 века» дольше учатся, позже заводят семьи и детей, оставляют себе больше времени для путешествий и познания мира. В то же самое время, они с самого детства начинают учиться думать, прежде чем говорить, и тем более писать. Понимая, что любое слово может быть зафиксировано и использовано в будущем как «за», так и «против», представители поколения Z чаще пользуются готовыми изречениями, чем высказывают свои собственные. В учебном процессе это выливается в проблемы при выполнении письменных заданий: неспособность изложить внятно свои идеи на бумаге. Часто преподавателю требуется давать предварительные задания, которые пошагово готовят к выполнению основного задания.

### 8. Отношению к изучению иностранного языка практическое

Для центениала цель изучения иностранного языка – исключительно как средство коммуникации. Цель учеников нового поколения – получить информацию, полезность которой будет очевидна. Мотивация студента, изучающего иностранный язык, напрямую зависит от того, насколько хорошо он понимает, где и когда сможет его применить; насколько иностранный язык поможет в продвижении по карьерной лестнице.

Современная социальная реальность требует от каждого человека реализации уникального присущего только ему потенциала. Конкуренция заставляет любого человека предлагать те личностные возможности, которые не могут предложить другие, тем самым формируя спрос на уникальность. Новое поколение Z не воспринимает критики по принципу, что тот или другая, лучше учатся, либо вообще, что-то делают лучше. Девиз этого поколения «Я – это я, и никакие сравнения не уместны».

Таким образом, перед современной системой образования стоит сразу несколько задач: создать цифровую обучающую среду, способствующую развитию креативности и предлагающую решение реальных задач. При этом в центре образовательного процесса должен стоять студент со своими индивидуальными запросами на образование.

ФГОС ВПО поколения 3++ ввел в оборот две универсальных компетенции, связанных с владением иностранным языком, которыми должен обладать выпускник вуза: УК-4 (способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)) и УК-5 (способен воспринимать межкультурное многообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах). Как показал анализ ответов студентов, изучающих иностранный язык в вузе, многие из них не понимают, где и когда им может пригодиться иностранный язык в их профессиональной деятельности.

Нами был проведен опрос среди 300 студентов, 92,7% опрошенных сообщили, что изучали английский язык в школе. При этом больше половины из них признались, что так и не смогли выучить язык на том уровне, который позволил бы им свободно понимать английскую речь и читать тексты на английском языке (см. рисунок 1).

Одновременно 48% респондентов признались, что практически не занимаются изучением

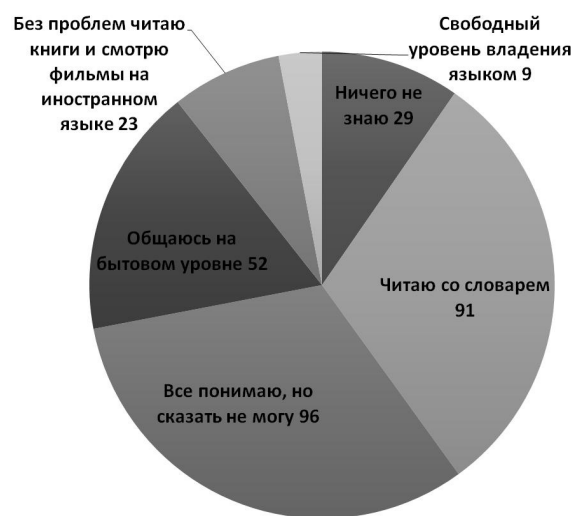


Рисунок 1 – Результаты опроса.



языка самостоятельно, так как им не хватает для этого мотивации (61,3% всех опрошенных).

В октябре 2018 года нами была совершена попытка организовать самостоятельное обучение английского языка студентами неязыковых специальностей на базе виртуальной обучающей среды Moodle. Прохождение курса предполагалось без участия преподавателя. Список заданий включал как традиционные, так и направленные на развитие креативности и критического мышления.

Опыт первых трех месяцев работы курса показал, что современный студент хочет получить все и сразу. Он(-а) с большим удовольствием выполняет репродуктивные задания с мгновенным результатом – всевозможные тестирования. Креативные задания вызывают сложность и неприятие большими временными затратами и неопределенностью оценивания результата. Таким образом, возникает противоречие: студент желает получить результат быстро и качественно, но он не готов прикладывать для этого усилия в реальности. И основной задачей современной педагогики становится нахождение такого решения, которое давало бы студенту ощущение достижения микрорезультатов после выполнения каждого задания, и при этом было понимание, какую практическую ценность несет то или иное решение.

Таким образом, можно сделать следующие выводы по организации цифрового пространства для обучения иностранному языку студентов поколения Z:

– студент должен четко понимать ЗАЧЕМ он делает то или иное задание, и ГДЕ на практике он сможет применить полученные знания. Задания должны максимально базироваться на

тех реалиях, которые окружают студента. Примерами таких заданий могут быть: электронное письмо в гостиницу с просьбой забронировать номер; анализ статьи на иностранном языке, которую можно будет включить в курсовую работу; запись видео с последующим размещением его на канале youtube и оцениванием однокурсниками с помощью «лайков».

– образовательная траектория должна быть построена на достижении «микроцелей», приводящих к получению конкретного результата. И микроцели, и конечный результат должны быть понятны и полезны для изучающего язык. Например, это задание позволяет освоить лексику для написания запроса в гостиницу; запрос в гостиницу позволяет прорепетировать реально возможную жизненную ситуацию.

– инфантильность, присущая представителям поколения Z, часто делает их неспособными к самостоятельной организации обучения. Это приводит к тому, что преподаватель должен присутствовать на всем протяжении образовательного процесса, но не как наставник, а как сопровождающий. Например, при организации курса в цифровой среде имеет смысл раз в неделю проводить встречу-вебинар для ответов на возникающие вопросы и разъяснения целей и практической значимости заданий следующей недели.

– центениалы предпочитают групповую работу индивидуальной. Поэтому в процессе организации курса следует организовать студентов в определенные группы, которые будут выполнять часть заданий совместно. Это помогает удерживать мотивацию и достигать большей креативности в результате брейнсторминга.

15.12.2018

#### Список литературы:

1. Алексюк, Ю.О. Ценностно-креативное взаимодействие преподавателя и студента вуза как необходимое условие успешности выпускника в современном мире / Ю.О. Алексюк // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийской научно-методической конференции. – Оренбург, 2019. – С. 3926–3932.
2. Алексюк, Ю.О. Аксиологические основы организации самостоятельной работы студента при изучении иностранного языка / Ю.О. Алексюк // Профессиональное развитие преподавателя в условиях инновационных преобразований в педагогической сфере: материалы конференции. – Краснодар, 2018. – С. 7–17.
3. Ахayan, А.А. Новые исследовательские проблемы процесса обучения в современных информационных средах: сетевая личность как новый субъект образования. (Материалы выступления) / А.А. Ахayan // Научный семинар «Педагогическое взаимодействие в образовании». РГПУ им. А.И.Герцена. – С-Петербург, 2017.
4. Бурцева, Н.В. Аксиологические аспекты мотивации в образовании / Н.В. Бурцева // Человек и образование. – 2011. – №2. – С. 59–63.
5. Витвицкая, Л.А. Развитие взаимодействия субъектов образовательного процесса университета: автореф. дис. ... д-ра пед.наук / Л.А. Витвицкая – Оренбург: ФГБОУ ВО «Оренбургский Государственный Университет», 2012.
6. Зеер, Э.Ф. Индивидуальные образовательные траектории в системе непрерывного образования / Э.Ф. Зеер, Э.Э. Сыманюк // Педагогическое образование в России. – 2014. – №3. – С. 74–82.

7. Кирьякова, А.В. Взаимосвязь ценностных ориентаций и креативности как аксиологический ресурс модернизации университетского образования / А.В. Кирьякова, В.В. Мороз // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2015. – №1. – С. 57–68.
8. Коатс, Дж. Поколения и стили обучения / Дж. Коатс. – М.: МАПДО; Новочеркасск: НОК, 2011.
9. Решетников, О.В. Поколение Z и недалекое будущее рынка труда / О.В. Решетников // Школьные технологии. – 2014. – №1. – С. 58–71.
10. Шамис, Е. Теория поколений в России [Электронный ресурс] / Е. Шамис. – Режим доступа <https://rugenations.ru/> (Дата обращения: 23.05.2019).
11. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 295 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://base.garant.ru/70643472/#ixzz4WC2Box4E> (Дата обращения 15.05.2019).
12. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ (действующая редакция, 2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/).
13. Akhmetshin, E.M. Problems of Digitalization of Higher Education in a Small Town / E.M. Akhmetshin, V.L. Vasilev, D.A. Murtazina, O.S. Aleyni-kova, T.A. Averianova, I.O. Aleksiuk // Proceedings of the 32nd International Business Information, 2018.
14. Jan A.G.M. van Dijk The Network Society / Jan A.G.M. van Dijk. – London: SAGE Publications Ltd. – 2012. – 336 с.
15. McCown, Donald Resources for Teaching Mindfulness: An International Handbook Springer / Ed. by McCown Donald, Reibel Diane, Micozzi Marc S. – 2016. – 481 p.
16. McCrindle, M. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations / M. McCrindle, E. Wolfinger. – University of New South Wales Press Ltd, Sydney, 2010.
17. Ryhammar, L. Creativity research: Historical considerations and main lines of development / L. Ryhammar, C. Brolin // Journal of Educational Research. – 1999. – 43:3. – Pp. 259–273.
18. Rogers, R. Digital Methods / R. Rogers. – Cambridge, MA: MIT Press, 2013.
19. Rogers, C. Toward a theory of creativity / C. Rogers // Creativity: Selected readings. – Harmondsworth: Penguin Books, 1970. – Pp. 137–151.
20. Prensky, M. Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently? // M.Prensky – NCB University Press, 2001. – Vol. 9.

#### References

1. Aleksiuk I. Axiological and Creative Interaction between a Teacher and Students as an Essential Condition of Student's Success in Modern World. *Universitetskij kompleks kak regional'nyj centr obrazovaniya, nauki i kul'tury: materialy Vserossijskoj nauchno-metodicheskoy konferencii* [University Complex as a Regional Centre of Education, Science and Culture (conference papers)], Orenburg, 2019, pp. 3926–3932.
2. Aleksiuk I. Axiological Basis of Student's Self-study While Studying a Foreign Language. *Professional'noe razvitie prepodavatelya v usloviyah innovacionnyh preobrazovanij v pedagogicheskoy sfere: materialy konferencii* [Professional Development of a Teacher in Innovative Conditions in Pedagogical Area (conference papers)], Krasnodar, 2018, pp. 7–17.
3. Ahayan A. New Research Problems of Educational Process in Modern Digital Environment: Net Personality as a New Subject in Education. *Nauchnyj seminar «Pedagogicheskoe vzaimodejstvie v obrazovanii»* [Scientific Seminar “Pedagogical Interaction in Education” (seminar papers)], Saint-Petersburg, 2017.
4. Burtseva N. Axiological Aspects of Motivation in Education. *Chelovek i obrazovanie* [A Human and Education], 2011, no. 2, pp. 59–63.
5. Vitvitskaya L. Subjects' Interaction Development in Educational Process of a University. *Extended abstract of Doctor's papers*. Orenburg, 2012.
6. Zeer E., Symanyuk E. Individual Educational Paths in System of Continuous Education. *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii* [Pedagogical Education in Russia], 2014, pp. 74–82.
7. Kiryakova A., Moroz V. Correlation of Axiological Targets and Creativity as Axiological Source of University Education Modernization. *Vestnik Chelyabinskogo Gosudarstvennogo Pedagogicheskogo Universiteta* [Chelyabinsk State University Bulletin], 2015, no. 1, pp. 57–68.
8. Coats J. *Pokoleniya i stili obucheniya* [Generations and Teaching Styles]. Moscow, MAPDO, Novocherkassk, 2011.
9. Reshetnikov O. Generation Z and the Nearest Future of Headhunting. *Shkolnyye Tekhnologii* [School Technologies], 2014, no. 1, pp. 58–71.
10. Shamis E. *Teoriya pokolenij v Rossii* [Generation Theory in Russia]. Available at: <https://rugenations.ru/> (accessed 23.05.2019).
11. Statement of The Government of Russian Federation from April, 15 2015 “Approval of a State Program of Russian Federation “Education Development” for the period 2013–2020 (with additions). Available at: <http://base.garant.ru/70643472/#ixzz4WC2Box4E> (accessed 15.05.2019).
12. Federal State Law “About Education in the Russian Federation” from December, 29 2012 №273-FL. Available at: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (accessed 15.05.2019).
13. Akhmetshin E.M., Vasilev V.L., Murtazina D.A., Aleynikova O.S., Averianova T.A., Aleksiuk I.O. Problems of Digitalization of Higher Education in a Small Town. *Proceedings of the 32nd International Business Information*, 2018.
14. Jan A G M van Dijk *The Network Society*. London, 2012, SAGE Publications Ltd; Third edition, 336 p.
15. McCown Donald, Reibel Diane, Micozzi Marc S. (Eds.) *Resources for Teaching Mindfulness: An International Handbook* Springer, 2016, 481 p.
16. McCrindle M., Wolfinger E. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. University of New South Wales Press Ltd, Sydney, 2010.
17. Ryhammar L., Brolin C. Creativity research: Historical considerations and main lines of development. *Journal of Educational Research*, 1999, 43:3, pp. 259–73.
18. Rogers R. *Digital Methods*. Cambridge, MA: MIT Press, 2013.
19. Rogers C. Toward a theory of creativity. *Creativity: Selected readings*. Harmondsworth: Penguin Books, 1970, pp. 137–151.
20. Prensky M. *Digital Natives, Digital Immigrants, Part II: Do They Really Think Differently?*. NCB University Press, 2001, vol. 9,

#### Сведения об авторе:

**Алексюк Юлия Олеговна**, аспирант кафедры общей и профессиональной педагогики  
факультета гуманитарных и социальных наук Оренбургского государственного университета  
E-mail: [iuliia.aleksiuk@gmail.com](mailto:iuliia.aleksiuk@gmail.com)  
460018, пр-т Победы, д. 13