

УДК 378.4

ОТ КЛИПОВОГО МЫШЛЕНИЯ К ГИБКИМ НАВЫКАМ ПОКОЛЕНИЯ «Z»: АКТУАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ДЛЯ ЖИЗНИ И БУДУЩЕЙ РАБОТЫ В ЭПОХУ УСЛОВИЙ ВЫСОКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

Шульга А. В., студентка гр. ИМб-251, I курс
Мамонтова Н. Ю., кандидат педагогических наук, доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Современный мир характеризуется беспрецедентным уровнем неопределенности. Концепции VUCA (**нестабильность, неопределенность, сложность, неоднозначность**) и BANI (**хрупкость, тревожность, нелинейность, непостижимость**) стали не просто теоретическими моделями, а повседневной реальностью. Социально-экономические и индустриально-технологические изменения происходят настолько стремительно, что существующие модели подготовки специалистов и адаптации человека к профессиональной среде претерпевают значительные изменения. В этих условиях на рынок труда выходит поколение «Z» (зумеры) – профессиональный актив, чья социализация и развитие проходили уже в турбулентную цифровую эпоху, в условиях перманентных кризисов. Изучение того, как их когнитивная сфера подготовлена к жизни в современной реальности, становится критически важным и определяет **актуальность данного исследования**.

Цель исследования: обосновать возможности когнитивно-стилевого потенциала современного студента поколения «Z» для определения успешности адаптации к будущей профессиональной деятельности в мире высокой турбулентности.

Задачи исследования:

1. Теоретическая: проанализировать тенденции современного мира и когнитивно-стилевые особенности поколения «Z» как фактор, опосредующий формирование адаптационного потенциала и карьерных стратегий студентов; определить их роль (ресурсную или барьерную) для будущего трудоустройства студентов в современном мире.

2. Прогностическая: на основе анализа когнитивно-стилевой сферы студентов поколения «Z» разработать опросник, позволяющий прогнозировать успешность адаптации студентов к профессиональной деятельности в VUCA-BANI среде.

3. Практическая: проанализировать результаты опроса, выяснить, какие именно особенности мышления зумеров помогают (или мешают) им быть готовыми к работе в турбулентном мире.

Научная новизна исследования заключается в том, что рассмотрены когнитивно-стилевые особенности поколения современных студентов в сравнительно-сопоставительном межкультурном аспекте (на примере студентов из России и Китая).

Теоретическая значимость исследования определяется как новаторский вклад в возможность обновления содержания рабочих программ в междисциплинарном аспекте, в том числе программ по дисциплине «Иностранный язык», авторское определение термина «гибкие навыки».

Практическая значимость исследования демонстрирует потенциал для повышения мотивации обучающихся поколения «Z» осознанно участвовать в формировании своей карьерной стратегии с учетом личностного и прогнозируемого профессионального перспектив.

В исследовании использовались следующие **методы**: контент-анализ научных, авторитетных и медиа источников по тематике исследования; конструирование опросников; методы сравнительно-сопоставительного анализа; метод включенного наблюдения для контроля и коррекции деятельности участников исследования со стороны преподавателя.

Согласно **первой, теоретической, задаче** исследования рассмотрим ключевые понятия и определения на основе анализа авторитетных источников. В исследовании мы сфокусировали внимание на условиях современного мира, который сегодня называется миром высокой неопределенности или турбулентности. Медиа-ресурс rbc.trends [1] предлагает обоснованный и аргументированный анализ тенденций современного мира, изучив актуальные акронимы, которые описывают происходящие сегодня события и состояния с научной точки зрения.

Акроним **VUCA** обязан своим появлением экономистам Уоррену Беннесу (Warren Bennis) и Берту Нанусу (Burt Nanus), которые описали современный им мир в 1985 году (накануне окончания «холодной войны»), их концепция стала базисом термина и получила смысловое наполнение, трактуемое как V (Volatility), U (Uncertainty), C (Complexity), A (Ambiguity). Посыл акронима заключался в том, что в изменчивом и неопределенном мире неэффективно следовать сложившемуся шаблону действий. Приоритетом становятся гибкие умения или навыки, которые включают коммуникацию, креативность и критичность мышления, эмоциональный интеллект как основу успешности.

Определенно, такая пессимистичная трактовка акронима вызывала обоснованную критику и наиболее оптимистичным «обновлением» на **VUCA** трактование считаем предложение Роберта Йохансенна (Robert Johansen), который предложил версию **VUCA-Prime** и заменить «Volatility (Изменчивость)» на «Vision (Видение)», соответственно «Uncertainty (Неопределенность)» на «Understanding (Понимание)», «Complexity (Сложность)» на «Clarity (Ясность)», «Ambiguity (Двусмысленность)» на «Agility (Адаптивность)».

В свою очередь, мы наполнили предложенный вариант актуальным содержанием, обеспечив тем самым связь теоретической и академической составляющих образовательного процесса с приоритетом на формирование гибких навыков [2]. Наше авторское определение термину «гибкие навыки» сформулировано как навыки, которые «гарантируют качественное межличностное взаимодействие, отвечают за успешные академические результаты, повышают жизненный комфорт и обеспечат эффективную реализацию в будущей профессиональной деятельности» [3]. Наша авторская интерпретация VUCA акронима предлагается в следующем формате.

«V» **Vision (Видение)** – это прогностические умения, визуализация горизонтов возможностей для персональной и командной коммуникации.

«U» - **Understanding (Понимание)** – это аналитические умения, критическое мышление, само-идентификация в турбулентном мире.

«C» **Clarity (Ясность)** – это умения конструктивной критики, умения вербализации сообщений, понимание смыслов обратной связи.

«A» **Agility (Гибкость)** – это гибкость ума и адаптивность к вызовам, умения быстро и рационально принимать решения.

Изучение теории по проблематике исследования привело нас к необходимости рассмотреть понятие, которое, согласно современной интерпретации современного мира, начинает замещать VUCA. Наше исследовательское внимание привлёк ещё один акроним – **BANI**, получивший свое обоснование в 2016 году. Автор концепта, футурист Джеймс Кашью (Jamaïs Cascio), предложил описать наш мир как Brittle (хрупкий), Anxious (тревожный), Nonlinear (нелинейный), Incomprehensible (непостижимый), аргументируя своё предложение тем, что мир сегодня довольно быстро видоизменяется (хрупкость), постоянные изменения провоцируют тревожность, неочевидность последствий символизирует нелинейность, а непостижимость связана с избытком информации.

Примечательно, что сам автор поясняет, что хрупкости мы можем противопоставить гибкость и сопротивляемость, тревожность можно «перекрыть» эмпатией и осознанность, нелинейность пониманием общего контекста, а непостижимости придать максимальную прозрачность и интуицию. Мы предлагаем понимать **BANI** как концепт в формате:

«B» **for Brave (Храбрый)** – готовый к смелым решениям на основе сформированных гибких навыков.

«A» **for Ambitious (Амбициозный)** – стремящийся к успешной реализации карьерных стратегий.

«N» **for Nourishing (Насыщенный)** – наполненный осознанным смыслом личностного роста и будущего профессионального становления.

«I» **for Innovative (Инновационный)** – готовый к адаптации и гибкости в современном мире нестабильности и турбулентности.

Конечно, существуют и другие концепции интерпретации сущности эпохи, в которую нам посчастливилось жить, но в соответствии с приоритетами данного исследования мы ограничимся рассмотренными выше

и продолжим теоретическую часть в рамках первой задачи рассмотрением когнитивно-стилевых особенностей современных студентов.

Прежде всего, напомним, что, по обобщенному определению медиа и образовательных ресурсов [4], **Поколение Z** (от англ. *Generation Z*), также известное как «зумеры» (англ. *Zoomers*), «**цифровое поколение**» или «**сетевое поколение**» – это социально-демографическая группа, объединяющая людей, родившихся в период с середины 1990-х до начала 2010-х годов, чье формирование происходило в контексте глобального распространения цифровых технологий и интернета. Согласно теории поколений, научно обоснованной американскими учеными Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом в 1991 году, представители одного поколения объединены не только временными рамками рождения, но и схожими культурными опытами, ценностными установками и моделями поведения, сформированными под влиянием ключевых исторических событий и технологических изменений [5].

Проведя контент-анализ современных исследований [6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13] мы обобщили **социально-психологические особенности поколения «Z»**, которые представлены следующими характеристиками.

1. Когнитивная сфера. Уже известное всем клиповое мышление и доминантная визуализация.

2. Ценностные ориентации. Ориентированы на самореализацию, социальную вовлеченность.

3. Социальное поведение и коммуникация. «Цифровые аборигены», офлайн и онлайн пространства тесно переплетены, социальные медиа активно используются для поиска референтных групп и самоидентификации.

4. Адаптивность и предпринимательский энтузиазм. Склонны к нестандартным карьерным решениям, таким как фриланс, стартап.

5. Психологическая устойчивость и новые вызовы. Чувство неопределенности и фрустрации, непереносимость внешнего давления, как ни странно, двигают зумеров к необходимости преодолевать трудности.

Что касается собственно **когнитивно-стилевых особенностей поколения «Z»**, в рамках данного исследования мы ориентировались на источники [14, 15, 16, 17, 18, 19, 20], определившие наше понимание того, как описать эти особенности в формате профиля студента поколения «Z». Наш обзор представлен следующим образом.

1. Преобладание образного мышления над текстовым. Речь идет о преобладании клипового мышления над понятийным. В отличие от предыдущих поколений, которые учились воспринимать мир через длинные линейные тексты (книги, статьи), зумеры воспринимают мир как поток ярких, коротких, не связанных между собой образов. Соответственно, им сложно строить длинные логические цепочки в уме, но они мгновенно схватывают суть по визуальным маркерам (обложка, иконка, мем). Это связано с так называемым «пиксельным» восприятием реальности, которая воспринимается

не как целостный поток, а как набор историй или коротких сцен, полученных составленными под них сетевыми алгоритмами.

2. Сверхвысокая переключаемость внимания. Историк технологий Н. Карр и психолог Д. Левитин описывают это как переход от глубокого чтения к гипертекстовому. То есть зумеры сканируют текст, определяя ключевые слова по F-образной траектории (по диагонали), ориентируясь на заголовки, списки, а не нарратив (повествование). Образно говоря, высокая скорость обработки противопоставлены низкой глубине погружения в материал, что и является главным противоречием когнитивного стиля зумеров. Конечно, это негативный фактор, на наш взгляд. К примеру, состояние углубленной рефлексии, необходимое для анализа сложных текстов или написания эссе, расценивается зумерами как дискомфортное.

3. Преобладание индукции над дедукцией. Примечательно, что мыслительный процесс зумеров выстроен по принципу от «частного» к «общему», в отличие от более понятного старшим поколениям процесса изучения теории с планомерным переходом на практику. В случае с зумерами всё с точностью наоборот – события в режиме готового и понятного результата, который они получили благодаря доступности информации в интернете (юмористически, такой метод называют методом «тыка», случайного поиска в интернете) позволяет им собирать общую картину события и формулировать «правила игры». Определенно, эта стратегия позволяет им быть гениальными «тестировщиками», однако слабыми «теоретиками».

4. Иррелевантность авторитетов. Отмечается, что когнитивный стиль зумеров не линейен и не иерархичен. Иными словами, истиной среднестатистический зумер может посчитать не должность, возраст или статус, а частотную ссылку на источник и количество одобрений («лайков») сетевого интеллекта («коллективного разума»). Следовательно, с высокой вероятностью любое утверждение старшего человека будет проверено через нейросеть на предмет «реальности или правильности». Проблема возникает с тем, что зумеры запоминают не факты, а то, где искать и кому верить.

5. Дофаминовая мотивация. Ученые отмечают, что нейробиологически, мозг зумеров формируется в среде «мгновенного подкрепления», когда важен быстрый результат или яркий процесс, что ведет к тому, что часто зумеры готовы жертвовать надежным путем в пользу самого короткого. К тому же, есть мнения, что мозг блокирует задачу, которая требует монотонного труда с отсроченным результатом, воспринимая ее как наименее важную.

Таким образом, рассмотренный выше материал позволил нам сформировать методическую платформу для дальнейшего исследования. Так, в рамках реализации **второй задачи исследования** мы приступили к разработке опросника для обучающихся поколения «Z».

Данная работа была направлена на развитие научно-исследовательской деятельности студентов и опиралась на методику развития **гибких умений**

обучающихся, в частности критического мышления [21], креативности, командной работы и рефлексии для формирования уверенности в себе, обеспечения эффективной коммуникации, конструктивной критики и продуктивной обратной связи. В основу предложенной методики заложены образовательные стратегии с учетом сформулированных ниже аспектов.

1. Психолого-педагогические аспекты включали постановку цели и задач разработки опросника, которые обеспечили теоретическую основу исследования. Учет особенностей когнитивно-стилевого поля обучающихся позволил определить приоритеты в выборе тематики вопросов исследования и распределить учебные задачи.

2. Организационно-методические аспекты были ориентированы на собственно разработку содержания опросника, отработку пилотного проекта, доработку и обновление согласно рекомендациям фокус-группы и ключевого разработчика опросника (соавтора данной статьи), привлечение контингента участников опроса.

3. Оценочно-рефлексивные аспекты обеспечили мониторинг реализации опросника, интерпретацию результатов и обеспечение обратной связи. Результаты исследования представлены в формате доклада на международной научно-практической конференции.

Концепция опросника определила название и целевую аудиторию с учетом межкультурного аспекта, а также перечень вопросов. Мы прогнозировали, что участие в опросе вызовет интерес со стороны потенциальных респондентов и будет способствовать объективному формированию профиля современного человека поколения «Z», а само участие в работе повысит мотивацию к учению в целом и изучению английского языка в частности, поскольку само мероприятие было организовано в рамках учебной программы по дисциплине «Иностранный язык» в техническом вузе.

Портрет современного зумера универсален в соответствии с теорией поколений в общем контексте. Мы предположили, что представители разных стран могут иметь как сходства, так и различия в отношении предложенных аспектов опроса и решили привлечь студентов из дружественной нам страны, Китая, принять участие в нашем исследовании, обеспечив тем самым интегративный межкультурный контекст исследования, что очень актуально для нас и культурной интеграции наших стран [23].

Интерпретация результатов исследования показана в соответствии с **третьей задачей исследования** и описана с учетом упомянутых выше условий. Цель опроса – сравнить и сопоставить когнитивно-стилевые характеристики современных обучающихся в контексте их готовности к жизни и работе в условиях современного мира высокой турбулентности (неопределенности). Всего в опросе приняли участие 111 человек, из них 85 – это русскоязычные студенты, 26 – иностранные (Китай), были представлены разные направления обучения, в большинстве это обучающиеся технических направлений подготовки (74,1 % и 44 % соответственно). Также в опросе

приняли участие будущие экономисты, гуманитарии и студенты естественно-научных направлений. Представим выборочные результаты опроса **«Актуальные характеристики поколения «Z» в условиях мира высокой турбулентности»**.

1. Какой контент вам легче всего воспринимать? (варианты ответов: короткие видео (Reels, TikTok, Shorts) до 1 минуты; посты с картинками в соцсетях; длинные статьи; книги (бумажные или электронные); подкасты).

Результаты совпали с нашими ожиданиями – подавляющее большинство респондентов (65, 9 % россиян / 61,5 % китайцев) отметили короткие видео. Посты с картинками и у россиян и у китайцев занимают устойчивую вторую позицию. Это важное сходство: обе аудитории ценят визуально-текстовые гибриды, которые можно быстро просканировать, но которые при этом несут больше информации, чем 15-секундный ролик.

2. Сложно ли вам смотреть фильм / лекцию без возможности ускорить (x1.5 или x2) или отвлечься на телефон? (варианты ответов: да, постоянно хочется переключиться или ускорить; иногда, если фильм скучный; нет, легко погружаюсь в процесс надолго).

Российская выборка: больше половины (50,6%) испытывают постоянное желание ускорить или отвлечься. При этом значительная часть (37,6%) демонстрирует ситуативную нетерпеливость – они способны погружаться, если контент их захватывает, но быстро теряют фокус, если становится скучно. Лишь 11,8% легко удерживают внимание надолго без внешних стимулов. Китайская выборка: здесь доля тех, кто постоянно хочет ускорить или отвлечься, еще выше – 65,4%. При этом лишь 15,4% готовы терпеть скучные моменты, а 19,2% легко погружаются надолго. Поколение Z – это первое поколение, которое отказалось от линейного времени. Они не готовы «просто сидеть и смотреть». Их мозг требует сжатия, упаковки, ускорения. Скука для них – не естественная фаза восприятия, а сбой, который нужно немедленно исправить переключением.

3. Какие эмоции у вас чаще всего вызывает неопределенность в мире (новости, изменения на рынке труда, экономическая ситуация)? (варианты ответов: тревога и стресс (мне лишнего не надо); азарт и интерес (хочется понять, что будет дальше); усталость и апатия («руки опускаются»); мобилизация (хочется действовать, чтобы защитить себя); мне все равно (я живу своим днём).

В обеих группах безразличие («мне все равно») занимает лидирующие позиции. В российской выборке 31,8% респондентов заявляют, что неопределенность вызывает у них реакцию «мне все равно, я живу своим днем». Это одна из двух самых частых эмоций наравне с мобилизацией (31,8%). Тревога и стресс (21,2%) вторые по упоминанию. В китайской выборке безразличие также набирает 30,8%, деля первое место с тревогой.

Это означает, что стратегия эмоционального отстранения от неопределенности является доминирующей для значительной части поколения «Z» в обеих странах. Российские зумеры не чаще других

испытывают тревогу, они так же часто предпочитают просто не вовлекаться. Китайские зумеры демонстрируют ту же картину. Миф о том, что зумеры – это поколение с высокой тревожностью, требует корректировки: тревога действительно присутствует, но безразличие оказывается не менее распространенной стратегией выживания в условиях нестабильности.

4. Какие из перечисленных навыков вы считаете наиболее важными для успеха в современном мире? (критическое мышление, стрессоустойчивость, коммуникабельность, креативность, эмоциональный интеллект, самообучаемость, тайм-менеджмент, адаптивность).

Этот вопрос показывает, какие «гибкие навыки» (soft skills) поколение Z считает ключевыми для успеха. Обе группы выделяют одни и те же три навыка, но с разными приоритетами. Российская выборка определила критическое мышление (68,2%) абсолютным лидером. Не менее значимыми являются коммуникабельность (56,5%), стрессоустойчивость (52,9%). Самообучаемость (49,4%) и адаптивность (36,5%) также набрали высокие проценты, но не вошли в тройку лидеров. Китайская выборка в топ-3 навыков представлена безусловным лидером стрессоустойчивость (73,1%), далее критическое мышление (57,7%). Коммуникабельность, креативность и самообучаемость делят третье место (по 42,3%).

Соответственно, поколение «Z» в обеих странах ценит одни и те же навыки: критическое мышление, стрессоустойчивость и коммуникабельность. Но расстановка приоритетов отражает разные вызовы, с которыми сталкивается молодежь. Для россиян главный вызов связан с информационной неопределенностью. Они ставят на первое место умение анализировать, отличать правду от манипуляции, не поддаваться на провокации. Для китайцев главным вызовом является высокая нагрузка и конкуренция. Они ставят на первое место умение выдерживать давление, сохранять устойчивость в условиях перманентного стресса.

Это различие расцениваем как ключ к пониманию того, как формируется психологический профиль поколения в разных культурных и социальных контекстах. Российские зумеры готовы защищать свой разум от внешнего шума. Китайские зумеры склонны защищать свою психику от внутреннего перенапряжения. Отношения обеих фокус групп очевидны: условия неопределенности по-разному интерпретируются, показывая наши различия объективным образом.

5. Как вы думаете, какие навыки больше всего ценят работодатели сегодня? (критическое мышление, стрессоустойчивость, коммуникабельность, креативность, самообучаемость).

Вопрос показывает, как поколение «Z» оценивает спрос на рынке труда: какие навыки, по их мнению, сегодня наиболее востребованы работодателями. Здесь обнаруживается интересное расхождение с тем, что сами респонденты считают важным для успеха (вопрос 4). Российская выборка показывает приоритет навыков, которые ценят работодатели (по мнению респондентов): самообучаемость (67,1%), коммуникабельность

(64,7%), стрессоустойчивость (61,2%). Китайская выборка в числе приоритетных навыков показывает: коммуникабельность (69,2%), стрессоустойчивость (61,5%), креативность (57,7%).

Считаем, что будет обоснованно сделать вывод о том, что поколение «Z» видит разрыв между тем, что важно для успеха, и тем, что ценят работодатели. Российские зумеры считают, что для успеха важнее всего критическое мышление (68,2%). Но, по их мнению, работодатели ценят совсем другое: самообучаемость (67,1%), коммуникабельность (64,7%) и стрессоустойчивость (61,2%). Критическое мышление они ставят лишь на четвертое место в списке приоритетов работодателей.

Это означает, что российские зумеры ощущают несовпадение между своими ценностными ориентирами и тем, что востребовано на рынке. Они хотят развивать критическое мышление, но понимают, что работодатель в первую очередь спросит с них способность быстро переучиваться, находить общий язык с людьми и держать удар.

Китайские зумеры также демонстрируют разрыв, но иной. Для успеха они ставят на первое место стрессоустойчивость (73,1%), а работодателям приписывают на первое место коммуникабельность (69,2%). Креативность, которая для успеха находится в третьей группе (42,3%), в восприятии работодателей поднимается на третье место (57,7%). А самообучаемость, напротив, опускается с 42,3% до 38,5%.

Возможно, именно здесь кроется причина возможных конфликтов между поколением «Z» и работодателями: первые хотят быть аналитиками и мыслителями, вторые требуют от них адаптивности и гибкости. И то, как этот конфликт будет разрешен, определит не только карьерные траектории зумеров, но и то, как будет выглядеть рынок труда в ближайшее время..

Подводя **итог исследования**, констатируем, что поставленная цель реализована – обоснованы возможности когнитивно-стилевого потенциала современного студента поколения «Z» для определения успешности адаптации к будущей профессиональной деятельности в мире высокой турбулентности. Достигнуты задачи исследования: проанализированы тенденции современного мира и когнитивно-стилевые особенности поколения «Z»; разработан и реализован опросник **«Актуальные характеристики поколения «Z» в условиях мира высокой турбулентности»**, позволяющий прогнозировать успешность адаптации студентов к профессиональной деятельности в VUCA-BANI среде; проанализированы и интерпретированы результаты опроса. Выявлены и описаны особенности мышления поколения «Z», обеспечивающие готовность к жизни и работе в турбулентном мире.

Список литературы:

1. <https://trends.rbc.ru/trends/futurology/62866fde9a794701a4c38ae4>
2. Мамонтова Н. Ю., Марков И. В. Влияние тенденций VUCA-мира на формирование актуальных умений обучающихся технического вуза //

- XVI Всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых «РОССИЯ МОЛОДАЯ». – Кемерово, КузГТУ, 2024. С. 94808.1-94808.9.
<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=73874851>
3. Мамонтова Н. Ю. Интеграция технологии формирования гибких умений в обучение иностранным языкам в техническом вузе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2022. – № 09. – С. 17–34. – URL: <http://e-koncept.ru/2022/221061.htm>. DOI: 10.24412/2304-120X-2022-11061
 4. https://alice.yandex.ru/chat/019d10d1-2e11-4000-9eb9-24d27f12764c/?utm_campaign=suggest&utm_source=desktop_browser&utm_to=web_site
 5. <https://lenta.ru/articles/2025/03/17/teoriya-pokoleniy/>
 6. <https://www.gramota.net/article/mns20250020/fulltext>
 7. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12765354/>
 8. <https://elsu.ru/journal/issues/399/articles/5070/>
 9. <https://real.mtak.hu/202164/>
 10. <https://amp.lvrach.ru/news/15438260>
 11. https://www.mdpi.com/2075-4698/15/11/314/review_report
 12. <https://rjep.ru/jour/index.php/rjep/article/view/780>
 13. <http://vtr.vscac.ru/article/2604>
 14. <https://humanities.fu.ru/jour/article/view/1163>
 15. <https://newpsyresearches.ru/en/article/poleva-yurchenko-en-2025-3-6>
 16. <https://socinst.ru/articles/article-16315/>
 17. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10804-025-09536-8>
 18. <https://elsu.ru/journal/issues/399/articles/5070/>
 19. https://naukatv.ru/news/pokolenie_z_mozhet_stat_pervym_u_kotorogo_ne_budet_krizisa_srednego_vozrasta
 20. <https://www.hse.ru/edu/vkr/1048200351>
 21. Kagnarith C. A Questionnaire Project: Integrating the Four Macro Skills with Critical Thinking / Chea Kagnarith, Chea Theara, and Alan Klein // English Teaching Forum. – Washington, USA. – Number 1, 2007. С. 2-9.
 22. Мамонтова Н.Ю. Методическое обоснование использования теории множественного интеллекта в обучении иностранным языкам в вузе // Теоретические и прикладные вопросы лингвообразования: сборник научных статей. – Кемерово: КузГТУ, 2020. – С. 62-81.
 23. Мамонтова Н.Ю., Титаева Е.А. Современная интерпретация контекста межкультурной интеграции России и Китая // XVII Всероссийская 70 научно-практическая конференция молодых ученых с международным участием «РОССИЯ МОЛОДАЯ». – Кемерово, КузГТУ, 2025. С. 95610.1-95610.10.