

ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ

Оригинальная статья / Original paper

doi:10.17853/1994-5639-2025-3-9-35



Креативные индустрии и образование: от мифов к интегративной модели креативности

Л.М. Андрюхина

Российский государственный профессионально-педагогический университет,
Екатеринбург, Российская Федерация.
E-mail: andrlm@yandex.ru

Аннотация. *Введение.* Активное развитие творческих (креативных) индустрий формирует запрос на совершенствование системы образования. *Цель* статьи – сформировать интегративное представление о креативности, что позволит, в свою очередь, успешно проектировать условия и технологии ее развития в образовательном процессе. *Методология, методы и методики.* Представленный в статье теоретико-методологический анализ заявленной темы основан на синергетическом, деятельностном, ценностно-регулятивном методологических подходах. *Результаты.* В соответствии с гипотезой исследования были выявлены «мифы» или односторонние представления о креативности, которые являются наиболее частым препятствием для включения практик по развитию креативности в образование. Проведенный анализ позволил сформировать интегративную модель креативности как единства дивергентного и конвергентного мышления; спонтанности и технологичности; расфокусированности (блуждающая креативность) и фокусировки в творческом поиске на ценностях, смыслах и приоритетах. *Научная новизна* заключается в том, что в отличие от структурно-интегративных моделей предлагается рассматривать креативность как сложный нелинейный процесс, флуктуирующий в каждой конкретной творческой ситуации между хаосом и порядком, спонтанностью и технологичностью, расфокусированностью и ценностно целевой фокусировкой. Интегративный характер креативности определяется природой сложных самоорганизующихся систем. *Практическая значимость.* Предлагаемый интегративный подход позволяет определить ориентиры совершенствования образования и, главным образом, подготовки будущих педагогов профессионального обучения в области креативных индустрий, так как не просто описываются факторы креативности, но задаются параметры проектирования образовательных технологий.

Ключевые слова: креативность, креативный потенциал, интегративная модель креативности, интегративный подход к развитию креативного потенциала, творческие (креативные) индустрии, подготовка будущих педагогов для сферы творческих (креативных) индустрий

Для цитирования: Андрюхина Л.М. Креативные индустрии и образование: от мифов к интегративной модели креативности. *Образование и наука.* 2025;27(3):9–35. doi:10.17853/1994-5639-2025-3-9-35

Creative industries and education: from myths to an integrative model of creativity

L.M. Andryukhina

Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg, Russian Federation.

E-mail: andrlm@yandex.ru

Abstract. *Introduction.* The active development of creative industries generates a demand for improvements in the education system. *Aim.* This article aims to provide a comprehensive understanding of creativity, enabling the effective design of the conditions and technologies necessary for its development within the educational process. *Methodology and research methods.* The theoretical and methodological analysis of the topic presented in the article is grounded in synergetic, activity-based, and value-regulatory methodological approaches. *Results.* In accordance with the research hypothesis, “myths” or one-dimensional perceptions of creativity were identified as the most common obstacles to the incorporation of practices aimed at fostering creativity in education. The analysis facilitated the development of an integrative model of creativity, characterised as a synthesis of divergent and convergent thinking; spontaneity and manufacturability; as well as defocusing (or wandering creativity) and focusing during the creative search for values, meanings, and priorities. *Scientific novelty.* The scientific novelty lies in the proposal to consider creativity as a complex, non-linear process that fluctuates between chaos and order, spontaneity and manufacturability, as well as defocusing and value-based target focusing in each specific creative situation, unlike structural-integrative models. The integrative nature of creativity is shaped by the characteristics of complex self-organising systems. *Practical significance.* The proposed integrative approach enables the establishment of guidelines for enhancing the training of future vocational teachers in the creative industries. This approach not only articulates the factors of creativity but also defines the parameters for designing educational technologies.

Keywords: creativity, creative potential, integrative model of creativity, integrative approach to the development of creative potential, creative industries, training of future teachers for the creative industries

For citation: Andryukhina L.M. Creative industries and education: from myths to an integrative model of creativity. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2025;27(3):9–35. doi:10.17853/1994-5639-2025-3-9-35

Введение

С каждым годом креативная сфера становится все более перспективным сегментом экономики, который обеспечивает около 3 % мирового ВВП, создает новые рабочие места, развивает малое и среднее предпринимательство, определяет социально-экономическое взаимодействие, чем привлекает внимание исследователей и политиков¹. В «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»² в качестве

¹ Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест № 1. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2021. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538088/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf (дата обращения: 20.10.2024).

² Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 20.10.2024).

одного из приоритетов государственной политики обозначена необходимость совершенствования системы образования и развития компетенций в сфере творческих (креативных) индустрий.

При этом очевидно, что совершенствование системы образования в целях подготовки специалистов для творческих(креативных) индустрий невозможно без соответствующего уровня профессионализма и мотивированности педагогических работников, следовательно, предполагает совершенствование прежде всего подготовки будущих педагогов профессионального обучения.

Вместе с тем практика образования характеризуется значительным отставанием от запросов экономики и не соответствует по своим темпам и содержанию тенденциям мирового развития. Эксперты делают вывод, что когда на повестке дня в последние годы стоит вопрос о новом содержании образования со смещением акцентов от получения предметных знаний к развитию универсальных «навыков XXI века», «Россия пока остается на обочине этих изменений»¹.

В области кадрового обеспечения развития творческих (креативных) индустрий, на наш взгляд, остается остро востребованным достижение определенности по следующим вопросам:

- что относится, а что не относится к творческим (креативным) индустриям, в чем заключается их специфика?
- как понимать креативность и как ее развивать в условиях профессионального образования?

Что касается первого вопроса, выделим два подхода, которые условно можно обозначить как «узкий» и как «широкий». В рамках «узкого» подхода дается перечень видов творческих(креативных) индустрий, причем количество и сам набор приводимых видов может значительно различаться в разных источниках². Сторонники «широкого» понимания креативных индустрий считают, что в эту сферу нужно включать не только кино, музыку и дизайн или какой то определенный набор видов деятельности, а по факту – любую экономическую деятельность, которая включает элементы творчества, созидания и инновационности [1].

Креативность является несомненно сущностной характеристикой деятельности в рамках креативных индустрий, уже исходя из самого их наименования, однако, на наш взгляд, важен и другой сущностный признак, имплицит-

¹ Россия 2025: от кадров к талантам: доклад. Режим доступа: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/11/Skills_Outline_web_tcm26-175469.pdf (дата обращения: 20.10.2024).

² Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 20.10.2024); Мальцева Е.С. Креативная индустрия в российской экономике. Бизнес и дизайн ревю. 2021;1(21). Режим доступа: <https://obe.ru/journal/vypusk-2021-1-mart/maltseva-e-s-kreativnaya-industriya-v-rossijskoj-ekonomike/> (дата обращения: 20.10.2024); Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России. Отечественные записки. 2005;4(25):168–169. Режим доступа: <https://strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskij-vyzov-dlya-rossii> (дата обращения: 20.10.2024); Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы. Научный дайджест № 1. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2021. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2021/08/05/1425538088/Human_Capital_NCMU_Digest_1_Creative_Industries_2021.pdf (дата обращения: 20.10.2024).

но содержащийся в понятии «индустрия». Творческие (креативные) индустрии – это соединение, интеграция индивидуальной или коллективной предпринимательской творческой деятельности с современными индустриальными технологиями и опора на использование этих технологий. И, одновременно, это процесс персонификации, если можно так сказать, производства, его результатов на основе креативного вклада субъектов креативных индустрий. «Цифровая экономика есть полностью и целиком экономика индивидуализированных и кастомизированных продуктов, производимых небольшими группами. И для этого требуется не много капитала денежного, а много качественного человеческого капитала» [2, с. 7]. В этом их отличие как от традиционной ремесленной деятельности, так и собственно от промышленного стандартизированного массового производства. Этот симбиоз предпринимательской (в том числе индивидуальной) деятельности и современных индустриальных технологий задает новое пространство и форматы образования, что требует серьезного изучения как в теоретическом, так и в практическом плане.

В Концепции развития творческих (креативных) индустрий, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р, дается следующее определение: «Творческие (креативные) индустрии – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, капитализации и коммерциализации прав интеллектуальной собственности производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни российского общества»¹.

Вместе с тем дискуссии о подходах к определению креативного сектора, о составе креативных индустрий активно продолжаются. Перечень креативных индустрий не является чем то инвариантным, но претерпевает изменения от страны к стране. Кроме того творческая интенсивность отраслей со временем может меняться, и они становятся больше или меньше творческими в зависимости от того, какие технологии или структурные изменения приводят к трансформации в структуре занятых в этих отраслях[3].

Однако наибольшие трудности в совершенствовании подготовки будущих педагогов профессионального обучения связаны с возможностью получения ответа на второй вопрос: как понимать креативность и как ее развивать (и возможно ли это) в условиях профессионального образования? В предлагаемой статье внимание сконцентрировано на поиске ответа именно на этот второй вопрос.

В качестве гипотезы выскажем следующие положения.

Органичное включение моделей креативного действия, развития креативного потенциала личности в профессиональное образование станет воз-

¹ Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 г. № 2613-р. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 20.10.2024).

возможным с разработкой интегративной модели креативности. Существующие концепции и модели креативности в силу того, что они представляют этот сложный многомерный феномен, как правило, только в каком-то одном преимущественном измерении, не позволяют вписать его в структуру также многомерной и многоаспектной профессиональной деятельности, а следовательно и становится затруднительным спроектировать на их основе адекватные профессиональной деятельности модели профессионального образования.

Другое предположение заключается в том, что, реализация креативных практик в профессиональном образовании возможна лишь в условиях его открытости и активной интеграции в социокультурную среду (о чем писал и стремился воплотить в образовании еще Дж. Дьюи). Постараемся это обосновать.

Ограничения исследования. Интегративная модель креативности, предложенная в статье, основана на рассмотрении таких предельных координат креативного процесса как хаос и порядок, спонтанность и технологичность, расфокусированность и фокусировка. Однако креативность как процесс многомерный может быть рассмотрена и в рамках других координат, что осталось за рамками предмета статьи. Сюда можно добавить, такие координаты как традиция и инновация, рутина и новизна, алгоритмы и неалгоритмизируемость деятельности, и другие, которые мы планируем рассмотреть в последующем.

Обзор литературы

В эпоху Средневековья, когда собственно и формировались практики и институты профессиональной деятельности и профессионального образования, главным фокусом в их конституировании были понятия ритуала, канона, образца, рецепта, строгое следование которым и составляло суть деятельности, будь то церковная церемония, деятельность ремесленника или уклад повседневной жизни.

Сама структура средневекового ремесла, опорой которой был канон, должна была привести к выделению системы приемов и правил в каждой отрасли ремесла и закреплению их в форме, удобной для воспроизведения в тех условиях [4, с. 90–91]. Ремесленное обучение в Средние века сводилось к передаче от мастера к ученику «секретов» мастерства, которые, во-первых, надо было твердо усвоить и затем уже не отступать от них на протяжении всей своей профессиональной деятельности. Основным методом в ремесленном обучении – копирование и безусловное следование образцам [5, с. 148]. Даже в так называемых творческих профессиях, например в обучении рисунку, также преобладало механическое копирование образцов. Это, однако, не значит, что в Средние века в профессиональной деятельности не было места творчеству.

Сами образцы, или иначе «шедевры», создавались теми же ремесленными мастерами. Однако собственно творчество или креативность как бы выносились за рамки принадлежности самому человеку и считались по сути действием Бога или Природы через человека, оставались в числе непостижимых

сверхчувственных феноменов, недоступных пониманию и, тем самым, и рациональному регулированию самим человеком. А поэтому и обучать творчеству считалось невозможным.

В Новое время в период становления и развития науки и индустриальных технологий главной задачей становится выработка целерациональных норм как основания промышленных и социальных технологий. Это находит выражение в социальных теориях действия, теории бюрократической организации (М. Вебер), в нормировании труда в рамках научного менеджмента (тейлоризм), в нормах протестантской этики, в формировании эталонов научной деятельности (Ф. Бекон, Р. Декарт и др.). При этом, как показывает Х. Йоас, рассмотрев преимущества и ограничения теорий рационального и нормативно-ориентированного действия, а также попытки их конвергенции у М. Вебера, Э. Дюркгейма и Т. Парсонса, во многом выдержать теоретическую строгость им удавалось «ценой радикального отказа от креативного измерения действия» [6, с. 43].

Вместе с тем теории креативности возникали в переходные периоды, когда ослабевало влияние социальных механизмов, поддерживающих канонизированные формы действия (Возрождение, эпоха романтизма, периоды научных и социальных революций и др.). Например, применительно к периоду 1750–1850 гг. среди концепций, в рамках которых представления о действии существенным образом определяются метафорой креативности, Х. Йоас выделяет следующие: идея выражения у И. Г. Гердера и идеи производства и революции у К. Маркса. В каждой из них проявилось стремление укоренить человеческую креативность, соотнеся ее по крайней мере с одним из трех способов связи с миром. Идея выражения описывает креативность преимущественно в отношении субъективного мира действующего индивида. Идея производства относит креативность к объективному миру, миру материальных объектов, являющихся условиями и средствами действия. И, наконец, идея революции предполагает возможность креативности человека по отношению к социальному миру, а именно фундаментальное переустройство общественных институтов, регулирующих совместную жизнь людей. Но ни одна из этих идей не укореняет креативность в значении, охватывающем все три способа соотнесенности с миром. «Все они пытаются понять креативность действия в целом, но при этом приписывают творческие черты определенному конкретному типу действия» [6, с. 131].

В современную эпоху происходит своего рода смена координат социального и ментального пространств. Не канон или целерациональная норма выходят на первый план, а именно креативность действия. К господствующим на протяжении столетий моделям рационального и нормативно-ориентированного действия добавляется третья модель, применительно к которой следует говорить о креативном характере человеческого действия. «Более того... эту третью модель можно рассматривать как охватывающую первые две» [6, с. 13].

Альтернатива закреплению креативности только за некоторыми видами деятельности заключается в трактовке креативности как измерения любого человеческого действия. Тогда появляется возможность, с одной стороны, рассматривать всякое действие, а не только его определенный конкретный тип, как потенциально креативное и, с другой стороны, признавать за человеческим действием как таковым структурные свойства, выраженные в понятии креативности.

Только в середине XX века начинают существенно меняться представления о креативности. Многочисленные концепции в психологии, искусстве, менеджменте, бизнесе, в технических науках, в междисциплинарных исследованиях и философии демистифицируют и десакрализируют понимание ее природы, выводят креативность из сферы абсолютной предзаданности Богом, Природой, либо случаем, раскрывают методы и техники креативного мышления. Утверждается представление о возможности развития креативности, креативных способностей и креативного потенциала человека. А, следовательно, становится возможной постановка вопроса о развитии креативности в условиях целенаправленного образовательного процесса.

Рост внимания к развитию креативности отмечается по всему миру. По запросу по теме «развитие креативности» Google выдает 8 990 000 результатов. В мире насчитывается большое количество креативных ассоциаций, институтов по изучению креативности, тренинговых центров, сайтов, растет число проводимых конференций и публикаций.

Вместе с тем в образовании изменения идут очень медленно и имеют волнообразный характер: волны подъема инновационной активности по введению образовательных практик развития креативности сменяются периодами ее спада. Наиболее активно процесс распространения и внедрения техник, технологий и даже систем развития креативности шел в 70–90-е годы XX века. При этом креативные подходы, методы диагностики креативности и системы ее развития распространялись в сфере неформального образования (многочисленные тренинги на основе концепций Э. де Боно, Г. Альшуллера, П. Келли, Т. Бьюзена и др.) и в бизнес-образовании (программы Г. Минцберга, С. Кови, П. Сенге и др.). Программы Эдварда де Боно по развитию креативного мышления были введены в школы многих стран мира.

Благодаря информационным технологиям стали доступными онлайн курсы по развитию креативности, а также многочисленные ресурсы, представляющие как концептуальные материалы, так и сервисы для диагностики и развития креативного мышления.

Вместе с тем в высшем и среднем профессиональном образовании все чаще ограничивается введением отдельных дисциплин по вопросам креативности, но и эта практика не является повсеместной.

Возникает противоречие. С одной стороны, развитие производства, переход к пятому и шестому технологическим укладам, развитие креативных индустрий формируют запрос на развитие креативности, креативного капитала

и креативного потенциала человека. Но, с другой стороны, именно в профессиональном образовании не наблюдается отклика на формирующиеся вызовы. Оно по-прежнему основано преимущественно на модели деятельности, ориентированной на теории рационального и нормативно-ориентированного действия, когда основным содержанием обучения остается освоение и шлифовка технологической, нормативной, стандартизированной составляющих будущей профессии.

Методология, материалы и методы

В статье в результате проведенного теоретико-методологического анализа представлена интегративная концептуальная модель креативности. Исходной предпосылкой анализа стала актуализация проблемного поля подготовки педагогов профессионального обучения в области креативных индустрий. Основное выделенное автором противоречие обозначено как, с одной стороны востребованность развития креативного потенциала будущих педагогов, а с другой стороны, сложность реализации этого запроса в практике образования из-за недостаточного уровня концептуализации в понимании креативности, распространенности разного рода мифов и односторонних представлений о ее природе.

Основой разработки интегративной модели креативности стали следующие методологические подходы: синергетический, деятельностный, ценностно-регулятивный.

В рамках *синергетического подхода* креативность осмысливается как неотъемлемая характеристика сложных самоорганизующихся систем, а креативный процесс – как процесс нелинейный, постоянно флуктуирующий от порядка к хаосу и обратно. В своей обобщающей 25-летней опыт исследования творчества книге «Серьезное творческое мышление» [7] Э. де Боно писал, «что способность человека к творчеству определяется абсолютной математической необходимостью, связанной с тем, что человеческое восприятие действует по принципу самоорганизующихся информационных систем. В таких системах творчество – необходимый элемент...» [7, с. 8]. Синергетический подход к пониманию креативности важен не только тем, что позволяет интегрировать различные аспекты в понимании креативного процесса, но и тем, что является основой интеграции технологий развития креативности в профессионально-педагогическое пространство развития личности, которое также понимается сегодня от открытое, самоорганизующееся и предполагающее нелинейные траектории развития [14].

Деятельностный подход стал основой выделения и интеграции в понимании креативности таких ее аспектов как спонтанность и технологичность (воспроизводимость). Спонтанная активность относительно недавно стала предметом пристального изучения. В психологии творческих процессов она обозначалась как познавательная активность, характеризующаяся доминированием внутренней мотивации (А. М. Матюшкин, В. С. Ротенберг), «интел-

лектуальная активность» (Д. Б. Богоявленская), как сплав умственных и мотивационных характеристик, «устремления личности» (В. А. Петровский), как совокупность «могу» и «хочу», наконец, как «неадаптивная (надситуативная) активность» (В. А. Петровский, 1971), в результате чего появились трактовки творчества как феномена неадаптивной активности (А. Г. Асмолов, В. Н. Дружинин, В. Г. Грязева, В. Т. Кудрявцев, А. С. Огнев) [9]. Вместе с тем исследования последних лет характеризуются разработкой концепции дуальности неадаптивных и адаптивных проявлений в творчестве (Максимова, 2001), согласно которой в творческом процессе следует различать два вида активности – неадаптивную спонтанную активность, необходимую для порождения новых идей, целей, замыслов и т. д. и адаптивную активность, важную для их реализации [9].

Эти концептуальные разработки послужили основанием для интеграции в структуре креативности таких ее аспектов, как спонтанность и технологичность, наиболее значимых в профессиональной деятельности.

Ценностно-регулятивный подход в понимании креативности, разрабатываемый как в рамках классической школы культурно-исторической психологии (Л. С. Выготский, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн), так и в современных междисциплинарных исследованиях [10; 11], позволил выйти на концептуальную интеграцию таких аспектов креативного процесса, как его неопределенность (расфокусированность) и ценностно-смысловая регуляция (фокусировка).

Результаты исследования

Креативность: между хаосом и порядком

Несмотря на то, что в литературе по психологии можно найти по меньшей мере 60 различных определений креативности, наиболее известной и воспроизводимой в разных источниках стала концепция Д. Гилфорда, в которой креативность трактуется как дивергентное мышление. Он описал дивергенцию как «мышление, идущее в разных направлениях». Гилфорд пришёл к выводу, что данная форма мозговой деятельности человека допускает варьирование основных путей решения какой-либо проблемы, приводя в итоге к неожиданным новым результатам и выводам [12]. Исследованием дивергентного мышления занимались Э. П. Торренс, К. Тейлор, Г. Груббер, И. Хайн, А. Б. Шнедер, Д. Роджерс и другие. Были разработаны многочисленные тесты для оценки уровня дивергентного мышления.

Поскольку одной из характеристик дивергентного мышления была признана нестандартность, то впоследствии стали развиваться представления о креативности как способности отходить от шаблонных подходов при создании нового, преодолевать и разрушать стереотипы, что в свою очередь соединялось с наделением творческого человека такими качествами как раскрепощенность, готовность идти вразрез с общепризнанными взглядами, для которого

не составляет проблемы нарушить устоявшиеся когнитивные, социальные и даже этические нормы.

Многочисленные техники развития креативности, которые стали активно использоваться в тренингах также были, как правило, направлены на то, чтобы раскрепостить мышление, отбросить шаблоны и стереотипы.

Даже сегодня опрос педагогических работников среднего профессионального и высшего образования показал, что наиболее известно имя Д. Гилфорда. Из предложенных в опроснике авторов концепций и технологий развития креативности 42,7 % педагогов отметили, что им известна концепция Д. Гилфорда, 37,2 % респондентов ответили, что им известен Эдвард де Боно, 28,7 % отметили имя М. Микалко, 25,6 % – Г. Альтшуллера [13].

Вместе с тем фактически оказалось вне поля зрения то, что и в концепции Д. Гилфорда не сводилось все только к генерированию альтернативных идей, но была еще и такая характеристика креативного процесса как проработка идей – способность не только обдумывать детали идеи, но и находить ее воплощение, что уже не может быть сведено только к дивергентному мышлению.

Кроме концепции Д. Гилфорда в психологии есть и другая концепция, разработанная С. Медником (имя которого практически неизвестно педагогам). Суть творчества, по Меднику, не в особенности операции, а в способности преодолевать стереотипы на конечном этапе мыслительного синтеза и в широте поля ассоциаций¹.

Т. Lubart, опираясь на проводимые в психологии исследования, раскрывает несколько аспектов взаимосвязи дивергентного и конвергентного мышления в креативном процессе [14]. Конвергентное и дивергентное мышление могут пониматься как две, сменяющие друг друга и взаимосвязанные фазы креативного процесса. «Дивергентное мышление позволяет порождать многообразие идей, а конвергентное мышление облегчает оценку и отбор идей» [14, р. 10]. В другом аспекте конвергентное мышление раскрывается как ответственное за интеграцию и синтез идей или образов, это может быть также рассмотрение объекта или проблемы с разных перспектив, ракурсов или точек зрения, что является источником выработки нового видения, концепции или решения. Так, согласно С. Меднику, Т. Lubart отмечает, что в творческом процессе присутствует как дивергентная, так и конвергентная составляющие. По мнению Медника, чем из более отдаленных областей взяты элементы проблемы, тем более креативным является процесс ее решения. Тем самым дивергенция дополняется конвергенцией, актуализацией отдаленных зон смыслового пространства. Но вместе с тем синтез элементов может быть нетворческим и стереотипным, например: соединение черт лошади и человека актуализирует образ кентавра, а не образ человека с головой лошади [14, р. 11–12].

¹ Vitrano D., Altarriba J., Leblebici-Basar D. Revisiting Mednick's (1962) Theory of Creativity with a Composite Measure of Creativity: The Effect of Stimulus Type on Word Association Production. *The Journal of Creative Behavior*. 55(4):925–936. Accessed October 10, 2024. https://www.researchgate.net/publication/350617919_Revisiting_Mednick's_1962_Theory_of_Creativity_with_a_Composite_Measure_of_Creativity_The_Effect_of_Stimulus_Type_on_Word_Association_Production

С позиции теории самоорганизующихся систем дивергентное мышление можно представить как движение от упорядоченности – к хаосу, а конвергентное мышление как движение от хаоса – к порядку.

Если креативный процесс – это единство дивергентного и конвергентного мышления, то в рамках синергетического подхода, с позиции теории сложных саморазвивающихся систем можно определить область проявления креативности между хаосом и упорядоченностью (рис. 1)



Рис. 1. Креативность: между порядком и хаосом

Fig. 1. Creativity: between order and clutter

Как абсолютный хаос, так и абсолютная или жесткая упорядоченность исключают креативность.

В литературе наблюдается тенденция к преодолению односторонних позиций, которые связывают креативность только с процессом «раскачки упорядоченных структур», будь то структуры мышления или социальных отношений. Эдвард де Боно, писал, как о распространенном заблуждении, о вере в то, что достаточно освободить человека от внутренних запретов и ограничений и он немедленно станет творцом [7, с. 11]. Концепция Э. де Боно как раз органично соединяет процесс генерации идей, выдвижения альтернатив с последующей их логической проработкой. П. Кук пишет о том, что креативная деятельность сотрудников в организациях не исключает упорядоченность структуры и наличие правил в организации, а, наоборот, это способствует продуктивной работе [15].

Jurgen Appelo в своей книге «Agile менеджмент» [16] утверждает, что в сложно организованных системах, какими являются творческие, проектные команды, важно чтобы устанавливались определенные ограничения (правила), но они должны быть не навязанными со стороны, но выработанными самой командой во главе с менеджером. Креативность – это по существу, по своей природе самоорганизующийся процесс, в котором важны как этапы «по-

гружения в хаос», так и выработка новых структур и нового осмысленного порядка.

Такой интегративный подход к пониманию креативности особенно важен в проектировании форматов и условий профессионального образования. Наряду с выработкой гибкости мышления, навыков по преодолению стереотипов необходимо воспитывать и развивать у студентов навыки самоорганизации, целеполагания и рефлексии, установку на принятие социальной ответственности.

Сведение креативности только к формированию раскрепощенности, готовности, образно говоря, идти наперекор всем и всему, конечно не способствует, а, напротив, мешает введению дисциплин по развитию креативности в профессиональное образование, так как вступает в противоречие с установками профессиональной культуры, с требованиями тщательной и ответственной проработки выдвигаемых идей и решений.

Креативность: между спонтанностью и технологичностью

Стремительное развитие цифровых технологий, процессов автоматизации и роботизации ведут к вытеснению человека из сферы производства. Многие функции, которые, как считалось, присущи именно человеку, успешно выполняются техническими устройствами и программами на основе искусственного интеллекта. В первую очередь в системах искусственного интеллекта воспроизводится то, что наиболее технологично и может быть алгоритмизировано. Именно поэтому все чаще высказываются мнения, что на долю человека остается то, что, как считается, не может быть алгоритмизировано – это креативность, способность решать творческие нестандартные задачи. Таким образом формируется отчетливое противопоставление креативности – технологиям.

Но если креативность – это то, что противостоит технологичности, то главным ее содержанием может быть только спонтанная активность, то что, как правило, связывают с внезапными озарениями или инсайтом. Такое крайнее противопоставление поддерживается и ростом внимания психологии к явлению спонтанности как таковому. Однако можно ли тогда развивать креативность? Скорее всего нет, так как вряд ли можно как то контролировать и направлять в нужное русло, а тем более воспроизводить ситуации инсайта, уже в силу их именно спонтанной природы. Кроме того, сфера профессиональной деятельности всецело базируется именно на технологиях, и соответственно, при отождествлении креативности со спонтанностью креативность и профессиональное обучение расходятся по разным противоположным полюсам.

Чтобы разобраться в этой ситуации необходимо конкретизировать понятия технологии и технологических процессов. В любой технологии можно выделить два существенных аспекта: норму и ее вариации; внутреннюю логику (алгоритм) воспроизводства и его импровизированные формы.

В этом случае мы можем понять, что креативность и технологии не противостоят друг другу как нечто рядоположенное, но тесно взаимопереплетены.

Любая норма (закон, эталон, парадигма, стандарт) – это своего рода паттерн, который реализуется и допускает реализацию определенного (небезграничного) количества вариантов. Вариация нормы – это креативный процесс. Когда норма исчерпывает себя, происходит ее корректировка и смена. Это тоже творческий процесс. Парадигмы в науке (а они есть в любом виде деятельности) определяют новое поле исследований и делают высоко эффективным процесс научных открытий. Человечество, как утверждает Джоэл Баркер [17], может научиться предвидеть смену парадигм и тем самым во много раз усилить наши возможности инновационного развития.

Важно то, что креативность тоже опирается на существующие нормы, становясь при этом в одни периоды источником ее вариаций, а в другие – работая на обновление и смену норм. Но без норм нет ни технологии, ни креативности. Не случайно в истории как искусства, так и ремесленной деятельности мы постоянно находим примеры таких вариаций внутри принятой нормы, канона, темы. Например, у И. С. Баха на протяжении всего его творчества сочинение вариаций на заданную тему было излюбленным занятием, в котором он был признанным виртуозом. По сути, это и есть пример дивергентного мышления. Но в свою очередь, например, формирование теории квантово-волнового дуализма в физике может считаться примером конвергентного творческого мышления, положившего начало новой парадигме в физических исследованиях.

Обратимся к другой стороне технологии. Любая технология как процесс имеет внутреннюю логику (алгоритм) своего разворачивая и воспроизводства и ее импровизированные формы. Как правило, ни одна технология не может быть воспроизведена без каких либо отклонений, нюансировки, дополнений. Но чем более точен алгоритм ее воспроизведения, тем менее возможны ее различные импровизации. Взаимосвязь и взаимозависимость алгоритмизации и импровизации есть в любой технологии.

В разные эпохи и исторические периоды больше ценилась либо та, либо другая сторона технологических процессов. Например, Е. С. Фоменко отмечает, что в период Возрождения импровизация служила показателем профессионализма и обеспечивала интерес публики к исполнителю. «Импровизация пронизывала не только музыку, но и поэзию, и драматическое искусство» [18].

Вместе с тем церковь, как правило, не одобряла импровизационное исполнение духовной музыки и песнопений, воспринимая это как отход от канона. Но и в Новое время, когда была усовершенствована запись музыкальных произведений, композиторы также достаточно строго требовали от исполнителей придерживаться авторского текста, исключая свои индивидуальные импровизации.

Интересно и то, что сами импровизации не были просто спонтанной активностью, хотя именно так воспринимались публикой: как проявление боговдохновенности и гениальности. Импровизация требовала высокого мастерства, постоянного совершенствования, обширных знаний, способности к

структурному мышлению и владения целой системой технических приемов, словом, настоящего универсализма.

Техника импровизации в XVI веке, особенно в Италии – классической стране распространения импровизационного искусства – достигла высокой степени профессиональной разработанности и детализированности. Ей обучали. «К концу XVI века техника инструментальной орнаментики «с листа» достигла необычайно высокого уровня. Выдающиеся органисты были не только мастерами импровизации, но и педагогами, обучавшими усложнившимся импровизационным формам» [18]. По сути, это можно назвать уже технологиями и техниками креативности.

Когда мы говорим о технологиях креативности, то добавляется еще один важный аспект рассмотрения. Любой технологический процесс невозможен без регулирования. Креативность как процесс с точки зрения технологичности отличается преобладанием внутренней регуляции или саморегуляции.

Понимание соотношения креативности, спонтанности и технологичности позволяет обратиться к таким понятиям профессиональной деятельности как мастерство и виртуозность. По сути, имплицитно достаточно широко используемой моделью обучения (причем не только профессионального) остается путь становления мастера, формирование мастерства. Это и путь к творчеству. Но он лежит через овладение технологией профессиональной деятельности. Овладев в совершенстве технологией, виртуозно ею владея, можно обрести свободу формотворчества и даже выйти за границы технологии – ее усовершенствовать или даже изобрести новую технологию.

Это является явно и имплицитно основой любого обучения – сначала овладей теми технологиями, приемами, техниками (и, соответственно, знаниями и компетенциями, на которых они основаны), которые характерны для какой-либо сферы деятельности, а затем уже можешь творить что то свое. Недостаток этой модели заключается в том, что часто в образовании учат только алгоритмически воспроизводимой стороне технологий, но практически не обучают ее креативной стороне.

Таким образом, можно сделать вывод, что креативность внутренне соединяет в себе как спонтанность, так и технологичность. Как абсолютная спонтанность, так и абсолютная, жесткая технологичность исключают креативность. В зависимости от характера их соотношения можно выделить различные уровни креативности. При этом спонтанная креативность, если она не опирается на мастерство владения технологиями, а также технологичность ради технологичности (стремление исключить спонтанность) как правило будут относиться к низшему уровню креативности. Обозначенная проблематика затрагивается в работе венгерского культуролога И. Витаньи. Автор выделяет три уровня креативных способностей, указывая в каждом из них на степень создания радикально нового. Так, продуктивно-репродуктивная творческая способность находит отражение в массовом производстве и повседневной разговорной речи. Любое новшество воспринимается как исключение из правил. Для генератив-

ной творческой способности, соответствующей фольклористике, появление нового является нормативным актом. Это можно назвать творчеством в пределах традиции. Сутью же конструктивно-инновативной творческой способности является закономерное появление нового. Данная способность находит проявление в труде изобретателей, новаторов, в научном и художественном творчестве и является, согласно И. Витаньи, собственно креативностью [19, с. 73].

Сегодня мы говорим о технологиях и техниках собственно креативности и все больше проникаем в суть самих креативных процессов. П. Кук, М. Гладуэлл и Л. М. Андрюхина [15, 20, 21] все больше склоняются к тому, что креативный процесс – это, скорее, упорный труд, это такая вовлеченность творческого человека, что он готов, если потребуется, тысячу и десять тысяч раз предпринимать снова и снова усилия в решении какой-либо задачи. Как говорил Томас Эдисон, «гений – это 1 процент вдохновения и 99 процентов пота». И озарения приходят, как правило, если уже до этого хорошо подготовлена почва (рис 2).



Рис. 2. Креативность: между спонтанностью и технологичностью

Fig. 2. Creativity: between spontaneity and technology

Поскольку креативный процесс не сводим к спонтанному озарению, но может пониматься как сложный нелинейный процесс, включающий свои специфические технологии, то его особенностью является также опора на развитые структуры саморегуляции, самомотивации, эмоциональной вовлеченности и увлеченности как на индивидуальном уровне, так и на уровне работы команды или организации. Это связано, как правило, с высоким уровнем энергетических затрат, с умением войти в креативный процесс как в своего рода непрерывный энергетический поток и с необходимостью поддерживать высокий креативный потенциал вплоть до получения необходимого результата.

А это означает, что и в процессе образования необходимо создавать условия не только для проведения разовых тренингов и решения творческих голо-

воломок, но и для вовлечения в реальный творческий процесс с достижением значимого результата. В реальной творческой деятельности, например, в проектной работе, идет формирование необходимых норм и структур саморегуляции деятельности.

М. R. Rush описала примеры развития креативности студентов инженерных специальностей в практике Массачусетского технологического института [22]. Автор пришла к выводу, что нужно идти не столько от лекций и аудиторных занятий, сколько от организации форм совместной деятельности студентов. Было создано две проектные команды, одна из которых работала над решением фундаментальных инженерных проблем, а другая – занималась дизайнерской разработкой детской игрушки. После того как был получен креативный результат студентов опрашивали как они сами определяют, что такое креативность и как на развитие их креативности повлияла работа в команде? И как оказалось, по оценке студентов именно работа команды являлась фактором вдохновляющим и направляющим индивидуальную креативность. В команде формировались нормы и ценности совместной работы, а обмен информацией и взаимная поддержка воспринимались как дополнительный ресурс, усиливающий индивидуальную креативность [22].

Как показали наши исследования именно недостаточная сформированность регулятивных структур деятельности, как правило мешает как включиться в креативный процесс, так и поддерживать его до получения необходимого результата. Это недостаточный уровень сформированности умения управлять собой (спонтанность, непредсказуемость), слабо развитое умение быть настойчивым и доказательным (нейтральное отношение к ситуации), незначительный интерес к культурным ценностям, нерешительность (наиболее выраженные показатели). Слабая выраженность этих качеств у человека становится барьером креативности. Достаточно ярко в группе респондентов проявились низкий уровень любознательности, эмоциональной вовлеченности, слабое стремление к простым исследованиям. Отметим, что можно иметь высокий креативный потенциал, но при этом не уметь его реализовать, если у человека отсутствуют навыки саморегуляции [23, с. 84].

Креативность: между расфокусированностью и фокусировкой

Большинство публикуемых по вопросам креативности работ, как правило, ставят в центр внимания различные техники и приемы развития креативного мышления. На этой основе разрабатываются многочисленные тренинги креативности, которые даже получили название «фитнес для ума». Также можно выделить и другую группу работ, авторы которых придерживаются средового подхода и описывают пути и средства формирования образовательной среды, способствующей развитию креативности.

При этом возникает парадоксальная ситуация. Человек может пройти различные тренинги креативности, всю жизнь решать разные творческие задачи и выполнять упражнения, увлекаться разного рода головоломками и при этом не создать ничего творчески значимого. С другой стороны, можно постоянно

заниматься совершенствованием образовательной среды, но «запуск» креативного процесса, собственная творческая деятельность обучающегося так может и не состояться.

Причина этого – в отсутствии сфокусированности самой креативной деятельности. Сфокусированность репрезентирует целый комплекс составляющих деятельности, а точнее сказать – ядро креативного процесса.

В это ядро входит осмысленная постановка цели, определение области приложения креативных усилий, осознание значимости возможных результатов, ценностные приоритеты, область концентрации интереса, внутренняя мотивация, энергия воли, эмоциональная заряженность, концентрация всех внутренних ресурсов человека, жизненный смысл.

Если такая фокусировка деятельности не достигается, то можно говорить только о «блуждающей креативности», креативности в целях поддержания определенного уровня креативных способностей. Такое «блуждающее» состояние, относительная расфокусировка деятельности тоже очень важны для того чтобы креативный процесс состоялся. В самом креативном процессе есть фазы инкубации. Фазы высшей активности сменяются фазами подчас осознанного и рекомендуемого специалистами ухода от решения задачи.

Кроме того, жесткая фокусировка может ограничивать возможности творчества. Может происходить замыкание в рамках определенной области, ограничение в использовании средств и технологий решения задачи, так как любой фокус неизбежно ведет к формированию вокруг него определенного поля возможного. И переключиться с одного поля на другое, или расширить границы при жесткой сфокусированности мышления не удастся.

Поэтому можно сказать, что креативность интегрирует способность фокусировки с относительной расфокусированностью креативного процесса (см. рис. 3).

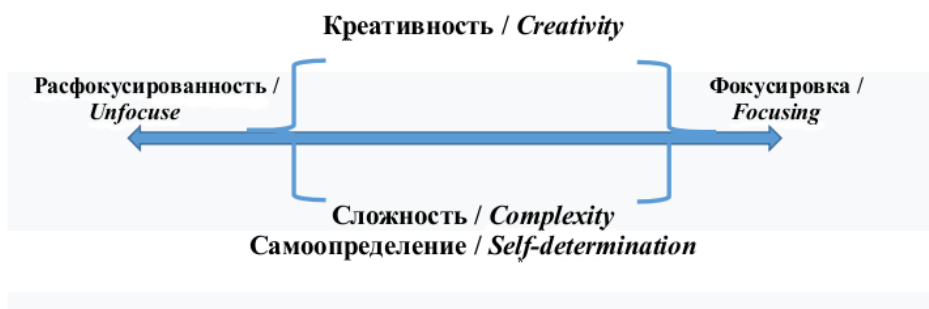


Рис. 3. Креативность: между расфокусированностью и фокусировкой

Fig. 3. Creativity: between unfocused and focusing

Во всех известных системах развития креативности уделяется специальное внимание формированию фокусировки. Фокусировка выделяется как этап креативного процесса в системах ТРИЗ (Г. Альтшуллер), латерального мышления (Эдвард де Боно), дизайн-мышления (Д. Келли, Т. Келли) и др.

Таблица 1

Виды фокусировки в креативном процессе

Table 1

Types of focusing in the creative process

Наименование системы развития креативности / Name of the creativity development system	Составляющие креативного процесса / Components of the creative process
ТРИЗ (Г. Альтшуллер) / Theory of solving inventive problems G. Altshuller	Фокусировка на определении и переопределении проблемы (противоречия) / Focus on defining and redefining the problem (controversy)
Система развития латерального мышления Э. де Боно / System of development of lateral thinking by E. de Bono	Фокусировка на цели, на области исследования, фокусировка как осознанный «скачок в сторону» / Focusing on the goal, on the area of study, focusing as a conscious "leap to the side"
Система развития дизайн-мышления (Д. Келли, Т. Келли) / Design thinking development system (D. Kelly, T. Kelly)	Фокусировка на потребителе, его интересах / Focusing on the consumer and his/her interests

Для деятельности в сфере креативных индустрий все более значимым становится перспективное или опережающее мышление. Дизайн как составляющая креативных профессий относится к области того, что «может быть». Эдвард де Боно пишет, что необходимо ввести более широкое понимание дизайна, чем принятое ограничение его графическим и визуальным дизайном. Дизайн – это фактически способ мышления. Однако столетиями в культуре складывалась аналитическая культура, а дизайн оставался на периферии. Мы привычно считаем, что стоит только выявить проблему и причину ее возникновения с помощью анализа, и сразу станет ясно и очевидно, что делать дальше. Но очень часто мы имеем дело со случаями, когда задачу невозможно решить с помощью анализа. Нам нужно «спроектировать шаг вперед». Именно потому, что в системе образования уделяется слишком мало внимания дизайну, мы оказываемся беспомощными перед лицом такого рода проблем. «Анализ стремится обнаружить существующие отношения между элементами (например, в науке), а дизайн стремится установить между элементами новые отношения – такие, которые, возможно, никогда ранее не существовали (как в новых концепциях)» [7, с. 95].

Фокусировка только на решении проблем удерживает нас в поле настоящего, не позволяет выйти в надсистему, переключиться на поле новых возможностей, найти новый фокус для приложения усилий. Это возможно с помощью дизайна. Нужно подчеркнуть, что именно такой тип фокусировки, осуществ-

вляемой с помощью дизайн мышления особенно значима в сфере креативных индустрий, где суть процесса заключается не в поиске противоречий, а как раз в формировании нового образа, стиля, эстетической концепции, новой модели (например, прически или костюма), предлагаемых потребителю. По сути это новая стратегия инновационного развития, которая начинает применяться в бизнесе, менеджменте и в образовании. Упомянем лишь, так называемую стратегию «голубых океанов» или стратегию «гринфилда» в образовании. Их суть может быть выражена высказыванием, которое приписывают Сократу: «Секрет изменений – направить всю свою энергию не на борьбу со старым (*на разрешение противоречий* – Л.А.), а на создание нового».

Как пишет Эдвард де Боно, «вместо того чтобы изменять существующую систему, можно просто перейти в другую плоскость – к системе, в которой эта проблема станет неактуальной. Такой процесс можно назвать редизайном. Если люди постоянно теряют ключи, можно изменить способ защиты жилищ таким образом, что ключи больше не понадобятся» [7, с. 104].

Развитие способности к фокусировке в подготовке студентов предполагает, следовательно, решение очень широкого спектра задач. В области, например, индустрии моды, художественных видов деятельности - это развитие эстетической культуры, формирование художественного вкуса, умение ставить цели и определять приоритеты, изучение и выявление на основе эмпатии интересов и потребностей клиента, формирование замысла. Это все то, можно назвать творческим самоопределением.

Обсуждение

J. Hutson с соавторами, K. Patel и M. Campbell в исследованиях, посвященных анализу креативных индустрий, поднимают вопрос о необходимом переосмыслении представлений о креативности на основе интеграции различных ее аспектов [24; 25; 26].

Вместе с тем, это затруднено из-за распространенности стереотипов или своего рода мифов о креативности, которые сформировались на основе абсолютизации первых, появившихся в 50-е и 60-е XX века концепций креативности (например, концепция креативности как дивергентного мышления) или представлений, берущих свое начало еще в XVIII–XIX веках, в эпоху романтизма (креативность как инсайт, независимость творчества от контекста, абсолютная свобода творца).

Опубликованные в последнее время научные исследования креативности в большинстве своем посвящены прикладным вопросам и не претендуют на концептуальные обобщения. Они либо, по J. Martens, сконцентрированы на анализе техник креативности [27], либо на креативных процессах в различных областях, таких как менеджмент [28; 29; 30], туризм [31], урбанистика [32], этика и право [33] и других. Проблема креативности обсуждается также в областях конвергенции современных технологий, например, растет число работ, посвященных генеративным возможностям искусственного интеллекта [24; 34; 35].

Интегративный подход в понимании креативности и модели креативности, формируемые на его основе, теоретически и практически можно отнести к наиболее перспективным. Однако основания интеграции могут существенно различаться [36].

Многие авторы, предлагая интегративные модели креативности, делают акцент на определении и интеграции факторов креативности. Так выделяются модели **4P** (J. M. Rhodes), включающая такие факторы, как Личность (Person, свойства личности), Процесс (Process, креативные процессы), Среда (Press, воздействие внешних средовых сил) и Продукт (Product, креативные продукты) [37]; модель **5A** (V. P. Glăveanu) рассматривает креативность с позиции пяти факторов: Actor (Актор), Action (Действие), Artifact (Артефакт), Audience (Аудитория) и Affordances (Возможности) [38]. **7C** (T. Lubart), включающую семь основных факторов («тем»), необходимых для целостного понимания креативности: Creators (Творцы, личностно-ориентированные характеристики создателей творчества), Creating (креативный процесс), Collaborations (совместное творчество), Contexts (контекст, условия окружения), Creations (креативный продукт, природа и результат креативной работы), Consumption (усвоение/внедрение креативных продуктов) Curricula (развитие и усиление креативности) [39] и другие.

При этом, как правило, не анализируется собственно сам характер интеграции. Но именно характер интеграции определяет, на наш взгляд, собственно природу и особенности креативности. Легко заметить, что перечисляемые в различных концепциях факторы креативности фактически выделяются в результате переноса представлений о любой деятельности в сферу понимания креативности. В любой деятельности есть личность, процесс, среда, продукт и т. д. Но что же определяет их специфику именно в деятельности креативной?

В предложенной статье мы исходим из того, что креативность представляет собой сложный нелинейный процесс, флуктуирующий в каждой конкретной творческой ситуации между хаосом и порядком, спонтанностью и технологичностью, расфокусированностью и фокусировкой. Сюда можно добавить и другие координаты, которые мы планируем рассмотреть в следующей статье. Это такие координаты как традиция и инновация, рутина и новизна, алгоритмы и неалгоритмизируемость деятельности, и другие.

Предлагаемый интегративный подход позволяет определить ориентиры совершенствования подготовки будущих педагогов профессионального обучения в области креативных индустрий, так как не просто описываются факторы креативности, но задаются параметры проектирования образовательных технологий.

Становится очевидным, что важны не просто креативные тренинги и так называемый «фитнес для ума», но развитие креативности должно быть органично вплетено как в профессиональную, так и в профессионально-педагогическую деятельность.

А. Г. Кислов с соавторами считают, что от уровня и профессиональной направленности творческой подготовки будущих педагогов профессионального обучения зависит диапазон реализации креативных технологий не только у них, но и у тех будущих работников сферы креативных индустрий, которые получают начальное и среднее профессиональное образование в результате образовательной деятельности выпускников профессионально-педагогических вузов [40].

При этом в соответствии со структурой профессионально-педагогической деятельности и акмеологическим пониманием процесса развития зрелой личности креативность педагогов профессионального обучения, как подчеркивают О. Е. Краюхина и С. А. Новоселов, «имеет три специфических аспекта:

- креативность, ориентированная на сферу профессиональной, в том числе производственной, деятельности будущих учеников, обучающихся в учреждениях начального и среднего профессионального образования (профессионально-креативный компонент);

- креативность, ориентированная на образовательную, педагогическую деятельность в сфере среднего и высшего профессионального образования, т. е. креативность в сфере профессионального обучения (профессионально-педагогический компонент);

- креативность, ориентированная на самореализацию, саморазвитие, характеризующиеся гуманистической направленностью и социальной значимостью, т. е. на развитие творческого потенциала, лучших индивидуальных, личностных, духовных качеств самих субъектов профессионального творчества (личностно-акмеологический компонент)» [41, с. 82]

Заключение

Обобщая проведенное исследование мы приходим к выводу, что в понимании креативности важен интегративный подход. Креативный процесс соединяет в себе как движение к «хаосу» (преодоление шаблонов, стереотипов, устоявшихся структур и форм деятельности), так и движение к формированию новых форм упорядоченности. Креативность опирается на мастерство как свободное владение технологиям деятельности, так и через импровизацию и вариации позволяет открыть новые технологии, или сменить нормы и парадигмы деятельности. Кроме того, креативность как процесс имеет свои специфические креативные технологии. И наконец, креативность – это единство смысловой фокусировки деятельности с возможностью перехода к относительной расфокусированности, к открытию новых горизонтов и смыслов.

Современное развитие креативной экономики нуждается в специалистах новой формации с культурными ценностями, накопленными в результате творческой деятельности людей. Насколько успешными эти специалисты будут в профессиональной деятельности, зависит от педагогов профессиональной школы, которые будут не только преподавать дисциплины, но и развивать

творческий потенциал будущих специалистов в области креативных индустрий как необходимое условие их подготовки.

Список использованных источников

1. Ахьямова И.А., Беляева М.А., Боталов А.М. *Аналитика культурных индустрий: до и после [пандемии]*. Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства; 2020. 238 с. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44542546> (дата обращения: 20.10.2024).
2. Аузан А.А. Цифровая экономика как экономика: институциональные тренды. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*. 2019;6:12–19. doi:10.38050/01300105201963
3. Зеленцова Е., Гладких Н. *Творческие индустрии: теории и практики*. Москва: ТВ RUGRAM; 2022. 222 с. Режим доступа: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/fbd/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf (дата обращения: 20.10.2024).
4. Сидоренко В.Ф. Генезис проектной культуры. *Вопросы философии*. 1984;10:86–99. Режим доступа: <https://www.gpntb.ru/win/mentsin/mentsin2189d.html> (дата обращения: 20.10.2024).
5. Ковешникова Н.А. Из истории дизайн-образования: художественная подготовка в рамках средневекового ремесленного ученичества. *Мир науки, культуры, образования*. 2009;5(17):146–148. Режим доступа: [https://www.amnko.ru/Jurnali/\(17\)%202009/MNKO_2009-5.pdf](https://www.amnko.ru/Jurnali/(17)%202009/MNKO_2009-5.pdf) (дата обращения: 20.10.2024).
6. Йоас Х. *Креативность действия*. Санкт-Петербург: Алетейя; 2005. 320 с. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/431280/> (дата обращения: 20.10.2024).
7. Боно Э. де. *Серьезное творческое мышление*. Санкт-Петербург: Поппури; 2005. 416 с. Режим доступа: <https://predanie.ru/book/195577-sereznoe-tvorcheskoe-myshlenie/> (дата обращения: 20.10.2024).
8. Зеер Э.Ф. Профессионально-образовательное пространство личности: синергетический подход. *Образование и наука*. 2003;5(23):79–90. Режим доступа: https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/37785/1/edsience_2003_05_009.pdf (дата обращения: 20.10.2024).
9. Максимова С.В. Концепция дуальности неадаптивной и адаптивной активности в творчестве. *Психологическая газета*. 2014. Режим доступа: <https://psy.su/feed/3765/> (дата обращения: 20.10.2024).
10. Кирьякова А.В. *Аксиология креативности: монография*. Москва: Дом педагогики; 2014. 225 с. Режим доступа: <http://www.osu.ru/doc/1041/kaf/6701/prep/1391> (дата обращения: 20.10.2024).
11. Кирьякова А.В. Креативность сквозь призму аксиологии. *Педагогический журнал Башкортостана*. 2021;2:10–20. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-skvoz-prizmu-aksiologii/viewer> (дата обращения: 20.10.2024).
12. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта. В книге: *Психология мышления* / Под ред. А.М. Матюшкина. Москва; 1965:433–456. Режим доступа: <https://www.metodolog.ru/00736/00736.html> (дата обращения: 20.10.2024).
13. Андрюхина Л.М., Жаркова Д.В. Концептуальные основания определения профессиональных дефицитов педагогов в области развития креативного потенциала студентов. *Педагогический эксперимент: подходы и проблемы*. 2022;8:17–28.
14. Lubart T. Creativity and convergent thinking: reflections, connections and practical considerations. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2016;4:7–15. doi:10.22363/2313-1683-2016-4-7-15
15. Кук П. *Креатив приносит деньги*. Минск: Гревцов Паблишер; 2007. 384 с. Режим доступа: <https://www.livelib.ru/book/1000274386-kreativ-prinosit-dengi-piter-kuk> (дата обращения: 20.10.2024).

16. Аппело Ю. *Agile-менеджмент: Лидерство и управление командами*. Москва: Альпина Паблишер; 2018. 534 с. Режим доступа: <https://www.litres.ru/book/urgen-appelo/agile-menedzhment-liderstvo-i-upravlenie-komandami-35478823/chitat-onlayn/> (дата обращения: 20.10.2024).
17. Баркер Дж. *Парадигмы мышления*. Москва: Альпина Бизнес Букс; 2007. 192 с. Режим доступа: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003049824/ (дата обращения: 20.10.2024).
18. Фоменко Е.С. Развитие инструментальной импровизации в эпоху ренессанса. *Universum: филология и искусствоведение: электронный научный журнал*. 2022;1(91). Режим доступа: <https://Tuniversity.com/ru/philology/archive/item/12963> (дата обращения: 20.10.2024).
19. Витаньи И. *Общество, культура, социология*. Москва: Прогресс; 1984. 288 с. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/19957286/> (дата обращения: 20.10.2024).
20. Гладуэлл М. *Гении и аутсайдеры. Почему одним все, а другим ничего?* Москва: Манн, Иванов и Фербер; 2021, 302 с. Режим доступа: https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/the-story-of-succes/genii_read.pdf?srsid=AfmBOocqJqWiebllaOV_qHQrNgCu74vU51qJHL-6cR2pDnchJ2LKlbC0 (дата обращения: 20.10.2024).
21. Андриякина Л.М. *Креативность, креативный капитал и креативные практики в образовании: монография*. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-т; 2019. 238 с. Режим доступа: https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/42766/1/978-5-8050-0767-6_2023.pdf (дата обращения: 20.10.2024).
22. Rush M.R. *Creative thinking in engineering education: lessons from students at the Massachusetts Institute of Technology*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology; 2009. 83 p. Accessed October 20, 2024. https://www.researchgate.net/publication/42437135_Creative_thinking_in_engineering_education_lessons_from_students_at_the_Massachusetts_Institute_of_Technology
23. Андриякина Л.М., Ожиганова Д.А. Креативный потенциал будущих педагогов: диагностика и преодоление барьеров развития. *Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ)*. 2022;4(12):75–91. doi:10.17853/2686-8970-2022-4-75-91
24. Hutson J., Lively J., Robertson B., Cotroneo P., Lang M. *Creative Convergence: The AI Renaissance in Art and Design*. Switzerland, Cham: Springer Nature Switzerland; 2023. 237 p. doi:10.1007/978-3-031-45127-0
25. Patel K. *Craft as a Creative Industry*. London: Taylor & Francis; 2024. 116 p. doi:10.4324/9781003301714
26. Campbell M. *Reimagining the Creative Industries: Youth Creative Work, Communities of Care*. London: Routledge; 2021. 228 p. doi:10.4324/9781003031338
27. Martens J. *Creativity Fieldguide: Powerful Creativity Techniques and How to Use Them*. US, San Jose: Katalysor Publishing; 2019. 114 p.
28. Brem A., Puente-diaz R., Agogue M. *Role of Creativity in the Management of Innovation – State of the Art and Future Research Outlook*. World Scientific Books, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.; 2017. 300 p. doi:10.1142/q0059
29. Goller I., Bessant J.R. *Creativity for Innovation Management: Tools and Techniques for Creative Thinking in Practice*. London: Routledge; 2023. 272 p. doi:10.4324/9781003226178
30. Dawson P., Andriopoulos C., Andriopoulos C., Pattinson S. *Managing Change, Creativity and Innovation*. London: SAGE Publications; 2024. 632 p. Accessed October 20, 2024. https://library.ucyp.edu.my/wp-content/uploads/2023/08/Managing-Change-Creativity-and-Innovation_nodrm.pdf
31. Duxbury N., Albino S., Pato de Carvalho C. *Creative Tourism: Activating Cultural Resources and Engaging Creative Travellers*. Boston: CAB International; 2021. 299 p. doi:10.1079/9781789243536.0000
32. Leng Khoo S., Shu Fun Chang N. *Creative City as an Urban Development Strategy: The Case of Selected Malaysian Cities*. Switzerland, Cham: Springer Nature Switzerland; 2021. 201 p. doi:10.1007/978-981-16-1291-6

33. Kapoor H., Kaufman J.C. *Creativity and Morality*. London, UK; San Diego, US; Cambridge, US; Oxford, UK: Elsevier. Academic Press; 2022. 330 p.
34. Kalpokienė J. *Law, Human Creativity and Generative Artificial Intelligence: Regulatory Options*. Oxford: Taylor & Francis Group; 2024. 122 p. doi:10.4324/9781003464976
35. Pagani M., Champion R. *Artificial Intelligence for Business Creativity*. Oxford: Taylor & Francis Group; 2023. 156 p. doi:10.4324/9781003287582
36. Грязева-Добшинская В.Г., Колтунов Е.И., Коробова С.Ю., Глухова В.А., Набойченко Е.С. Многофакторные модели креативности субъектов: структурный и динамический подходы в психологической диагностике. *Образование и наука*. 2024;26(9):129–150. doi:10.17853/1994-5639-2024-9-129-150
37. Rhodes M. An analysis of creativity. *Phi Delta Kappan*. 1961;42:305–311. Accessed October 20, 2024. <https://www.jstor.org/stable/20342603?origin=JSTOR-pdf>
38. Glăveanu V.P. Rewriting the language of creativity: the five A's framework. *Review of General Psychology*. 2013;17(1):69–81. doi:10.1037/a0029528
39. Lubart T., Thornhill-Miller B. Creativity: an overview of the 7C's of creative thought. In: Sternberg R.J., Funke J., eds. *The Psychology of Human Thought: An Introduction*. Heidelberg: Heidelberg University Publishing; 2019:277–305. doi:10.17885/heup.470.c6678
40. Кислов А.Г., Феоктистов А.В., Шапко И.В., Якушева К.Н. Ориентиры организации подготовки кадров для креативных индустрий. *Профессиональное образование и рынок труда*. 2023;11(4):47–76. doi:10.52944/PORT.2023.55.4.003
41. Краюхина О.Е., Новоселов С.А. Активизация профессионально ориентированного творчества студентов профессионально-педагогического вуза. *Образование и наука. Известия УрО РАН*. 2008;8(56):81–90.

References

1. Ah'jamova I.A., Beljaeva M.A., Botalov A.M. *Analitika kul'turnyh industrij: do i posle [pandemii] = Cultural Industry Analytics: Before and After the [Pandemic]*. Ekaterinburg: Ekaterinburg Academy of Contemporary Art; 2020. 238 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://elibrary.ru/item.asp?id=44542546>
2. Auzan A.A. Digital economy as an economy: institutional trends. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika = Bulletin of the Moscow University. Series 6. Economics*. 2019;6:12–19. (In Russ.) doi:10.38050/01300105201963
3. Zelenczova E., Gladkix N. *Tvorcheskie industrii: teorii i praktiki = Creative Industries: Theories and Practices*. Moscow: TV RUGRAM; 2022. 222 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/fbd/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf
4. Sidorenko V.F. The genesis of project culture. *Voprosy filosofii = Questions of Philosophy*. 1984;10:86–99. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://www.gpntb.ru/win/mentsin/mentsin2189d.html>
5. Koveshnikova N.A. From the pistory of design education: artistic training in the framework of medieval craft apprenticeship. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = The World of Science, Culture, and Education*. 2009;5(17):146–148. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. [https://www.amnko.ru/Jurnali/\(17\)%202009/MNKO_2009-5.pdf](https://www.amnko.ru/Jurnali/(17)%202009/MNKO_2009-5.pdf)
6. Joas H. *Kreativnost' dejstviya = Creativity of Action*. Saint Petersburg: Publishing House Aleteya; 2005. 320 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://studfile.net/preview/431280/>
7. de Bono E. *Ser'eznoe tvorcheskoe myshlenie = Serious Creative Thinking*. Saint Petersburg: Publishing House Potpourri; 2005. 416 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://predanie.ru/book/195577-sereznoe-tvorcheskoe-myshlenie/>

8. Zeer E.F. Professional and educational space of a personality: a synergetic approach. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2003;5(23):79–90. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/37785/1/edscience_2003_05_009.pdf
9. Maksimova S.V. The concept of duality of maladaptive and adaptive activity in creativity. *Psihologicheskaya gazeta = Psychological Newspaper*. 2014. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://psy.su/feed/3765/>
10. Kiryakova A.V. *Aksiologiya kreativnosti = The Axiology of Creativity*. Moscow: Publishing House Dom pedagogiki; 2014. 225 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <http://www.osu.ru/doc/1041/kaf/6701/prep/1391>
11. Kiryakova A.V. Creativity through the lens of axiology. *Pedagogicheskij zhurnal Bashkortostana = Pedagogical Journal of Bashkortostan*. 2021;2:10–20. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnost-skvoz-prizmu-aksiologii/viewer>
12. Gilford J. Tri storony intellekta = Three sides of intelligence. In: Matyushkin A.M., ed. *Psihologiya myshleniya = Psychology of Thinking*. Moscow; 1965:433–456. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://www.metodolog.ru/00736/00736.html>
13. Andryukhina L.M., Zharkova D.V. The conceptual foundations for determining the professional deficits of teachers in the field of developing students' creative potential. *Pedagogicheskij eksperiment: podhody i problemy = Pedagogical Experiment: Approaches and Problems*. 2022;8:17–28. (In Russ.)
14. Lubart T. Creativity and convergent thinking: reflections, connections and practical considerations. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 2016;4:7–15. doi:10.22363/2313-1683-2016-4-7-15
15. Kuk P. *Kreativ prinosit den'gi = Creativity Makes Money*. Minsk: Grevtsov Publisher; 2007. 384 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://www.livelib.ru/book/1000274386-kreativ-prinosit-dengi-piter-kuk>
16. Appelo Yu. *Agile-menedzhment: Liderstvo i upravlenie komandami = Agile Management: Leadership and Team Management*. Moscow: Alpina Publisher; 2018. 534 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://www.litres.ru/book/urgen-appelo/agile-menedzhment-liderstvo-i-upravlenie-komandami-35478823/chitat-onlayn/>
17. Barker J. *Paradigmy myshleniya = Paradigms of Thinking*. Moscow: Alpina Business Books; 2007. 192 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_003049824/
18. Fomenko E.S. The development of instrumental improvisation in the Renaissance. *Universum: filologiya i iskusstvovedenie: elektronnyj nauchnyj zhurnal = Universum: Philology and Art History: An Electronic Scientific Journal*. 2022;1(91). (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://7universum.com/ru/philology/archive/item/12963>
19. Vitan'i I. *Obshchestvo, kul'tura, sociologiya = Society, Culture, and Sociology*. Moscow: Publishing House Progress; 1984. 288 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. <https://studfile.net/preview/19957286/>
20. Gladuell M. *Genii i autsajdery. Pochemu odnim vse, a drugim nichego? = Geniuses and Outsiders. Why is Everything for Some and Nothing for Others?* Moscow: Publishing House Mann, Ivanov and Ferber; 2021. 302 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/the-story-of-succes/genii_read.pdf?srltid=AfmBOocqJqWiebIla0V_qHQRNgCu-74vU51qJHL6cR2pDnchJ2LKLbCO
21. Andryukhina L.M. *Kreativnost', kreativnyj kapital i kreativnye praktiki v obrazovanii = Creativity, Creative Capital and Creative Practices in Education*. Ekaterinburg: Russian State Vocational Pedagogical University; 2019. 238 p. (In Russ.) Accessed October 20, 2024. https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/42766/1/978-5-8050-0767-6_2023.pdf
22. Rush M.R. *Creative Thinking in Engineering Education: Lessons from Students at the Massachusetts Institute of Technology*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology; 2009. 83 p. Accessed

- October 20, 2024. https://www.researchgate.net/publication/42437135_Creative_thinking_in_engineering_education_lessons_from_students_at_the_Massachusetts_Institute_of_Technology
23. Andryuhina L.M., Ozhiganova D.A. Creative potential of future teachers: diagnosis and overcoming of development barriers. *Innovacionnaya nauchnaya sovremennaya akademicheskaya issledovatel'skaya traektoriya (INSAJT) = Innovative Scientific Modern Academic Research Trajectory (INSIGHT)*. 2022;4(12):75–91. doi:10.17853/2686-8970-2022-4-75-91
 24. Hutson J., Lively J., Robertson B., Cotroneo P., Lang M. *Creative Convergence: The AI Renaissance in Art and Design*. Switzerland, Cham: Springer Nature Switzerland; 2023. 237 p. doi:10.1007/978-3-031-45127-0
 25. Patel K. *Craft as a Creative Industry*. London: Taylor & Francis; 2024. 116 p. doi:10.4324/9781003301714
 26. Campbell M. *Reimagining the Creative Industries: Youth Creative Work, Communities of Care*. London: Routledge; 2021. 228 p. doi:10.4324/9781003031338
 27. Martens J. *Creativity Fieldguide: Powerful Creativity Techniques and How to Use Them*. US, San Jose: Katalysor Publishing; 2019. 114 p.
 28. Brem A., Puente-diaz R., Agogue M. *Role of Creativity in the Management of Innovation – State of the Art and Future Research Outlook*. World Scientific Books, World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.; 2017. 300 p. doi:10.1142/q0059
 29. Goller I., Bessant J.R. *Creativity for Innovation Management: Tools and Techniques for Creative Thinking in Practice*. London: Routledge; 2023. 272 p. doi:10.4324/9781003226178
 30. Dawson P., Andriopoulos C., Andriopoulos C., Pattinson S. *Managing Change, Creativity and Innovation*. London: SAGE Publications; 2024. 632 p. Accessed October 20, 2024. https://library.ucyp.edu.my/wp-content/uploads/2023/08/Managing-Change-Creativity-and-Innovation_nodrm.pdf
 31. Duxbury N., Albino S., Pato de Carvalho C. *Creative Tourism: Activating Cultural Resources and Engaging Creative Travellers*. Boston: CAB International; 2021. 299 p. doi:10.1079/9781789243536.0000
 32. Leng Khoo S., Shu Fun Chang N. *Creative City as an Urban Development Strategy: The Case of Selected Malaysian Cities*. Switzerland, Cham: Springer Nature Switzerland; 2021. 201 p. doi:10.1007/978-981-16-1291-6
 33. Kapoor H., Kaufman J.C. *Creativity and Morality*. London, UK; San Diego, US; Cambridge, US; Oxford, UK: Elsevier. Academic Press; 2022. 330 p.
 34. Kalpokienė J. *Law, Human Creativity and Generative Artificial Intelligence: Regulatory Options*. Oxford: Taylor & Francis Group; 2024. 122 p. doi:10.4324/9781003464976
 35. Pagani M., Champion R. *Artificial Intelligence for Business Creativity*. Oxford: Taylor & Francis Group; 2023. 156 p. doi:10.4324/9781003287582
 36. Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Koltunov E.I., Korobova S.Yu., Gluhova V.A., Nabojchenko E.S. Multifactorial models of subjects' creativity: structural and dynamic approaches in psychological diagnostics. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2024;26(9):129–150. doi:10.17853/1994-5639-2024-9-129-150
 37. Rhodes M. An analysis of creativity. *Phi Delta Kappan*. 1961;42:305–311. Accessed October 20, 2024. <https://www.jstor.org/stable/20342603?origin=JSTOR-pdf>
 38. Glăveanu V.P. Rewriting the language of creativity: the five A's framework. *Review of General Psychology*. 2013;17(1):69–81. doi:10.1037/a0029528
 39. Lubart T., Thornhill-Miller B. Creativity: an overview of the 7C's of creative thought. In: Sternberg R.J., Funke J., eds. *The Psychology of Human Thought: An Introduction*. Heidelberg: Heidelberg University Publishing; 2019:277–305. doi:10.17885/heiup.470.c6678
 40. Kislov A.G., Feoktistov A.V., Shapko I.V., Yakusheva K.N. Guidelines for the organization of personnel training for creative industries. *Professional'noe obrazovanie i rynek truda = Vocational Education and the Labor Market*. 2023;11(4):47–76. doi:10.52944/PORT.2023.55.4.003

41. Krayuxina O.E., Novoselov S.A. Activation of professionally oriented creativity of students of vocational pedagogical university. *Obrazovanie i nauka. Izvestiya UrO RAO = Education and Science. Izvestiya UrO RAO*. 2008;8(56):81–90.

Информация об авторе:

Андрюхина Людмила Михайловна – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры профессиональной педагогики и психологии Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург, Российская Федерация; ORCID 0000-0003-1279-1949. E-mail: andrLM@yandex.ru

Информация о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 03.10.2024; поступила после рецензирования 28.01.2025; принята к публикации 05.02.2025.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Information about the author:

Lyudmila M. Andryukhina – Dr. Sci. (Philosophy), Professor, Department of Vocational Pedagogy and Psychology, Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg, Russian Federation; ORCID 0000-0003-1279-1949. E-mail: andrLM@yandex.ru

Conflict of interest statement. The author declares that there is no conflict of interest.

Received 03.10.2024; revised 28.01.2025; accepted 05.02.2025.

The author has read and approved the final manuscript.