

ЛИЧНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ДЕЙСТВИЕ

Л. Н. Захарова, Е. А. Чуманкина, Л. В. Удалова

Захарова Людмила Николаевна

Эл. почта: zlnnnov@mail.ru, ORCID 0000-0002-8244-2114

Чуманкина Елена Анатольевна

Эл. почта: tesla@unn.ru, ORCID 0000-0002-3958-3034

Удалова Людмила Владимировна

Эл. почта: udalova.lud@yandex.ru, ORCID 0000-0002-2124-7497

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, пр. Гагарина, 27, корп. 2, Нижний Новгород, 603002, Россия

Аннотация. Дан анализ инновационности российской экономики, востребованности креативного работника Индустрией 4.0. Цель исследования состоит в выявлении контекстных и личных барьеров развития и проявления креативности, ее возможностей развития как профессионально важного качества креативного инноватора. Показана связь креативности и инновационности. Впервые креативность с ее характеристиками процессности и интерактивности рассмотрена как социальное действие в системной детерминации на уровнях культуры общества, контекстов развития, личности и организма. На материале социологических исследований показано, что на уровне культуры общества с доминирующими ценностями стабильности и безопасности существует серьезный барьер становления личной креативности и потребности участия в инновациях. Барьер носит не абсолютный характер, поскольку ценности развития присутствуют и могут быть использованы как предикторы инновационного поведения определенной части потенциального и реального персонала компаний. В семейном укладе, организационной культуре школы, колледжа и вуза преобладают клановые и иерархические ценности, являющиеся результатом их трансляции из культуры общества. Однако организационная культура компаний, успешно входящих в новый технологический уклад Индустрии 4.0, и управленческие практики в таких компаниях показывают эффективную роль организационной культуры как посредника между культурой общества, семейным укладом и субъектом труда. Субъект сначала образовательной и затем трудовой деятельности может самостоятельно и (или) при поддержке организационной культуры учебного или трудового контекста на основе понимания востребованности качества креативности занять активную позицию по преодолению барьеров и использованию возможностей развития личной креативности. К первой группе инструментов такой работы относятся рефлексивное осмысление тех контекстных барьеров в становлении креативности, которые характерны для жизненного пути, и их рефлексивное преодоление, включающее образовательную траекторию. Ко второй группе — стимулирование креативности и освоения методов творческого решения задач. Третья группа инструментов развития креативности объединяет поиск или организацию малых групп с инновационной мотивацией, работа в которых облегчает снижение функциональной и статусной фиксированности и позволяет использовать методы группового решения творческих задач. И последняя группа предполагает развитие компетенций по управлению детерминантами психофизиологической природы: работоспособности, стресса, динамики мотивации.

Ключевые слова: Индустрия 4.0, инновационность, востребованные навыки, личная креативность, социальное действие, барьеры креативности, развитие креативности, детерминанты креативности, креативный инноватор.

Переход к новому экономическому укладу, базирующемуся на инновациях, меняет социальный контекст общественной, образовательной и трудовой жизни, поскольку он сопряжен с движением от устойчивого, предсказуемого, относительно простого SPOD-мира к миру нестабильному, неопределенному, сложному и неоднозначному

VUCA-миру (Johansen, 2013). Футурологи предсказывают наступление хрупкого, тревожного, нелинейного и непостижимого BANI-мира (Cascio, 2019). Можно полемизировать, насколько мир в целом и в конкретной стране стал соответствовать этим характеристикам, но то, что условия жизни и трудовой деятельности становятся все более трудно предсказуемыми и турбулентными уже не вызывает сомнений. От того, насколько быстро и даже с опережением предприятия и организации готовятся к внедрению технологических и управленческих инноваций, зависит жизнеспособность конкретной компании и экономики в целом (Cameron, 2003).

В Глобальном индексе инновационности Россия находится только на 47-м месте (Global..., 2022). Критической проблемой экономического развития является производительность труда. Российские предприятия в среднем отстают по этому показателю от иностранных конкурентов в 2–3 раза (Национальный..., 2021). Производительность труда может быть повышена только за счет роста инновационности экономики.

Динамично меняется рынок труда, предъявляются новые требования к работнику. Для современной экономики требуется персонал с компетенциями, выходящими за рамки формального образования (ценностями инновационности): креативный, личностно вовлеченный в трудовой процесс, проявляющий ответственность и инициативу, развивающийся вместе с трудовым процессом, принимающий на себя ответственность за самообучение (Fossen, 2019, Гимпельсон, 2022).

Креативность и инновационность

Под креативностью, начиная с трудов Э. П. Торренса, Г. Айзенка, Дж. П. Гилфорда, понимается характеристика человека, проявляющаяся в чувствительности к проблемам и имеющемуся дефициту решений, в способности отказываться от стереотипов восприятия и мышления, в любознательности, поиске решений, выдвижении и проверке гипотез и формулировании результата на основе использования особых качеств когнитивных способностей в форме преимущественно дивергентного беглого, гибкого, оригинального и иррелевантного мышления. Исследования последних лет показывают высокую значимость эмоционального интеллекта в креативности. Эмоциональный интеллект, включающий благополучие, самоконтроль, эмоциональность и общительность, предполагает лучшую способность к дивергентному мышлению, что в свою очередь увеличивает вероятность создания творческого изобретения (Giancola, 2022). В концепции «Четыре С» Дж. Кауфмана и Р. Бегетто раскрываются уровни креативности, проявляющиеся от повседневного творчества, необходимого для решения бытовых задач («маленькое-с»), которое можно обнаружить почти у всех людей, до выдающегося творчества в искусстве или научно-техническом изобретательстве («большое-С»). Они добавляют идею «Mini-с», творчества, присущего процессу обучения, и «Pro-с», развивающего и требующего усилий продвижения за пределы «маленького-с», что представляет собой опыт профессионального уровня в любой творческой области (Kaufman, 2009). Этот подход ценен тем, что открывает рассмотрение креативности не только у творцов, но и у большей части людей, которым нужно это качество для успеха в современной жизни.

Прослежены этапы и семь траекторий достижения различных уровней креативности: от универсального творчества, наблюдающегося у всех людей с младенчества; редкого по сравнению со сверстниками (ребенок или взрослый создает необычные

точки зрения, действия, продукты, вопросы) до развития талантов (экспертиза, приобретение знаний и навыков), эвристики (приобретение знаний о стратегиях и способах ведения дел), производства информации, преобразования или революции в поле задач. Дан анализ возрастных изменений креативности (Cohen, 2011; Gilhooly, 2021).

Креативность проявляется в разных сферах духовной, практической и, увы, даже в криминальной, деятельности, поэтому вопрос ценностно-мотивационной регуляции развития креативности представляет особую значимость для общества.

Запрос рынка труда на креативных сотрудников сам по себе нуждается в определенном уточнении, поскольку, как правило, речь не идет об инновационных сотрудниках. А именно инновационные сотрудники, создавая новое, способны внедрить его сами или организовать внедрение в практику. Или, сами, не создавая новшество, способны воспринять его, не бояться, не испытывать стресс, отказаться от стереотипов, обеспечивающих приверженность привычному, ставшему традиционным, уже уступающему во влиянии на производительность и качество труда другим, новым, технологиям. Инновация может быть терапевтическим вмешательством, методом обучения, оценочной практикой, управленческой практикой, клиническим руководством, политической директивой, инициативой по улучшению или другой деятельностью или программой. Но это всегда конкретная технология, способная повысить производительность и качество труда.

Между креативностью и инновационностью нет прямой связи (Яголковский, 2019). Креативность выступает в качестве важнейшего, но все же первого шага в инновационном процессе (Anderson, 2014). Подлинный инноватор — это человек с достаточно высоким уровнем как креативности, так и инновационности, который способен не только продуцировать новые оригинальные идеи, но и обеспечить их доведение до создания прототипа и разработки условий внедрения в практику (West, 2004). Современные исследования показывают условия, способствующие переходу от креативности к последующим шагам в инновационном процессе. К ним, в первую очередь, относятся стили лидерства. Такие стили, как транзакционное и поддерживающее, опосредуя связь креативности и инновационности, усиливают инновационность сотрудников (Lee, 2020; Wenjing Cai, 2021).

Инновационность нуждается в среде, поддерживающей и награждающей творческие идеи (Богоявленская, 2002, с. 52).

Таким образом, турбулентные особенности мира, внешней и внутренней среды организации, в которой человек учится или работает, тренды инновационного развития экономики, запросы рынка труда обуславливают понимание личной задачи каждого — найти себя в VUCA-мире как человека и профессионала. Актуальным для каждого является вопрос: можно ли, если можно, то при каких условиях и какими средствами, развить свою личную креативность?

Цель теоретического исследования, результаты которого представлены в статье, состоит в раскрытии возможностей и ограничений в развитии личной креативности и прогнозировании на этой основе склонности человека к участию в инновационной деятельности.

Креативность как социальное действие

Многочисленные исследования креативности показывают ее процессность (становление, развитие, угасание, вариабельность сценариев в онтогенезе), зависимость

от социальных условий и собственной позиции субъекта. Эти факты указывают на интерактивный характер процесса ее становления. Поэтому представляется вполне обоснованной попытка рассмотреть личную креативность как социальное действие на основе теории Т. Парсонса (Парсонс, 2000). На рис. 1 представлена теоретическая модель системной детерминации личной креативности на уровнях культуры общества, контекстных культур, личности и организма. Рассмотрен личностный консерватизм как альтернатива креативности.

Такой подход согласуется не только с теорией Т. Парсонса, но и классическим принципом психологии, сформулированным С. Л. Рубинштейном, об опосредовании действия внешних факторов внутренними, идеями современной европейской психологии о необходимости исследовать личность во внешних контекстах (Guimond, 2010). В отношении развития креативности наиболее значимыми представляются контексты культуры общества, семейный уклад, организационная культура школы, вуза и места работы субъекта. Рассмотрение креативности как социального действия обуславливает необходимость анализа ценностей, являющихся предикторами поведения (Здравомыслов, 1986; Schwartz, 2012).

Уровень культуры общества

Ценностная специфика уровня культуры современного российского общества, естественной частью которого является любой гражданин, состоит в безусловном доминировании ценностей безопасности, отношений и стабильности. Согласно опросу ВЦИОМ (сентябрь 2020) наиболее значимы такие ценности как безопасность (90%), материальное положение (74%), здоровье (94%), отношения в семье (76%). Безусловную значимость творческой самореализации в работе и вне ее признал 31% опрошенных (Здоровье..., 2020). Не совсем ясно, в какой сфере проявляется творческая самореализация, опросы это не конкретизируют. Домашняя вышивка, садоводство и огородничество вполне могут способствовать положительному ответу о значимости творческой самореализации в жизни респондента.

Вместе с тем в более ранних исследованиях с учетом специфики возрастных групп выявлен малый ценностный консенсус, что означает следующее: общие ценностные тенденции не являются объединяющими, и особенно это относится к ценностям «Открытость изменениям — Сохранение», прямо связанным с креативностью потенциального и реального персонала как части общества (Магун, 2015). Эти данные имеют большое значение для понимания ценностной неоднородности российского общества. Ценностное разнообразие стало предпосылкой инновационного социально-экономического развития (Руднев, 2019).

В соответствии с данными мирового исследования ценностей 72–76% россиян независимо от возраста позитивно относятся к усилению роли развивающихся технологий в их жизни (World..., 2020, с. 16). Однако позитивное отношение к инновациям отражает в большей мере потребительскую мотивацию, поскольку люди действительно хотят новых лекарств, новую технику и инфраструктуру в местах проживания. Собственное участие в инновационной деятельности — совсем другое дело. Значительная часть как руководящих сотрудников, так и работников исполнительского звена корпораций не доверяет внедрению цифровых технологий в управление (Райченко, 2020).

Серьезным культурным фактором, сдерживающим проявление креативности в инновационной сфере, является ментальная ориентация россиян не на будущее,

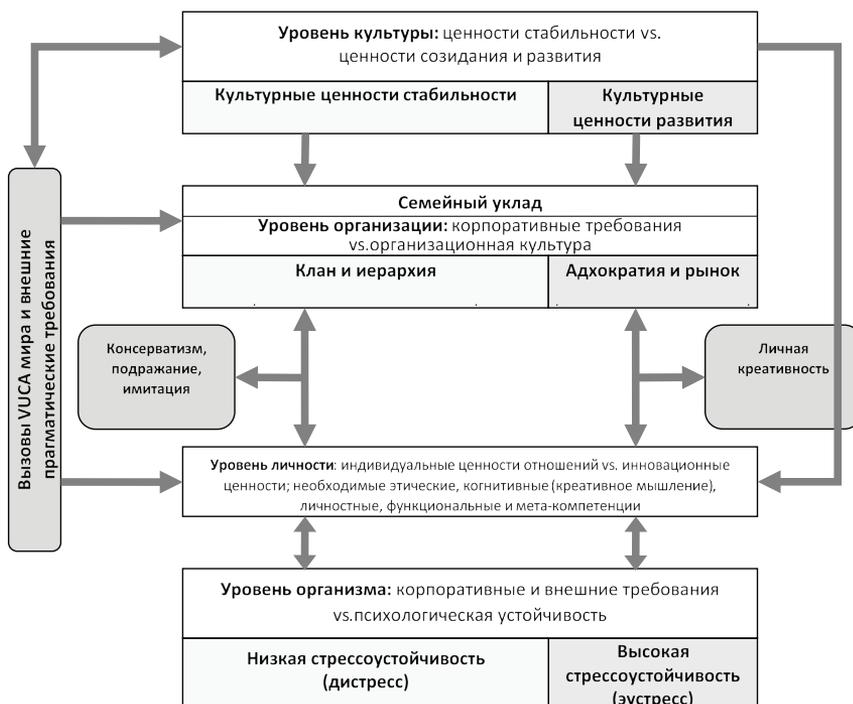


Рис. 1. Теоретическая модель системной детерминации креативности-консерватизма
Fig.1. Theoretical Model of Systemic Determination of Creativity-Conservatism

а на прошлое (Hofstede, 2000). Современные исследования в европейских странах подтверждают данные о влиянии культуры на инновации (Murswieck, 2020). В 2022 г. 51% россиян считали, что в СССР было больше хорошего, чем плохого, и 48% респондентов хотели бы восстановления СССР (Сто лет..., 2022).

Таким образом, культура современного российского общества в целом базируется на ценностях, скорее сдерживающих инновационное развитие и не способствующих развитию и проявлению массовой креативности.

Уровень семьи

В семье, безусловно, наиболее полно отражается культурная специфика. Но и свои особенности бытия присущи каждой семье, в том числе можно выделить именно семейные детерминанты становления креативности, ее барьеры и возможности. Семья — первый социальный контекст для ребенка.

Конечно, вряд ли кто-то из родителей будет отрицать свои желания в развитии творческих способностей детей. Однако только немногие захотели бы, чтобы их ребенок был белой (особо умной и креативной) вороной в коллективе сверстников. В этом случае он может даже подвергнуться травле, а базовая культурная потребность в безопасности предостерегает родителей от такой судьбы своему ребенку. Более того, родители, как правило, не знают о креативности, ее важности и методах ее развития. Только отдельные семьи растят детей, целенаправленно развивая те или иные их способности (спортивные, отдельно выделим шахматные,

имеющие наиболее непосредственную связь с развитием интеллекта, внутреннего плана действия, необходимого в творчестве, математические, художественные, и пр.), в основном поручая это профессионалам. Школы для особо способных детей являются своего рода не только инкубаторами детского творчества, но и психологической защитой для таких детей. На детях младших возрастов показано, что когнитивные способности и навыки детей приводят к личному выбору и личной сети контактов со сверстниками. Творческие дети привлекают друг друга и встречаются в творческих социальных процессах. Однако из творческого ядра исключаются менее творческие дети. Таким образом, дети, которые больше всего нуждаются в творческих подмостках, получают их меньше всего в своем интеллектуальном и творческом развитии (Reunato, 2014). Но там, где таких детей большинство, социальной изоляции могут подвергнуться именно креативные дети.

Обычно родители, имеющие финансовые ресурсы, привлекают специалистов в помощь детям: оплачивают нянь, психологов и репетиторов без выделения средств на развитие интеллекта, а тем более креативности. Развитие ребенка как значимая тема присутствует в рассуждениях родителей, но что, каким образом развивается, способны ли привлеченные специалисты что-то развить, остается вопросами без ясного ответа (Сизова, 2020). Здесь уместно вспомнить о том, что в социологических опросах все больше респондентов признают равенство женщин, эгалитарное устройство семьи, но в реальности живут в соответствии с глубоко укоренившимися гендерными стереотипами (Ефанова, 2020). Гендерные стереотипы препятствуют креативному развитию девочек и серьезными барьерами к овладению профессиями, связанными с техническим творчеством и профессиональной самореализацией в них (Ellis, 2016; Савинская, 2020).

Гендерные стереотипы — только часть культурных стереотипов, сдерживающих развитие креативности. Исследование связи между культурными ценностями родителей и творчеством их детей показало, что сильный акцент родителей, особенно отцов, на социальном конформизме и неоспоримом родительском авторитете отрицательно сказывается на творчестве их детей (Kim, 2020).

Открытым вопросом остается участие семьи в выборе ребенком сферы приложения и развития своих общих и творческих способностей, которую он находит, участвуя во многих деятельности с разной степенью успешности. Предоставляется ли ему этот широкий выбор или родители решают, чем более полезно или престижно заниматься их ребенку? А может быть, этот выбор перекладывается на плечи школьного специалиста по профессиональной ориентации? Или ребенок уже давно, бесконтрольно пребывая в социальных сетях, выбрал себе кумира из многочисленных популярных блогеров-инфлюенсеров (Демидов, 2022) и хочет ему подражать.

Значимым ресурсом семейного уклада являются внутрисемейные отношения, психологический климат в семье. Уклад семейной жизни с не слишком либеральными, но и не слишком жесткими требованиями к поведению детей, где стимулируется нешаблонное поведение, когнитивное развитие, благоприятен для развития креативности, формирования позитивного восприятия собственных способностей, уровня самостоятельности в принятии решений, ответственности. В то же время строгие ограничения и контроль либо вообще устранение от воспитания детей оказывают резко негативное, затормаживающее влияние на развитие креативности. Особенно важно не фокусирование ребенка на авторитете родителей, поощрение сомнений, допущение права на ошибку (Любарт, 2019; Ткаченко, 2021, Агулова,

2022). Последнее представляется особенно важным, поскольку жесткий контроль, порицание и даже наказание за ошибки, приводят к становлению мотивации не достижений, а избегания неудачи. Страх наказания ведет сначала ребенка, затем подростка, позже студента к поиску путей, возможно содержащих креативный компонент, но негативного свойства, обман, списывание и пр. Процветание плагиата не только в вузе, но и в науке ограничивает подлинную креативность, снижает творческий потенциал общества в целом.

Значимость качества семейных отношений для развития и проявления креативности подтверждается данными, что высокая креативность в управлении организацией обнаруживается у менеджеров с позитивной историей и благоприятным семейным климатом не только на этапах взросления, но и на этапе реальной управленческой деятельности (Szopiński, 2013).

Организационная культура образовательного учреждения, потенциального и реального места работы

Если положение ребенка в семье, наличие или отсутствие каких-либо факторов развития креативности не контролируется обществом, то образовательные учреждения, потенциальные и реальные места работы выступают или могут выступить как несущие запрос на креативность учащихся, студентов, сотрудников. Однако не все так просто. В организациях креативность развивается или не развивается, проявляется или не проявляется в зависимости от организационной культуры (ОК), представляющей собой доминирующие ценности и соответствующие им модели поведения, обеспечивая внешнюю адаптацию в современных условиях к нестабильному и неопределенному миру за счет внутренней интеграции в отношении внешних и внутренних вызовов (Шейн, 2002). В школах и колледжах, как правило, преобладают зависимо-пассивные, реже зависимо-активные ОК, близкие к иерархически-клановому и кланово-иерархическому типам по типологии К. Камерона и Р. Куинна (Камерон, 2001), и крайне редко встречаются свободно-пассивный и свободно-активный типы ОК (в основном в элитарных школах), а в вузах преобладает кланово-иерархический тип ОК (Шакурова, 2013; Патутина, 2020; Захарова, 2017, 2020).

ОК большей части российских компаний со времен административно-командной модели экономики относится к иерархически (бюрократически)-клановому типу (Захарова, 2010, 2021; Грачев, 2019). Со времен М. Вебера известно, что иерархические (бюрократические) культуры не только не создают запрос на креативность, но и вытесняют ее из организационной жизни, поскольку базовой ценностью таких культур является следование инструкциям, алгоритмам, стандартам (Вебер, 2003; Diamond, 1996; Камерон, 2001; Brettel, 2015). Попытки менеджмента внедрить инновации в таких культурах ведут к большим психологическим издержкам для персонала, вызывают состояния психологического неблагополучия, ощущения ухудшения здоровья за счет переживания стресса высокого уровня (Caesens, 2017; Захарова, 2020, 2021).

Понимая трудности и даже невозможность развития креативности в таких организационных условиях, менеджмент не только в России, но и в мире ищет пути преодоления организационно-культурного барьера. Эти поиски идут в направлении изменения организационных условий, поскольку рыночно-адхократическая ОК пока немногочисленных в России инновационных компаний успешно выполняет

роль посредника между культурой общества и работником, делая его приверженцем новых для него инновационных ценностей за счет использования практик поддерживающего управленческого взаимодействия (Захарова, 2021). То же происходит в элитарных школах и вузах. Разрабатываются инструменты повышения инновационности ОК, которые можно использовать для улучшения инноваций в любой организации на основе ее культуры. Для повышения инновационности важны следующие параметры ОК: ориентация на достижение цели, вовлеченность и приверженность сотрудников, доверие, командный дух, а также разработка методов снижения психологических издержек при изменении ОК (Bila-Deroussy, 2017; Bendak, 2020; AlShehhi, 2021, Захарова, 2021).

Большое внимание уделяется разработке технологий поддержания инновационности сотрудников, моделей корпоративного обучения творческому мышлению, предназначенных для улучшения как генерации идей, так и навыков реализации идей у обучаемых (Завьялова, 2018; Birdi, 2021). Осуществляются пока спорные попытки внедрения новых типов организационного функционирования в виде так называемых сиреневых и перламутровых организаций, направленных на повышение срабатываемости, раскрытия креативности сотрудников, раскрепощение мышления, предоставление возможности самореализации и самоуправления без избытка контроля менеджеров с высокой ответственностью исполнителей за свои действия. Менеджмент, с одной стороны, дает свободу мышления и творчества собственному коллективу, а с другой — сохраняет непосредственную вертикальную иерархию (Акопян, 2022).

Личностный уровень детерминации креативности

Если все же, несмотря на все трудности выхода на траекторию развития креативности или попадание в благоприятную среду семейного уклада, ОК школы, вуза, человек задается вопросами развития своей креативности, безусловно, на этом уровне детерминации есть свои возможности. Их можно разделить на три блока: рефлексивная оценка собственной креативности — консерватизма, развитие личной креативности, развитие креативности в групповой работе.

1. Рефлексивная оценка собственной креативности — консерватизма.

1.1. Следует оценить, например, с помощью рефлексивного мышления силу влияния на себя ценностей и негативных стереотипов культуры общества. Если человек хочет развивать свою креативность в меняющемся мире, придется отказаться от негативных стереотипов, от таких как стереотипы возрастной и гендерной предвзятости: новое — это хорошо забытое старое и пр. Стоит постараться проверять свои решения на стереотипность, понаблюдать за другими людьми и потренироваться увидеть в их решениях и действиях признаки стереотипности, консервативных ценностей, утративших свою незыблемость и пр. Нужно попробовать решать обычные житейские проблемы, сравнивая стереотипные и оригинальные решения на предмет их соответствия морали, практической значимости, перспективной ценности для отдельных людей и общества в целом. Эти достаточно простые приемы проверки себя на консерватизм, стереотипность мышления и поведения помогут преодолеть неосознанное сопротивление креативным решениям.

1.2. Стоит дать такой же анализ силы влияния тех ограничений творческого мышления, которые имели место в семейном воспитании, в образовательных учреждениях и даже, возможно, в сфере дополнительного образования, на которую возлагали надежды родители. Следует выяснить, какие возможности были исполь-

зованы, что вошло в личный креативный капитал; какие ценностные установки, характеристики мышления, фантазии, воображения, воплощения творческих планов в жизнь, а также какие сферы приложения личного творчества уже определены, а какие видятся актуальными.

1.3. Помня о влиянии ОК на развитие и проявление креативности, стоит беспокоиться о внимательном отношении к выбору места работы, собрать информацию об ОК компании, о востребованности в ней инноваций, ценностном настрое менеджмента на инновационное развитие. Модели ОК с доминированием иерархического компонента будут сдерживать развитие личной креативности и не только препятствовать ее проявлению, но постепенно могут превратить сотрудника в убежденного консерватора.

2. Развитие личной креативности.

2.1. Стимуляция креативности. Жизнь человека обычно проходит в схожих условиях и, на первый взгляд, не требует особой креативности. Но только на первый взгляд. Даже ситуация дарения новогодних подарков может быть очень разной. Обычно дети готовятся к получению подарков, ждут их, намекают или прямо просят того или иного. Родители и близкие стараются им угодить. Но стоит только донести ребенку ценную мысль о том, что прежде, чем получить подарки, хорошо бы приготовить их самому для своих близких, любимой собачке, соседям и пр., как ситуация принципиально меняется. Достаточно легко можно помочь ребенку найти адекватные, для него креативные решения, исходя из желания доставить удовольствие оригинальным запоминающимся подарком, учитывая индивидуальные особенности адресатов дарения, материальных и временных ресурсов. Эта ситуация является вызовом креативности и взрослому человеку. Это очень простой пример, когда требуется и стимуляция креативности, и даже использование специальных методов решения творческих задач.

Цель стимуляции креативности — выход за пределы обыденного, обретение свободы мышления и воображения, расширение и обогащение ассоциаций, усиление функции категоризации восприятия, снижение функциональной фиксированности, активация правого полушария, эмоций, преодоление стереотипных решений, преобладающих в сознании. Средств стимуляции креативности немало. К наиболее действенным и одновременно приятным относится искусство. Можно использовать для стимуляции креативности обращение к музыкальным произведениям, живописи, поэзии.

Так в музыкальном искусстве стоит обратить внимание на импрессионизм К. Дебюсси, М. Равеля, М. Чюрлениса. Это музыкальное течение напрямую возникло из импрессионизма в живописи, а видные представители импрессионизма в музыке переняли его важнейшие черты: расплывчатость полутонов, неяркость, приглушенность ее ключевых моментов. Эти произведения не только стимулируют креативность, но помогут снять излишнее рабочее или творческое возбуждение и привести мотивацию к ее оптимуму.

В живописи большего стимулирующего эффекта можно добиться, обращаясь к произведениям В. Кандинского, одного из основоположников абстракционизма, супрематистов К. Малевича, А. Родченко и др. Стиль супрематизма, у истоков которого стоял К. Малевич, был основан на философской концепции мастера, который считал задачей художника отобразить на полотне сущность искусства, не прибегая при этом к привычным образам.

В поэзии богатством порождения новых ассоциаций выделяется футуризм. Главный принцип футуризма — лозунг Ф. Т. Маринетти «Слова на свободе!». К первым российским футуристам принадлежат В. Хлебников, Д. Бурлюк, В. Маяковский. Немало произведений М. Цветаевой можно отнести к этому направлению.

Хорошей тренировкой и проявлением более активной позиции в плане развития креативности может стать собственное стихосложение, например, по технологии синквейн. Синквейн — пятистрочная стихотворная форма. Она возникла в США в начале XX в. под влиянием японской поэзии и стала использоваться как эффективный метод развития образной речи.

Современное искусство позволяет взглянуть на действительность с неожиданных позиций, получить творческий импульс. Здесь стоит отметить, что очень вероятно со временем проявится индивидуальная чувствительность (с учетом получения свежих ассоциаций), к произведениям конкретного течения в искусстве или конкретного автора.

2.2. Стимуляция эмоционального интеллекта. Для стимуляции эмоционального интеллекта могут подойти произведения классического и современного искусства. Сначала в живописи и поэзии, затем в музыке. Это своеобразный тренинг распознавания эмоций сначала у реалистически представленных актеров в понятной ситуации, затем в движении все к большей абстракции, например, по произведениям П. Пикассо, в которых нередко для понимания эмоций нужна длительная работа по реконструкции установок художника.

Важно понять, какие переживания были бы у вас в подобных ситуациях и почему — также полезный прием для развития эмоционального интеллекта.

2.3. Освоение методов креативного решения задач. К настоящему времени разработано немало эффективных методов, которые используются при решении задач, требующих креативного подхода. Это уже ставшие традиционными методами мозговой штурм, метод фокальных объектов, ТРИЗ (теория решения изобретательских задач) и др. К относительно новым принадлежат виртуальный мозговой штурм, метод ментальных карм, дизайн-мышления и др. Метод Робинзона помогает находить необычные способы использования обычных и даже, казалось бы, ненужных объектов, а также полезен для стимуляции креативности и нахождения творческих решений. Метод фокальных объектов (Ф. Кунце, Ч. Вайтинг, Э. де Боно), при использовании которого свойствами случайных объектов наделяется объект, являющийся предметом решаемой задачи, может быть при должном освоении очень эффективен. ТРИЗ, созданная Г. Альтшуллером, представляет собой оформленную методологию, включающую большой набор методов, приемов, алгоритмов, переживает сейчас второе рождение.

2.4. Развитие креативности в групповой работе. Здесь можно выделить несколько аспектов: поиск или создание творческой группы, использование методов творческой работы в группе и освоение коммуникативных компетенций, направленных на сохранение позитивных межличностных отношений и творческого взаимодействия. Основной смысл объединения творческих людей в группы — это взаимопонимание, что является хорошей психологической поддержкой при наличии, как правило, многочисленных критиков. Но не только. Это обогащающее взаимовлияние, способствующее творческому росту участников, более эффективному решению задач. Для выполнения групповых задач коллективная мотивация оказывается наиболее успешной, поскольку в момент общего целеполагания стираются особенности

психоэмоционального состояния человека, личные привязанности и дружеские предпочтения, и он вовлекается в энергетическое поле группы, максимально раскрывая индивидуальный потенциал в совокупной коллективной работе (Рязанова, 2022, с. 54). Ролевое обеспечение творчески работающих управленческих команд раскрыто в исследованиях и консультативной практике М. Р. Белбина (Belbin, 2011). Он показал необходимость присутствия в команде людей, способных выполнять роли координатора, навигатора, генератора идей, эксперта (экспертов), исполнителя (исполнителей), дипломата и доводчика. Именно такой состав может выступить как коллективный / креативный инноватор, обеспечив хорошее понимание проблем, порождение идей, их экспертизу и доведение разработки до конечного результата, подлежащего внедрению. Трудно переоценить роль дипломата, сглаживающего противоречия, предупреждающего возможные конфликты. Все эти роли принадлежат людям со специфическими индивидуально-психологическими качествами. Нарушение в формировании команд ведет к низкой эффективности решений.

В России продуктивные исследования ролевых ансамблей группового решения творческих задач осуществили Я. А. Пономарев и его ученик Ч. М. Гаджиев. Они не только разработали ролевую структуру творческого коллектива (испытатель задач, критик, активатор, генератор идей, резонатор, исполнители), но и раскрыли психологический механизм группового решения творческих задач (Гаджиев, 1983; Пономарев, 1983). Эта модель построена на теории Я. А. Пономарева о творческом решении на основе использования побочных продуктов процесса решения. Их, как правило, не замечает сам генератор идей, но для этого есть резонатор, который чувствителен к побочным продуктам, и может донести их ценность группе. Кроме ролевой дифференциации рекомендуется функциональное разнообразие, повышающее открытость опыту в группе (Huatian Wang, 2022).

В группе можно применять многочисленные групповые методы решения творческих задач. Известный метод шести шляп (Э. де Боно), предназначенный для повышения креативности в групповом решении, также предполагает ролевое разделение функций. Участник в белой шляпе работает с информацией, в зеленой — продуцирует идеи, в черной — пессимистический критик, в красной — опирается на интуицию, в желтой — оптимист, находящий сильные стороны в предлагаемых решениях, в синей — руководит, ставит цели, координирует, подытоживает результаты.

Один из самых сложных методов — синектика У. Гордона и Дж. Принса, основанная на совмещении в процессе поиска решения проблемы разнородных, порой даже несовместимых элементов, очень эффективен и активно используется.

Найти свое место в творческой группе, создавая ее или входя в ее состав, означает усилить ресурсы личностной креативности.

Организменный уровень детерминации креативности

Этот уровень включает как практически личностно нерегулируемые психофизиологические характеристики, относящиеся к мозговой организации креативности, так и важнейшие регуляторы в виде управления уровнем творческой мотивации, умственной работоспособностью, профилактики и преодоления дистресса. Умственная работоспособность исключительно важна для творческого человека. В ее основе лежит здоровый образ жизни вообще и правильный режим дня в частности. Профилактика и преодоление стресса в своей основе имеют учебную или трудовую деятельность в инновационной ОК с управленческим взаимодействием, обеспечивающим под-

держку и доверие внутри коллектива, чувство безопасности при наличии особого мнения (Duchek, 2020; Chiung-Yi Huang, 2022). В групповой работе актуализируются специфические копинг-стратегии. Одни виды ресурсов снижают неконструктивные способы реагирования на стресс, другие укрепляют конструктивные способы, а третьи являются ресурсными как по снижению неадаптивных копингов, так и по укреплению адаптивных (Совмиз, 2020). Очень важны умения управления творческой мотивацией. Творческие задачи, как правило, трудны для решения и требуют времени. Собственное желание быстрее получить решение, внешние требования и субъективный дефицит времени вызывают стресс. Стресс более разрушительно действует на процесс решения сложной задачи (Китаев-Смык, 2009). Возникает порочный круг: чем сильнее желание быстро решить задачу, тем сильнее стресс разрушает деятельность. Понимание механизмов решения творческих задач помогает выстроить правильную деятельность, используя теорию бессознательных умозаключений Г. Гельмгольца. (Захарова, 1989). Ее смысл состоит в том, чтобы, собрав весь имеющийся материал, необходимый для решения задачи, отвлечься от ее решения, занявшись каким-либо другим делом. Временный уход от проблемы позволяет уйти и от слишком высокого уровня мотивации. В соответствии с законом Йеркса-Додсона для решения субъективно сложных задач, к которым относятся творческие задачи, нужен более низкий уровень мотивации. При его понижении возможно попадание в так называемый мотивационный оптимум, способствующий нахождению решения.

Выводы

1. Креативность в настоящее время — востребованное качество не отдельных творческих людей, а качеством большинства. От ее наличия зависит как инновационное развитие социально-экономической сферы страны, так и личная успешность ее граждан в частной и профессиональной жизни.

2. Креативность имеет процессный и интерактивный характер, поэтому может быть рассмотрена как социальное действие в его системной детерминации на уровне культуры общества, культуры семейного и организационных контекстов, личностном и организменном уровнях.

3. Развитие личной креативности предполагает рефлексивный пересмотр возможностей и ограничений ее становления, полученных на жизненном пути в виде ценностей и привычных моделей поведения, усвоенных в семье и образовательных учреждениях, отказ от тех стереотипов мышления и действия, которые утратили свою целесообразность в современных условиях.

4. Развитие креативности включает на личностном уровне детерминации поиск места работы (учебы) с инновационными ценностями, запросом на креативность персонала и его поддержку, стимуляцию креативности, развитие эмоционального интеллекта, освоение специальных методов, поиск или создание творческих групп для решения творческих задач в качестве коллективного креативного инноватора. На психофизиологическом уровне креативности целесообразно развитие компетенций по поддержанию умственной работоспособности, управлению творческой мотивацией, профилактике и преодолению стресса.

5. Сохранение традиционных типов организационной культуры в образовательных учреждениях представляет собой барьер развития креативности у большей части учащихся, в компаниях — барьер развития креативности персонала. В результате — снижается жизнеспособность компании в турбулентной среде. Целесообразно создавать

в образовательных учреждениях кружки (клубы) развития креативности, в компаниях разрабатывать соответствующие модули в системы корпоративного обучения.

Библиографический список

- Агулова, Д. С., Звездина, Г. П. (2022). Взаимосвязь между стилями семейного воспитания и уровнем креативности и тревожности у младших школьников. *Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология*, 5(3), 43–55. DOI:10.23947/2658-7165-2022-5-3-43-55
- Акопян, А. Р., Воронцова, Ю. В. (2022). Использование концепции бирюзовой организации для оценки показателей управления творческой командой. *Вестник университета*, 5, 203–209. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-5-203-209
- Богоявленская, Д. Б. (2002). *Психология творческих способностей*. М.: Академия.
- Вебер, М. (2003). *Политические работы*. 1895–1919. М.: Праксис.
- Волгин, А. Д., Гимпельсон, В. Е. (2022). Спрос на навыки: анализ на основе онлайн данных о вакансиях. *Экономический журнал ВШЭ*, 26(3), 343–374.
- Гаджиев, Ч. М. (1983). Организация коллективного изобретательства. В Я. А. Пономарев (ред.) *Исследование проблем психологии творчества* (с. 266–279). М.: Наука.
- Грачев, А. А. (2019). Организационная культура и жизнеспособность работника как факторы эффективности взаимодействия организации с VUCA-средой. *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*, 4(2), 28–43.
- Демидов, А. Составлен топ-10 инфлюенсеров-блогеров России. (2022, Январь, 08). *Газета.ru*. Режим доступа https://www.gazeta.ru/culture/news/2022/01/08/n_17113759.shtml
- Ефанова, О. А., Писклакова-Паркер, М. П. (2020). Современная российская семья в условиях изменения гендерных отношений. *Народонаселение*, 23(2), 26–36. DOI: 10.19181/population.2020.23.2.3.
- Жизненные приоритеты россиян: семья, деньги или творчество? (2017, Июнь, 7). *Сайт ВЦИОМ*. Режим доступа <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264>
- Завьялова, Е., Алсуфьев, А., Краковецкая, И., Лицзюнь, В., Ли, Д. (2018). Развитие персонала в китайских инновационно-активных компаниях. *Форсайт*, 12(3), 43–52. DOI: 10.17323/2500-2597.2018.3.43.52
- Захарова, Л. Н. (1989). *Прикладные вопросы научно-технического творчества*. Горький: ГГУ.
- Захарова, Л. Н., Леонова И. С., Коробейникова Е. В. (2017). *Ценностный конфликт и психологическая жизнеспособность персонала российских предприятий*. Н. Новгород: ННГУ.
- Захарова, Л. Н., Шилова, Л. Н., Чжу Лиучуан, Гадбеджи, З. (2020). Организационная культура промышленных колледжей и предприятий России, Китая и Ирана в оценках студентов и преподавателей. *Вопросы образования*, 3, 234–254. DOI: 10.17323/1814-9545-2020-3-234-254
- Захарова, Л. Н., Леонова, И. С. (2020). Субъективное благополучие персонала предприятий с разной вовлеченностью в инновационные процессы: возрастной аспект. *Вестник Университета*, 2, 186–193. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-2-186-19.
- Захарова, Л. Н., Леонова, И. С. (2021). *Социально-психологический возраст персонала российских компаний*. М.: ИНФРА-М.
- Здоровье, безопасность, семья и работа. (2020, Октябрь, 14). *Сайт ВЦИОМ*. Режим доступа <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorove-bezopasnost-semya-i-rabota>.
- Здравомыслов, Л. Г. (1986). *Потребности. Интересы. Ценности*. М.: Политиздат.
- Камерон К., Куинн Р. (2001). *Диагностика и изменение организационной культуры*. С-Пб.: Питер.
- Китаев-Смык, Л. А. (2009). *Психология стресса: психологическая антропология стресса*. М.: Академический проект.
- Любарт, Т., Муширу, К., Торджман, С., Зенасни, Ф. (2019). *Психология креативности*. М.: Когито-Центр.

- Маслоу, А. (2019). *Мотивация и личность*. СПб: Питер.
- Национальный проект «Производительность труда» (2021). Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. Режим доступа https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyu_proekt_proizvoditelnost_truda/.
- Парсонс, Т. (2000). *О структуре социального действия*. М.: Академический проект.
- Патутина, Н. А., Ревина, М. А. (2020). Организационная культура школы: реальное состояние и перспективы. *Сибирский педагогический журнал*, 4, 7–17. DOI: 10.15293/1813-4718.2004.01
- Пономарев, Я. А., Гаджиев, Ч. М. (1983). Психологический механизм группового решения творческих задач. В Я. А. Пономарев (ред.) *Исследование проблем психологии творчества* (с. 279–295). М.: Наука.
- Райченко, А. В. (2020). Исследование реакции персонала на реализацию программ цифровизации управления корпорациями. *Вестник Университета*, 4, 86–91. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-4-86-91
- Руднев, М. Традиционные ценности и реальность (2019, Май 17). Режим доступа <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/16/801630-traditsionnie-tsennosti>
- Рязанова, Г. Н. (2022). Личностная или групповая мотивация: какой инструмент эффективнее. *Вестник Университета*, 10, 49–56. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-10-49-56
- Савинская, О. Б., Лебедева, Н. В. (2020). Почему женщины уходят из STEM: роль стереотипов. *Женщина в российском обществе*, 2, 62–75. DOI: 10.21064/WinRS.2020.2.6
- Сизова, И. Л., Коренькова, М. М. (2020). Новые потребительские практики современных городских семей в сфере ухода за детьми и их развития. *Вестник Института социологии*, 11(2), 174–193. DOI: 10.19181/vis.2020.11.2.652
- Совмиз З. Р. (2020). Индивидуально-психологические типы реагирования на стресс субъектов командной деятельности. *Южно-Российский журнал социальных наук*, 21(4), 121–133. DOI: 10.31429/26190567-21-4-121-133
- Сто лет СССР. Забыть Нельзя Вернуться? (2020, Октябрь, 14). Сайт ВЦИОМ. Режим доступа <https://wciom.ru/infographics>
- Ткаченко, И. В., Манукянц, Э. В. Влияние семейной среды на развитие креативности личности (2021). *Семья и личность: проблемы взаимодействия*, 21, 91–96.
- Шакурова, А. В. (2013). Организационная культура образовательного учреждения как социально-психологический регулятор и инструмент формирования профессиональной идентичности учителей и трудовой мотивации выпускников школы. *Вестник Нижегородского университета. Серия Социальные науки*, 1(6), 457–462.
- Шейн, Э. Х. (2002). *Организационная культура и лидерство*. СПб.: Питер.
- Яголковский, С. Р. (2019). Творческая деятельность как фактор организационной эффективности: индивидуальный и групповой контексты (2019). В М. Г. Пугачева (ред.) *Пути России. Границы политики* (с. 311–321). М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС.
- AlShehhi, N., AlZaabi, F., Alnahhal, M. et al. (2021). The Effect of Organizational Culture on the Performance of UAE Organizations. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1–21. DOI: 10.1080/23311975.2021.1980934
- Andreasen, N.C. (2012) Creativity in Art and Science: are There Two Cultures? *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 14(1), 49–54. DOI: 10.31887/DCNS.2012.14.1/nandreasen
- Anderson, N., Potochnik, K., ZhouView J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5), 1181–1194. DOI:10.1177/014920631452712
- Belbin, R. M. (2011). *Team Roles at Work. 2ed Edition. Taylor & Francis*. London: Routledge.
- Bendak, S, Shikhli, A. M., Abdel-Razek, R. A. (2020). How Changing Organizational Culture Can Enhance Innovation: Development of The Innovative Culture Enhancement Framework. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–17. DOI: 10.1080/23311975.2020.1712125

- Bila-Deroussy, P., Bouchard, C., Kaba, S. (2017). Addressing Complexity in Design: a Systemic Model of Creativity and Guidelines for Tools and Methods. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 5(1–2), 60–77. DOI: 10.1080/21650349.2015.1116412
- Birdi, B. (2021). Insights on Impact from the Development, Delivery, and Evaluation of the CLEAR IDEAS Innovation Training Model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(3), 400–414. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1770854
- Brettel, M., Chomik, C., Flatten, T. C. (2015). How Organizational Culture Influences Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking: Fostering Entrepreneurial Orientation in SMEs. *Small Business Management*, 53(4), 868–885. DOI: 10.1111/jsbm.12108
- Caesens, G., Stinglhamber, F., Demoulin, S., De Wide, M. (2017). Perceived Organizational Support and Employees' Well-being: The Mediating Role of Organizational Dehumanization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(4), 527–540. DOI: 10.1080/1359432X.2017.1319817
- Cameron, K. S. Organizing Resilience. (2003). In K. S. Cameron, J. E. Dutton, R. E. Quinn (Eds) *Positive organizational Scholarship: Foundation of a new Discipline*. (pp. 94–110). San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Cascio, J. (2019). The Apocalypse: It's not the End of the World. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 75(6), 269–272. DOI: 10.1080/00963402.2019.1680047
- Chiung-Yi Huang, Yi-Ching Liu. (2022). Influence of Need for Cognition and Psychological Safety Climate on Information Elaboration and Team Creativity. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(1), 102–116. DOI: 10.1080/1359432X.2021.1932815
- Cohen, L. M. Creative Trajectories. (2011). In M. A. Runco, S. R. Pritzker (Eds). *Encyclopedia of Creativity*, 2nd ed. (pp. 288–291). Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/referencework/9780123750389/encyclopedia-of-creativity>
- Diamond, M. A. (1996). Innovation and Diffusion of Technology. A Human Process. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 48(4), 221–229.
- Duchek, S. (2020). Organizational Resilience: A Capability-based Conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246. DOI: 10.1007/s40685-019-0085-7
- Ellis, J., Fosdick, B. K., Rasmussen, C. (2016). Women 1.5 Times More Likely to Leave STEM Pipeline after Calculus Compared to Men: Lack of Mathematical Confidence a Potential Culprit. *PLOS ONE*, 7(11), 1–14. DOI: 10.1371/JOURNAL.PONE.0157447
- Fanchini, A., Jongbloed, J., Dirani, A. (2019). Examining the Well-being and Creativity of Schoolchildren in France. *Cambridge Journal of Education*, 49(4), 391–416. DOI: 10.1080/0305764X.2018.1536197
- Giancola, M., Palmiero, M., D'Amico, S. (2022). Divergent but not Convergent Thinking Mediates the Trait Emotional Intelligence-Real-world Creativity Link: An Empirical Study. *Creativity Research Journal*. (Latest Article). DOI: 10.1080/10400419.2022.2092338
- Gilhooly, K. J., Gilhooly, M. L. M (2021). Aging and Creativity. Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/book/9780128164013/aging-and-creativity>. DOI: 10.1016/C2017-0-04755-9
- Global Innovation Index 2022. S. Dutta, L.R.B. Lanvin, L. R. León, S. Wunsch-Vincent (Eds) (2022). Cornell SC Johnson College of Business. Retrieved from https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
- Guimond, S., Chatard, A., Kang, P. (2010). Personality, Social Comparison and Self-categorization. *European Journal of Personality*, 24(5), 488–492.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Huatian Wang, Rispen, S., Demerouti E. (2022). Boosting Creativity in Functional Diverse Work Groups: The Importance of Help-seeking Behavior and Openness to Experience. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(5), 768–780. DOI: 10.1080/1359432X.2022.2047937

- Johansen, B., Euchner, J. (2013). Navigating the VUCA world. *Research-Technology Management*, 56(1), 10–15. DOI: 10.5437/08956308X5601003
- Kaufman, J. C., Beghetto, R. A. (2009). Beyond Big and Little: The four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), 1–12. DOI: 10.1037/a0013688
- Kim, J. S., Kang, J. (2022). Exploring the Top-priority Innovation Types and Their Reasons. *Foresight and STI Governance*, 16(3), 6–16. DOI: 10.17323/2500-2597.2022.3.6.16
- Kim, K. H., Park, S.-G. (2020). Relationship Between Parents' Cultural Values and Children's Creativity. *Creativity Research Journal*, 32(3), 259–273. DOI: 10.1080/10400419.2020.1821566
- Kim, K. H. (2019). Demystifying Creativity: What Creativity Isn't and Is? *Roeper Review*, 41(2), 119–128. DOI: 10.1080/02783193.2019.1585397
- Lee, A., Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., Knigh, C. Leadership, Creativity and Innovation: A Meta-analytic Review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1–35. DOI: 10.1080/1359432X.2019.1661837
- Murswieck, R., Drăgan, M., Maftai, M., Ivana, D., Fortmüller, A. (2020). A Study on the Relationship between Cultural Dimensions and Innovation Performance in the European Union countries. *Applied Economics*, 52(2), 2377–2391. DOI: 10.1080/00036846.2019.1690628
- Reunamo, J., Hui-Chun Lee, Li-Chen Wang, Ruokonen, I., Nikkola, T., Malmstrom, S. (2014). Children's Creativity in Day Care. *Early Child Development and Care*, 184(4), 617–632. DOI: 10.1080/03004430.2013.806495
- Schwartz, S. H. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663–688.
- Szopiński, J., Szopiński, T. (2013). The Influence of Family Relationships on Creativity in the Workplace. *Gifted and Talented International*, 28(1–2), 185–196. DOI: 10.1080/15332276.2013.11678413
- Wenjing Cai, Li Lin-Schilstra, Chun Yang, Xueling Fan. (2021). Does Participation Generate Creativity? A Dual-mechanism of Creative self-efficacy and supervisor-subordinate guanxi. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(4), 541–554. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1864329
- West, M.A., Sacramento, C. (2012). Creativity and Innovation: the Role of Team and Organizational Climate. In M. D. Mumford (Ed.). *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 359–385). Science Direct: Academic Press. DOI: 10.1016/B978-0-12-374714-3.00015-X
- World Values Survey Wave 7 (2017–2020). Russian Federation. Results by Sex and Age. *Study # WVS-2017*, 4. Retrieved from [http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20\(1\).pdf](http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20(1).pdf)

Статья поступила в редакцию 05.11.2022

Статья принята к публикации 25.12.2022

Для цитирования: Захарова Л. Н., Чуманкина Е. А., Удалова Л. В. Личная креативность как социальное действие. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 6–26.

PERSONAL CREATIVITY AS SOCIAL ACTION

L. N. Zakharova, E. A. Chumankina, L. V. Udalova

Lyudmila N. Zakharova

E-mail: zlnnnov@mail.ru, ORCID 0000-0002-8244-2114

Elena A. Chumankina

E-mail: tesla@unn.ru, ORCID 0000-0002-3958-3034

Lyudmila V. Udalova

E-mail: udalova.lud@yandex.ru, ORCID 0000-0002-2124-7497

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Gagarin Av., 27, building 2, Nizhny Novgorod, 603022, Russia

Abstract. This article presents the analysis of the state of innovation in Russian economy and of the demand for a creative employee in Industry 4.0. The objective of the research consists in revealing the contextual and personal obstacles in the evolution and manifestation of creativity, and its possibility to develop as an important professional quality of a creative innovator. It shows the connection between creativity and innovativeness. This is the first time that creativity with its characteristics of process and interactivity is viewed as social activity within its systemic determinacy on the levels of social culture, growth contexts, personality and the organism. Sociological studies show that there is a serious obstacle for personal creativity and for the necessity to participate in innovations on the level of public culture with the dominating stability and safety values. The obstacle is not so absolute, since development values do exist, and they can be used both as predictors of innovative behavior for a certain segment of the potential and the actual personnel of the companies. Family patterns and organizational culture in schools, colleges, and universities are dominated by family and hierarchical values, which are a result of their transfer from the culture of a society. Nevertheless, institutional culture of companies that successfully enter a new technological pattern of Industry 4.0, as well as their management practices, illustrate an effective function of institutional culture as the intermediary between society's culture, family patterns, and the work subject. A subject (at first of educational and then labor activities) can, alone and/or supported by the institutional culture of educational or work context on the basis of understanding the demand for the quality of creativity, take an active position in overcoming barriers and using opportunities for the development of personal creativity. To the first group of tools for this work belong reflexive comprehension of the contextual barriers in the formation of creativity, typical for the subject's life course, and their reflective overcoming, including his / her educational path. The second group includes stimulation of creativity and assimilation of the methods of creative problem solving. The third group of tools for the development of creativity integrates searching for or organization of small groups with innovative motivation, where work facilitates a reduction of functional and status fixity and permits to use methods of team solution of creative tasks. Finally, the last group of tools assumes the development of competencies to control the determinants of psycho-physiological nature: performance, stress, and motivation dynamics.

Keywords: Industry 4.0, innovativeness, in-demand skills, personal creativity, social action, creativity barriers, creativity development, determinants of creativity, creative innovator.

DOI 10.31429/26190567-23-4-6-26

References

- Agulova, D. S., Zvezdina, G. P. (2022). Vzaimosvyaz' mezhdru stilyami semeynogo vospitaniya i urovnem kreativnosti i trevozhnosti u mladshih shkol'nikov [Correlation between Parenting Style and Increase of Creativity and Anxiety in Primary School Students]. *Innovacionnaya nauka: psihologiya, pedagogika, defektologiya* [Innovative Science: Psychology, Pedagogy, Defectology], 5(3), 43–55.
- Akopyan, A.R., Voroncova, Y.V. (2022). Ispol'zovanie kontseptsii biryuzovoy organizatsii dlya otsenki pokazateley upravleniya tvorcheskoy komandoy [Using of Turquoise Organization's Concept to Benchmark Indicators of Creative Team Management]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 5, 203–209.
- AlShehhi, N., AlZaabi, F., Alnahhal, M. et al. (2021). The Effect of Organizational Culture on the Performance of UAE Organizations. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1–21. DOI: 10.1080/23311975.2021.1980934
- Anderson, N., Potochnik, K., ZhouView J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5), 1181–1194. DOI:10.1177/014920631452712
- Andreasen, N.C. (2012) Creativity in Art and Science: are There Two Cultures? *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 14(1), 49–54. DOI: 10.31887/DCNS.2012.14.1/nandreasen.
- Belbin, R. M. (2011). *Team Roles at Work*. 2ed Edition. Taylor & Francis. London: Routledge.

- Bendak, S, Shikhli, A. M., Abdel-Razek, R. A. (2020). How Changing Organizational Culture Can Enhance Innovation: Development of The Innovative Culture Enhancement Framework. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–17. DOI: 10.1080/23311975.2020.1712125
- Bila-Deroussy, P., Bouchard, C., Kaba, S. (2017). Addressing Complexity in Design: a Systemic Model of Creativity and Guidelines for Tools and Methods. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 5(1–2), 60–77. DOI: 10.1080/21650349.2015.1116412
- Birdi, B. (2021). Insights on Impact from the Development, Delivery, and Evaluation of the CLEAR IDEAS Innovation Training Model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(3), 400–414. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1770854
- Bogoyavlenskaya, D. B. (2002). *Psihologiya tvorcheskikh sposobnostey* [Psychology of Creative Abilities]. M.: Akademiya.
- Brettel, M., Chomik, C., Flatten, T. C. (2015). How Organizational Culture Influences Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking: Fostering Entrepreneurial Orientation in SMEs. *Small Business Management*, 53(4), 868–885. DOI: 10.1111/jsbm.12108
- Caesens, G., Stinglhamber, F., Demoulin, S., De Wide, M. (2017). Perceived Organizational Support and Employees' Well-being: The Mediating Role of Organizational Dehumanization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(4), 527–540. DOI: 10.1080/1359432X.2017.1319817
- Cameron, K. S. Organizing Resilience. (2003). In K. S. Cameron, J. E. Dutton, R. E. Quinn (Eds) *Positive organizational Scholarship: Foundation of a new Discipline*. (pp. 94–110). San Francisco: Berett-Koehler Publishers.
- Cascio, J. (2019). The Apocalypse: It's not the End of the World. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 75(6), 269–272. DOI: 10.1080/00963402.2019.1680047
- Chiung-Yi Huang, Yi-Ching Liu. (2022). Influence of Need for Cognition and Psychological Safety Climate on Information Elaboration and Team Creativity. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(1), 102–116. DOI: 10.1080/1359432X.2021.1932815
- Cohen, L. M. Creative Trajectories. (2011). In M. A. Runco, S. R. Pritzker (Eds). *Encyclopedia of Creativity*, 2nd ed. (pp. 288–291). Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/referencework/9780123750389/encyclopedia-of-creativity>
- Demidov, A. (2022, January, 08). Sostavlen top-10 inflyuenserov-bloggerov Rossii [The Top-10 List of Influencers-Bloggers in Russia has been Compiled]. *Gazeta.ru* [Newspaper], Retrieved from https://www.gazeta.ru/culture/news/2022/01/08/n_17113759.shtml
- Diamond, M. A. (1996). Innovation and Diffusion of Technology. A Human Process. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 48(4), 221–229.
- Duchek, S. (2020). Organizational Resilience: A Capability-based Conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246. DOI: 10.1007/s40685-019-0085-7
- Efanova, O. A., Pisklakova-Parker, M. P. (2020). Sovremennaya rossiyskaya sem'ya v usloviyah izmeneniya genderniy otnosheniy [Modern Russian Family under the Conditions of Changing Gender Relations]. *Narodonaselenie* [Population], 23(2), 26–36.
- Ellis, J., Fosdick, B. K., Rasmussen, C. (2016). Women 1.5 Times More Likely to Leave STEM Pipeline after Calculus Compared to Men: Lack of Mathematical Confidence a Potential Culprit. *PLOS ONE*, 7(11), 1–14. DOI: 10.1371/JOURNAL.PONE.0157447
- Fanchini, A., Jongbloed, J., Dirani, A. (2019). Examining the Well-being and Creativity of Schoolchildren in France. *Cambridge Journal of Education*, 49(4), 391–416. DOI: 10.1080/0305764X.2018.1536197
- Gadzhiev, C.M. (1983). Organizatsiya kollektivnogo izobretatel'stva [Organization of Collective Invention]. In Ya. A. Ponomarev (Ed.) *Issledovanie problem psihologii tvorchestva* [Study of the Problems of the Psychology of Creativity] (pp.266–279). M.: Nauka.
- Giancola, M., Palmiero, M., D'Amico, S. (2022). Divergent but not Convergent Thinking Mediates the Trait Emotional Intelligence-Real-world Creativity Link: An Empirical Study. *Creativity Research Journal*. DOI: 10.1080/10400419.2022.2092338

- Gilhooly, K. J., Gilhooly, M. L. M. (2021). Aging and Creativity. *Elsevier Inc.* Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/book/9780128164013/aging-and-creativity>. DOI: 10.1016/C2017-0-04755-9
- Global Innovation Index 2022. S. Dutta, L.R.B. Lanvin, L. R. León, S. Wunsch-Vincent (Eds) (2022). Cornell SC Johnson College of Business. Retrieved from https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
- Grachev, A.A. (2019). Organizatsionnaya kul'tura i zhiznesposobnost' rabotnika kak faktory effektivnosti vzaimodeystviya organizatsii s VUCA-sredoy [Organizational Culture and Viability of the Employee as Factors of Efficiency of Interaction of the Organization with VUCA-Environment]. *Institut psihologii Rossiyskoy akademii nauk. Organizatsionnaya psihologiya i psihologiya truda* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor], 4(2), 28–43.
- Guimond, S., Chatard, A., Kang, P. (2010). Personality, Social Comparison and Self-categorization. *European Journal of Personality*, 24(5), 488–492.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Huatian Wang, Rispens, S., Demerouti E. (2022). Boosting Creativity in Functional Diverse Work Groups: The Importance of Help-seeking Behavior and Openness to Experience. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(5), 768–780. DOI: 10.1080/1359432X.2022.2047937
- Johansen, B., Euchner, J. (2013). Navigating the VUCA world. *Research-Technology Management*, 56(1), 10–15. DOI: 10.5437/08956308X5601003
- Kaufman, J. C., Beghetto, R. A. (2009). Beyond Big and Little: The four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), 1–12. DOI: 10.1037/a0013688
- Kim, J. S., Kang, J. (2022). Exploring the Top-priority Innovation Types and Their Reasons. *Foresight and STI Governance*, 16(3), 6–16. DOI: 10.17323/2500-2597.2022.3.6.16
- Kim, K. H. Park, S-G. (2020). Relationship Between Parents' Cultural Values and Children's Creativity. *Creativity Research Journal*, 32(3), 259–273. DOI: 10.1080/10400419.2020.1821566
- Kim, K. H. (2019). Demystifying Creativity: What Creativity Isn't and Is? *Roeper Review*, 41(2), 119–128. DOI: 10.1080/02783193.2019.1585397
- Kitaev-Smyk, L.A. (2009). *Psihologiya stressa: psihologicheskaya antropologiya stressa* [Psychology of stress. Psychological anthropology of Stress]. M.: Akademicheskii proekt.
- Lee, A, Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., Knigh, C. Leadership, Creativity and Innovation: A Meta-analytic Review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1–35. DOI: 10.1080/1359432X.2019.1661837
- Lyubart Todd, Mushiru, K., Tordzhman, S., Zenasni, F. (2019). *Psihologiya kreativnosti* [Psychology of Creativity]. M.: Kogito-Centre.
- Maslow, A. (2019). *Motivatsiya i lichnost'* [Motivation and Personality]. SPb: Piter,
- Murswieck, R., Drăgan, M., Maftai, M., Ivana, D., Fortmüller, A. (2020). A Study on the Relationship between Cultural Dimensions and Innovation Performance in the European Union countries. *Applied Economics*, 52(2), 2377–2391. DOI: 10.1080/00036846.2019.1690628
- Natsional'nyy proekt "Proizvoditel'nost' truda" (2021). Sayt Ministerstva ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii [National Project "Labor productivity". Website of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation]. Retrieved from https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_proizvoditelnost_truda/
- Parsons, T. (2000). *O strukture sotsial'nogo deystviya* [On the Structure of Social Action]. M.: Akademicheskii proekt.
- Patutina, N. A., Revina, M. A. (2020). Organizatsionnaya kul'tura shkoly: real'noe sostoyanie i perspektivy [School Organizational Culture: Real State and Perspective]. *Sibirskiy pedagogicheskii zhurnal* [Siberian Pedagogical Journal], 4, 7–17.
- Ponomarev, Ya. A., Gadzhiev, Ch. M. (1983) Psikhologicheskii mekhanizm gruppovogo resheniya tvorcheskikh zadach [The Psychological Mechanism of Group Solution of Creativity Problems].

- In Y. A. Ponomarev (Ed.) *Issledovanie problem psikhologii tvorchestva* [Studies in the Psychology of Creativity] (pp. 279–295). M.: Nauka.
- Raychenko, A. V. (2020). Issledovanie reaktsii personala na realizatsiyu programm tsifrovizatsii upravleniya korporatsiyami [Study of Personnel Reaction on Implementation of Corporate Governance Digitalization Programs]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 4, 86–91.
- Reunamo, J., Hui-Chun Lee, Li-Chen Wang, Ruokonen, I., Nikkola, T., Malmstrom, S. (2014). Children's Creativity in Day Care. *Early Child Development and Care*, 184(4), 617–632. DOI: 10.1080/03004430.2013.806495
- Rudnev, M. Traditsionnye tsennosti i real'nost' [Traditional Values and Reality] (2019, May, 17). *Vedomosti* [Vedomosti]. Retrieved from <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/16/801630-traditsionnye-tsennosti>
- Ryazanova, G. N. (2022). Lichnostnaya ili gruppovaya motivatsiya: kakoy instrument effektivnee [Personal or group Motivation: Which Tool is More Efficient]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 10, 49–56.
- Savinskaya, O. B., Lebedeva, N. V. (2020). Pochemu zhenshchiny uhodyat iz STEM: rol' stereotipov [Why Women Leave STEM: The Role of Stereotypes]. *Zhenshchina v rossijskom obshchestve* [Woman in Russian Society], 2, 62–75.
- Schwartz, S. H. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663–688.
- Shakurova, A. V. (2013). Organizatsionnaya kul'tura obrazovatel'nogo uchrezhdeniya kak sotsial'no-psihologicheskii regul'yator i instrument formirovaniya professional'noy identichnosti uchiteley i trudovoy motivatsii vypusknikov shkoly [Organizational Culture of Educational Institutions, as a Socio-psychological Control and Instrument for Shaping the Professional Identity of Teachers and Work Motivation of School Leavers]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta. Seriya Social'nye nauki* [Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences], 1(6), 457–462.
- Shein E. H. (2002). *Organizacionnaya kul'tura i liderstvo* [Organizational Culture and Leadership]. Spb.: Piter.
- Sizova, I. L., Koren'kova, M. M. (2020). Novye potrebitel'skie praktiki sovremennykh gorodskih semey v sfere uhoda za det'mi i ih razvitiya [Modern Urban families' New Consumer Practices in Child-care and Parenting]. *Vestnik Instituta sotciologii* [Vestnik Instituta Sotziologii], 11(2), 174–193.
- Sovmiz, Z. R. (2020). Individual'no-psihologicheskie tipy reagirovaniya na stress sub'ektov komandnoy deyatelnosti [Individual Psychological Types of Response to Stress by Subjects of Team Activity]. *Yuzhno-Rossiyskiy zhurnal sotsial'nykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 21(4), 121–133.
- Sto let SSSR. Zabyt' Nel'zya Vernut'sya? [One Hundred Years of the USSR. To Forget Can't Go Back?] (2020). Retrieved from <https://wciom.ru/infographics>
- Szopiński, J., Szopiński, T. (2013). The Influence of Family Relationships on Creativity in the Workplace. *Gifted and Talented International*, 28(1–2), 185–196. DOI: 10.1080/15332276.2013.11678413
- Tkachenko, I. V., Manukyants, E. V. (2021). Vliyanie semeynoy sredy na razvitie kreativnosti lichnosti [The Influence of Family Environment on the Development of Personality Creativity]. *Sem'ya i lichnost': problemy vzaimodeystviya* [Family and Personality: Problems of Interaction], 21, 91–96.
- Veber, M. (2003). *Politicheskie raboty. 1895–1919* [Political Works. 1895–1919]. Moscow: Praktis.
- Volgin, A. D., Gimpel'son, V. E. (2022). Spros na navyki: analiz na osnove onlayn dannykh o vakansiyah [Demand for Skills: Analysis Using Online Vacancy Data]. *Ekonomicheskii zhurnal VSHE* [HSE Economic Journal], 26(3), 343–374.
- Wenjing Cai, Li Lin-Schilstra, Chun Yang, Xueling Fan. (2021). Does Participation Generate Creativity? A Dual-mechanism of Creative self-efficacy and supervisor-subordinate guanxi. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(4), 541–554. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1864329

- West, M.A., Sacramento, C. (2012). Creativity and Innovation: the Role of Team and Organizational Climate. In M. D. Mumford (Ed.). *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 359–385). Science Direct: Academic Press. DOI: 10.1016/B978-0-12-374714-3.00015-X
- World Values Survey Wave 7 (2017–2020). Russian Federation. Results by Sex and Age. *Study # WVS-2017*, 4. Retrieved from [http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20\(1\).pdf](http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20(1).pdf)
- Yagolkovskiy, S.R. (2019). Tvorcheskaya deyatelnost' kak faktor organizatsionnoy effektivnosti: individual'nyy i gruppovoy konteksty [Creative Activity as a Factor of Organizational Effectiveness: Individual and Group Contexts] In M. G. Pugacheva (Ed.) *Puti Rossii. Granicy politiki* [Ways of Russia. Borders of Politics] (pp. 311–321). M.: Izdatel'skiy dom "Delo" RANHiGS.
- Zakharova, L. N. (1989). *Prikladnye voprosy nauchno-tekhnicheskogo tvorchestva* [Applied Issues of Scientific and Technical Creativity: a Study Guide]. Gor'kiy: GGU.
- Zakharova, L. N., Leonova, I. S. (2020). Sub'ektivnoe blagopoluchie personala predpriyatiy s raznoy вовлеченностью в инновационные процессы: возрастной аспект [Subjective Well-being of the Staff of Enterprises with Different Involvement in Innovative Processes: Age Aspect]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 2, 186–193.
- Zakharova, L. N., Leonova, I. S. (2021). *Sotsial'no-psihologicheskiiy vozrast personala rossiyskikh kompaniy* [Socio-Psychological Age of Russian Companies' Personnel]. M.: INFRA-M.
- Zakharova, L. N., Leonova, I. S., Korobejnikova, E. V. (2017). *Tsennostnyy konflikt i psihologicheskaya zhiznesposobnost' personala rossiyskikh predpriyatiy* [Value Conflict and Psychological Resilience of Personnel at Russian Enterprises]. Nizhny Novgorod: NSU.
- Zakharova, L. N., Shilova, L. N., Czhu Liuchuan, Gadbedzhi, Z. (2020). Organizatsionnaya kul'tura industrial'nykh kolledzhey i predpriyatiy Rossii, Kitaya i Irana v otsenkah studentov i prepodavateley [Organizational Cultures of Vocational Schools and Enterprises in Russia, China and Iran as Perceived by Students and Teachers]. *Voprosy obrazovaniya* [Educational Studies Moscow], 3, 234–254.
- Zav'yalova, E., Alsuf'ev, A., Krakoveckaya, I., Liczyun', V., Li, D. (2018). Razvitie personala v kitayskikh innovatsionno-aktivnykh kompaniyah [Personnel Development in Chinese Innovation-Active Companies]. *Forsayt* [Foresight and STI Governance], 12(3), 43–52.
- Zdorov'e, bezopasnost', sem'ya i rabota [Health, Safety, Family and Work] (2020, October, 14). Retrieved from <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorove-bezopasnost-semya-i-rabota>.
- Zdravomyslov, L. G. (1986). *Potrebnosti. Interesy. Cennosti* [Needs. Interests. Values]. M.: Politizdat.
- Zhiznennyye priority rossiyan: sem'ya, den'gi ili tvorchestvo? [Life Priorities of the Russians: Family, Money, or Creativity?] (2017, June, 07). Retrieved from <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264>

Received 05.11.2022

Accepted 25.12.2022

For citation: Zakharova L. N., Chumankina E. A., Udalova L. V. Personal Creativity as Social Action. — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 6-26.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).