

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ КОНЦЕПТА ИДЕАЛЬНАЯ ЛЕКЦИЯ АБИТУРИЕНТАМИ ПОКОЛЕНИЯ Z

Д. Д. Старикова, Л. А. Селина

Ключевые слова: психолингвистика, когнитивная лингвистика, концепт ЛЕКЦИЯ, ассоциативный эксперимент, методы психолингвистики, поколение Z

Keywords: psycholinguistics, cognitive linguistics, concept of LECTURE, associative experiment, psycholinguistical methods, Z generation

DOI: [https://doi.org/10.14258/filichel\(2025\)1-13](https://doi.org/10.14258/filichel(2025)1-13)

Введение

На сегодняшний день преподаватели высшей школы все чаще сталкиваются со сложностями в обучении нового поколения студентов. Педагоги отмечают, что современный студент потерял способность к длительной концентрации, усвоению больших пластов информации и в общем утратил интерес к обучению. Однако с точки зрения обучающихся ситуация может выглядеть иначе — подача материала не соответствует их ожиданиям, знания преподавателей устарели, а содержание предмета больше неактуально для современного мира. Исследование, результаты которого представлены в данной статье, является первым шагом в попытке уменьшить имеющуюся разницу в видении образования студентами и преподавателями и выполнено посредством методики такой ветви языкознания, как психолингвистика.

Согласно теории поколений Штрауса — Хау, студентов, рожденных в период между 2001 и 2020 гг., можно отнести к социальному поколению Z [Strauss, Howe, 1997]. Под термином «социальное поколение» исследователи понимают совокупность людей, которые были рождены в общий период двадцати лет и объединены тремя критериями:

- 1) переживание одних и тех же исторических событий в схожем возрасте;
- 2) примерно одинаковые модели поведения;
- 3) чувство причастности к соответствующему поколению [Ожиганова, 2015, с. 94].

Условиями формирования поколения Z является резкий скачок в прогрессе информационных технологий, а среди часто выделяемых особен-

ностей — клиповое мышление, сложности с сохранением концентрации, проблемы с обработкой больших массивов информации, склонность к излишней тревожности и депрессии, замкнутость, популяризация неформального стиля общения и активная жизненная позиция, инфантильность [Тренина, Неволлина, Харлова, 2022, с. 157; Кулакова, 2018; Никитина, 2021]. В связи с этими особенностями методы преподавания, которые были эффективны по отношению к предыдущим поколениям, неприменимы в условиях обучения поколения Z. В особенности это относится к лекционным дисциплинам, требующим высокой концентрации и запоминания больших пластов информации [Войцех, Селина, 2024, с. 2].

Таким образом, перед научным проектом стоит следующая задача — выяснить, каким образом современное поколение студентов воспринимает концепт ЛЕКЦИЯ, чтобы в перспективе вывести наиболее эффективные рекомендации к составлению лекций по научным дисциплинам, а перед данной статьей — выявить психолингвистические особенности концепта ИДЕАЛЬНОЙ ЛЕКЦИИ.

Методы и материалы исследования

Концепт, как комплексное явление, обладает сложной структурой. В широком смысле ее можно представить в виде концентрического круга, где в середине будет располагаться ядро концепта — концентрация его самых ярких когнитивных признаков, а на периферии будут закрепляться его второстепенные признаки, привнесенные культурой или личным опытом [Темиралиева, 2021, с. 84]. Исследование концепта может открыть взгляд на то, как именно то или иное понятие раскрывается в сознании индивида или целой группы. Существует множество методик, позволяющих исследовать внутреннюю структуру концепта. Однако если цель научной работы — выявить, как то или иное понятие концептуализируется в сознании группы, рассмотреть его живые, актуальные когнитивные признаки, одной из самых действенных методик будет ассоциативный эксперимент.

Согласно Н. И. Жинкину, ассоциативный эксперимент — это прием психологии, целью которого является изучение смысловой структуры слова, который основывается на предположении, что при восприятии слова происходит перекодирование информации с естественного языка на смысловой [Жинкин, 1970, с. 151]. А. А. Залевская называет данный метод одним из наиболее эффективных, если конечной целью исследования является доступ к информационно-когнитивной базе человека [Залевская, 2007], а Н. В. Уфимцева видит в нем надежный способ изучения языкового сознания [Уфимцева, 2000, с. 142]. Е. И. Горошко, говоря об ас-

социативном эксперименте, выделяет его ценность как инструмента исследования «овнешнений» образов сознания человека и «овнешнений» его неосознаваемых слоев [Горошко, 2001, с. 285]. Методика ассоциативного эксперимента, как правило, заключается в следующем:

- 1) подбирается подходящая для цели исследования аудитория. К ней могут быть выдвинуты различные критерии отбора, такие как гендер, возраст, социальная группа и др.;
- 2) составляется соответствующий опросник. Испытуемым могут быть предложены как ограничивающие вопросы (например, они могут быть ограничены в количестве ассоциаций или во времени на конкретный вопрос и т. п.), так и свободные формы;
- 3) сбор результатов (ассоциаций) эксперимента;
- 4) обработка результатов эксперимента. Данный шаг также может быть расширен до когнитивной интерпретации результатов эксперимента — осмысления и систематизации полученных данных исследователем. Стоит отметить, что, согласно И. А. Стернину, такая интерпретация будет неизбежно субъективна, ведь она строится на личном опыте и когнитивной базе интерпретатора [Стернин, 2020, с. 111].

Метод ассоциативного эксперимента особенно эффективен в выделении когнитивных признаков конкретного концепта и реконструкции его содержания и семантики [Архипова, 2013, с. 124; Умарова, 2017; URL], так как ассоциаты, полученные в ходе эксперимента, репрезентуют семы, представляющие в речи эти самые когнитивные признаки.

Результаты исследования

Так, первым шагом данного исследования стало формирование критериев к аудитории участников эксперимента. Было принято решение провести опрос среди абитуриентов Уфимского университета науки и технологий. Анкета была составлена посредством интернет-ресурса и распространена в беседах абитуриентов Института гуманитарных и социальных наук.

Гендер участников не является критически важным показателем в данном эксперименте, однако 86,25% испытуемых оказались женского пола и только 13,75% мужского. Такой широкий разброс в большей вероятности связан с гуманитарной направленностью выбранного абитуриентами института.

Возрастной критерий в данном исследовании является ключевым, так как цель научного проекта — сделать программу лекций наиболее комфортной именно для современного поколения. Процентное соотношение

возраста испытуемых представлено в диаграмме 1. Так, 90% испытуемых были рождены в период с 2000 г. и, соответственно, могут точно быть отнесены к поколению Z. Для чистоты эксперимента ответы испытуемых, которые указали возраст «23 и больше» (10%), учитываться не будут.

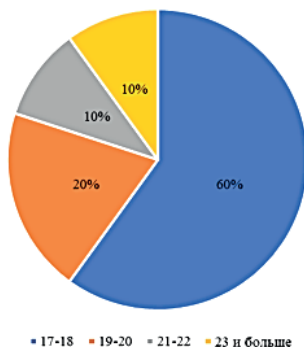


Диаграмма 1. Процентное соотношение возраста испытуемых

Далее испытуемым было предложено назвать две-три ассоциации со следующей формулировкой задания: «Как бы, по-вашему, выглядела идеальная лекция? Охарактеризуйте 2-3 словами-ассоциациями». Интересно, что большинство респондентов четко не придерживались формулировки задания и давали развернутые ответы. Это одновременно может характеризовать группу испытуемых как заинтересованную в данном вопросе, так и неспособную концентрироваться на четких критериях задания, что характерно для изучаемого поколения. Соответственно, такие полные ответы были подвергнуты большей интерпретации, так как из них приходилось выделять отдельные когнитивные признаки. Например, ответ «размеренность, увлекательность» сам по себе уже содержит два когнитивных признака *размеренность* и *увлекательность*, в то время как ответ «лояльный, но компетентный преподаватель, хорошая подача темы, даже если тема неинтересная, тихие и уважающие присутствующих одногруппники» был разбит на усмотрение исследователя на такие признаки, как *лояльный преподаватель*, *компетентный преподаватель*, *хорошая подача темы*, *тихие одногруппники*, *уважающие присутствующих одногруппники*.

По окончании сбора результатов ассоциативного эксперимента полученные ассоциаты разбиваются на соответствующие когнитивные признаки, следуя принципу схожести понятий, а группы когнитивных признаков могут быть объединены в еще большие группы — когнитивные

классификаторы. Например, такие ассоциаты, как *познавательная, информативная и полезная*, могут быть объединены в один когнитивный признак *познавательная*, а *без сухой теории и практика* — в *практическая ценность*. Оба полученных когнитивных признака могут быть объединены в общий когнитивный классификатор *информативность лекции*.

Следующим шагом может быть расположение полученных классификаторов по степени их яркости — классификатор с наибольшим содержанием когнитивных признаков будет считаться самым ярким и, соответственно, наиболее важным в восприятии респондентами концепта ИДЕАЛЬНОЙ ЛЕКЦИИ. Таким образом, результатом ассоциативного эксперимента стало выделение когнитивных классификаторов, расположенных по степени их яркости (диаграмма 2).



Диаграмма 2. Когнитивные классификаторы концепта ИДЕАЛЬНАЯ ЛЕКЦИЯ

По результату опроса наиболее важным показателем идеальной лекции для современного абитуриента является такой когнитивный классификатор, как ее *увлекательность*. При этом респонденты выделяют не только такой признак, как *интересная* (42), но также и *эмоциональная* (5). Абитуриентам сегодня важно, чтобы подача лекционного материала была развлекательной, даже *смешной* или *веселой*. Они хотят видеть преподавателя, эмоционально увлеченного своим предметом.

Следующими по яркости идут такие классификаторы, как *информативность лекции* и *общение преподавателя со студентами*. Классифи-

катор *информативности* вместил в себя такие признаки, как *познавательная* (13), *без лишней информации* (6), *актуальная* (4) и *практическая ценность* (2), что говорит о желании нынешнего поколения учиться новой, привязанной к современности информации. Коммуникация с преподавателем курса также важна для поколения Z. Будущим студентам проще усваивать информацию посредством живого общения с открытым, заинтересованным преподавателем. Помимо когнитивного признака *интерактив* (16), респонденты также выделили *хорошие отношения с преподавателем* (5) и *обоюдную заинтересованность* (2).

Хорошая структура лекции также немаловажна для студентов. Данный когнитивный классификатор содержит такие признаки, как *доступность* (13) и *четкость* (6), что тесно переплетается с таким классификатором, как *подача лекции*. В последнем респонденты выделяют такие признаки, как *темп речи преподавателя* (*манера, голос, размеренная дикция и др.*) и *интересная подача* (*не нудно, не монотонно, лаконично и др.*). *Образность лекции* также способствует усвоению поданного материала респондентами, содержа такие когнитивные признаки, как *наглядность* и *примеры из жизни*.

Немаловажной для абитуриентов поколения Z является *атмосфера на лекции*. Испытуемые выделили такие когнитивные признаки, как *комфорт* и *спокойствие*, и опасаются *чувства тревоги* на занятии. А выделенный в ходе эксперимента классификатор *отношения с одноклассниками* говорит о том, что абитуриенты поколения Z стремятся наладить отношения с будущими одноклассниками. Они хотят, чтобы на лекции царила дружественная атмосфера и присутствующие вели себя уважительно по отношению друг к другу.

Последним, но не по значимости, является когнитивный классификатор *личности преподавателя*. В первую очередь респонденты выделили преподавателя *доброго*. В это понятие входят такие ассоциаты, как *доброжелательный преподаватель*, *добрый преподаватель* и *лояльный*, а уже потом *компетентный* (2). Данный классификатор тесно связан с другим — *общение с преподавателем*, что только подтверждает, как для будущего студента важна налаженная коммуникация с лектором.

Заключение

Таким образом, понятие «идеальная лекция» в сознании абитуриентов поколения Z концептуализируется посредством таких классификаторов, как *увлекательность*, *наглядность* и *информативность*, *налаженное общение с преподавателем и одноклассниками*, *грамотная структура и подача лекции*, а также *комфортная атмосфера* и *доброжелатель-*

ный преподаватель. Следует упомянуть, что при обработке результатов аналогичного эксперимента среди студентов, результаты оказались схожими — 72,6% студентов отметили, что фактор успеха лекции — *интересная подача материала, наличие диалога между студентами и преподавателем и внедрение различных интерактивов* в процессе объяснения лекционного материала [Филиппова, Старикова, 2024]. Методы психолингвистики, в частности ассоциативный эксперимент, в очередной раз доказали свою широкую применимость на практике — изучив, как именно воспринимается концепт ИДЕАЛЬНОЙ ЛЕКЦИИ современными абитуриентами, преподаватели высшей школы смогут лучше понять новое поколение студентов.

Библиографический список

Архипова С. В. Методы исследования семантики в психолингвистике // Апробация. 2013. № 5 (8). С. 124–125.

Войцех К. Д., Селина Л. А. Преподавание лекционных курсов студентам поколения Z: вызовы и возможности // Бизнес и общество. 2024. № 4 (44). https://business-society.ru/2024/4-44/20_vojcekh.pdf

Горошко Е. И. Гендерная проблематика в языкознании // Введение в гендерные исследования: учеб. пособие: в 2 ч. / под ред. И. Жеребкиной. СПб.: Алетейя, 2001. Ч. 1. С. 508–542.

Жинкин Н. И. Грамматика и смысл // Язык и человек. М.: Изд-во МГУ, 1970. Вып. 4. С. 63–85.

Залевская А. А. Введение в психолингвистику / 2-е изд., испр. и доп. М.: РГГУ, 2007. 559 с.

Кулакова А. Б. Поколение Z: теоретический аспект // Вопросы территориального развития. 2018. № 2 (42). С. 1–10.

Никитина Д. О. Поколение Z: особенности и характеристики // Социология. 2021. № 3. С. 136–140.

Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya>

Стернин И. А. Проблемы интерпретации результатов ассоциативных экспериментов // Вопросы психолингвистики. 2020. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemny-interpretatsii-rezultatov-assotsiativnyh-eksperimentov>

Темиралиева Т. Т., Оморова Н. К. Сущность и структура концепта как категории когнитивного языкознания // Международный журнал экспериментального образования. 2021. № 2. С. 82–85.

Тренина П. Е., Неволина К. А., Харлова К. А. Особенности личностных черт поколения Z // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. 2022. <https://doi.org/10.35854/2541-8106-2022-2-169-176>

Умарова Ф. К. Психолингвистические методики реконструкции концептов культуры (ассоциативный эксперимент) // Филологические науки. 2017. <http://novaum.ru/public/p122>

Уфимцева Н. В. Этнический характер, образ себя и языковое сознание русских // Языковое сознание: формирование и функционирование. М., 2000. 219 с.

Филиппова, Е. С., Старикова Д. Д. Анализ особенностей обучения поколения Z // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 8–2 (95). С. 66–68.

Strauss, W., Howe, N. The fourth turning: An American prophecy — What the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. Broadway, Great Falls, 1997. 400 с.

References

Arhipova S. V. Methods of Studying Semantics in Psycholinguistics, 2013, p. 124–125 (In Russian)

Vojcekh, K. D., Selina L. A. Teaching Lecture Courses to Generation Z Students: Challenges and Opportunities. *Prepodavanie lekcionnyh kursov studentam pokoleniya Z: vyzovy i vozmozhnosti. Biznes i obshchestvo = Bussiness and Socioty*. 2024. no. 4 (44). https://business-society.ru/2024/4-44/20_vojcekh.pdf (In Russian)

Goroshko E. I. Gender Issues in Linguistics. *Gendernaya problematika v yazykoznanii. Vvedenie v gendernye issledovaniya* = Introduction to Gender Studies, St. Petersburg, 2001, p. 508–542. (In Russian)

Zhinkin N. I. Grammar and Meaning. *Grammatika i smysl. Yazyk i chelovek* = Language and Man, Moscow, 1970, p. 63–85. (In Russian)

Zalevskaya A. A. Introduction to Psycholinguistics. *Vvedenie v psiholingvistiku*, Moscow, 2007, 559 p. (In Russian)

Kulakova A. B. Generation Z: Theoretical Aspect. *Voprosy territorial'nogo razvitiya* = Territorial development issues. 2018. no. 2 (42). p. 1–10. (In Russian)

Nikitina D. O. Generation Z: Features and Characteristics. *Pokolenie Z: osobennosti i harakteristiki. Sociologiya* = Sociology, 2021, no. 3, p. 136–140.

Ozhiganova E. M. The Theory of Generations by N. Howe and W. Strauss. Possibilities of Practical Application. *Teoriya pokolenij N. Houva i V. Shtrausa. Vozmozhnosti prakticheskogo primeneniya. Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy* = Business Education in the Economics of Knowledge. 2015. <https://>

cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya (In Russian)

Sternin I.A. Problems of Interpreting the Results of Associative Experiments. *Problemy interpretatsii rezul'tatov asociativnykh eksperimentov. Voprosy psiholingvistiki* = Problems of Psycholinguistics, 2020. <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-interpretatsii-rezultatov-assotsiativnykh-eksperimentov> (In Russian)

Temiralieva T. T., Omorova N. K. The essence and structure of the concept as a category of cognitive linguistics. Sushchnost' i struktura koncepta kak kategorii kognitivnogo yazykoznaniiya. *Mezhdunarodnyy zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya* = International Journal of Experimental Education, 2021, no. 2, p. 82–85. (In Russian)

Trenina P. E., Nevolina K. A., Harlova K. A. Features of the Personality Traits of Generation Z. Osobennosti lichnostnykh chert pokoleniya Z. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo universiteta tekhnologii upravleniya i ekonomiki* = Scientific Notes of the St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, 2022. <https://doi.org/10.35854/2541-8106-2022-2-169-176> (In Russian)

Umarova F. K. Psycholinguistic Methods for Reconstructing Cultural Concepts (Associative Experiment). Psiholingvisticheskie metodiki rekonstruktsii konceptov kul'tury (associativnyy eksperiment). *Filologicheskie nauki* = Philological Sciences, 2017. <http://novaum.ru/public/p122> (In Russian)

Ufimceva N. V. Ethnic character, self-image and linguistic consciousness of Russians. Etnicheskij harakter, obraz sebya i yazykovoe soznanie russkikh. *Yazykovoe soznanie: formirovanie i funkcionirovanie* = Language consciousness: formation and functioning, Moscow, 2000, 219 p. (In Russian)

Filippova, E. S., Starikova D. D. Analysis of the characteristics of the education of generation Z. Analiz osobennostej obucheniya pokoleniya Z. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk* = International Journal of Humanities and Natural Sciences, 2024, no. 8-2 (95), p. 66–68.

Strauss, W., Howe, N. The fourth turning: An American prophecy — What the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny, Broadway, Great Falls, 1997, 400