

Управление образованием

Батоврина Е.В., Купцова И.В.

Опыт анализа модели креатосферы университета*

Батоврина Екатерина Викторовна — кандидат социологических наук, доцент, факультет государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: Batovrinaev@spa.msu.ru

SPIN-код РИНЦ: [3046-8588](https://elibrary.ru/3046-8588)

Купцова Ирина Валентиновна — доктор исторических наук, профессор, факультет государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: Kupcova@spa.msu.ru

SPIN-код РИНЦ: [4930-6014](https://elibrary.ru/4930-6014)

Аннотация

Статья посвящена анализу модели креатосферы университета, способствующей развитию креативности и инновационного мышления у студентов и аспирантов, формированию их готовности к творческой деятельности, имеющей особое значение для развития экономики знаний, в контексте которой креативность и инновационное мышление рассматриваются как движущие силы производства знаний и повышения конкурентоспособности организаций. На основе обобщения существующих теоретических моделей креативного пространства и эмпирических данных, полученных в результате анкетирования аспирантов факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, выделены ключевые компоненты модели креатосферы университета и даны рекомендации по ее реализации на практике.

Ключевые слова

Экономика знаний, креативность, инновационное мышление, креатосфера университета, образовательное пространство вуза, креативное пространство.

Актуальность исследования и развития креатосферы университета определяется вызовами экономической модели информационного общества — экономики знаний. Это институциональная модель современной экономической системы инновационного типа, в основе которой лежит приоритет интеллектуальной собственности, креативного труда, наукоемкого производства, непрерывного образования и роста потребностей в самореализации¹. Экономика знаний предъявляет высокие требования как к уровню профессиональной подготовки работников, так и к уровню развития их креативности и инновационного мышления². Это справедливо и в отношении управленцев, среди наиболее востребованных компетенций которых особое место занимает способность быстро реагировать на изменения внешней среды,

* Статья подготовлена в рамках гранта РФФИ № 17-02-00059-ОГН «Российская модель экономики знаний и система профессиональной подготовки кадров: организационно-экономические основы инновационных преобразований».

¹ Фролов Д.П., Шелестова Д.А., Лаврентьева А.В. Экономика знаний и когнитивная реиндустриализация России: институционально-эволюционный анализ // Приоритеты России. 2013. № 12. С. 14.

² См.: Батоврина Е.В., Блохина М.С. Развитие инновационного мышления персонала в процессе профессиональной подготовки // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. № 4. С. 126–127.

предлагать новые, нестандартные решения, генерировать оригинальные идеи и предложения, разрабатывать уникальные стратегии. Данные тенденции означают, что на университеты возлагается дополнительная ответственность по формированию особой образовательной среды, способствующей разностороннему развитию будущих работников и руководителей, раскрытию не только их профессионального, но и творческого потенциала. Решение этой задачи невозможно без анализа сложившейся образовательной среды университета, определения степени ее соответствия понятию креатосферы. Цель настоящей статьи — выделить ключевые компоненты модели креатосферы университета и определить направления ее реализации на практике.

Появлению концепции креатосферы предшествовали многочисленные исследования влияния среды на раскрытие и дальнейшее развитие творческого и инновационного потенциала личности. Их результаты отражены в работах психологов Я.А. Пономарева³, Д.Б. Богоявленской⁴, В.Е. Ключко и Э.В. Галажинского⁵, Е. Торренса⁶, Ф. Бэррона⁷, М. Микалко⁸, социологов Р. Флориды⁹, А.Г. Эфендиева¹⁰, Л.Я. Косалса¹¹, Ю.А. Карповой¹², специалистов в области управления Т. Амабайл¹³, Ф. Лалу¹⁴, Г.В. Бережнова¹⁵, И.А. Петровской, А.А. Абдулвагановой¹⁶ и др. Авторы сходятся во мнении, что успешное раскрытие и развитие творческого потенциала, креативности и инновационного мышления личности зависит, прежде всего, от внешних условий, в которых осуществляется ее образовательная и профессиональная деятельность, предпринимают попытки их конкретизации. Так, например, И.А. Петровская и А.А. Абдулваганова, исследуя факторы креативности в организации,

³ Пономарев Я.А. Психология творчества. М.: Наука, 1976.

⁴ Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. М.: Академия, 2002.

⁵ Ключко В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения. Томск: Томский государственный университет, 2009.

⁶ Torrance E. Education and the creative potential. Minneapolis: The University of Minnesota Press, 1967.

⁷ Barron F. Creative person and creative process. New York: Holt, Rinehart and Winstor inc., 1969.

⁸ Микалко М. Энциклопедия бизнес-идей. Тренинг креативности. М.: Питер, 2003.

⁹ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2007.

¹⁰ Эфендиев А.Г., Сорокин П.С. Инновационное поведение сотрудников российских бизнес-организаций: теоретические и методологические основы эмпирического исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2012. № 3. С. 82–93.

¹¹ Косалс Л.Я. Социальный механизм инновационных процессов: сравнительный анализ советского и постсоветского периодов // Экономическая наука современной России. 2000. № 3–4. С. 85–96.

¹² Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. СПб.: Питер, 2004.

¹³ Amabile T. Assessing the work environment for creativity // The Academy of Management Journal. October 1996. Vol. 39. No. 5. P. 1154–1184.

¹⁴ Лалу Ф. Открывая организации будущего. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.

¹⁵ Бережнов Г.В. Креативная деятельность предприятия. М.: МЕЛАП, 2005.

¹⁶ Петровская И.А., Абдулваганова А.А. Факторы креативности организации // Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. 2013. № 1/2. С. 3–14.

отметили, что на проявление креативности работников оказывает влияние внутриорганизационное окружение, в связи с чем основным вопросом для организации становится определение такой среды, которая будет способствовать проявлению креативности¹⁷. Авторы выделяют внутренние и внешние условия, среди которых наиболее значимые:

- мотивация работой;
- свобода действий;
- автономность;
- непрерывность обучения;
- ясность целей и миссии организации;
- коммуникация;
- командная работа;
- поддержка со стороны руководства;
- право на ошибку¹⁸.

Р. Флорида, рассматривая возможности развития креативности в масштабах общества и государства, называет следующие условия:

- создание среды для любых креативных профессий;
- обеспечение возможности переквалификации работников;
- вложение денег в инфраструктуру, в оптимизацию креативных качеств населения;
- обеспечение поддержки со стороны различных институтов;
- создание специальных агентств, которые являются связующим элементом между креативными компаниями и государством;
- обеспечение формирования креативных кластеров (креативных объединений одной или нескольких направленностей);
- формирование сознания населения и его самоопределение как креативного класса¹⁹.

Попытка объединить существующие взгляды на средовые факторы раскрытия, дальнейшего развития и использования творческого и инновационного потенциала личности в современной экономике нашла свое отражение в концепции креатосферы.

¹⁷ Петровская И.А., Абдулваганова А.А. Ук. соч. С. 4.

¹⁸ Там же. С. 6–8.

¹⁹ Флорида Р. Ук. соч. С. 151–157, 284–290, 298–300, 310–320.

Авторство понятия креатосферы приписывают А.В. Бузгалину и А.И. Колганову, включившим в него ресурсы творческой деятельности (все феномены культуры, в том числе результаты научной, образовательной, технической, художественной, социальной деятельности, которые можно определить как новую культурную ценность), процесс творческой деятельности как сотворчество, диалог всех креаторов и продукты творческой деятельности²⁰. Дальнейшая разработка понятия и концепции креатосферы позволила конкретизировать ее основные элементы, показать роль личности в ее формировании: «Основу креатосферы составляют внутренний потенциал человека, его профессиональная самореализация и способность генерировать новые знания»²¹, — отмечает, в частности, А.В. Михайлова. Таким образом, обнаруживается следующая взаимосвязь: с одной стороны, раскрытие и развитие творческого и инновационного потенциала личности осуществляется под влиянием креатосферы, с другой стороны, креатосфера — это не только среда формирования креативной личности и креативного класса, но и результат их деятельности. В процессе творческой деятельности происходит создание инновационного продукта и «креатизация» пространства. Креативные профессионалы обеспечивают контент, который требует творчества.

Для описания среды, способствующей развитию креативности и инновационного мышления студентов и аспирантов в университете, термин «креатосфера» практически не применялся, но широко использовались научные дефиниции, которые можно рассматривать как синонимы. Например, А.О. Карпов использует термин «творческое пространство», понимая под ним «когнитивно-генеративную систему, стимулирующую проявление креативности и процесса развития творческой функции мышления посредством соединения познавательной деятельности с эпистемически активной средой»²². В работах других авторов (например, С.С. Беликовой²³) упоминается понятие «образовательного пространства»,

²⁰ Бузгалин А.В. Новая Касталия // Альтернативы. 2006. № 2. URL: <https://www.alternativy.ru/ru/content/v-buzgalin-novaya-kastaliya> (дата обращения: 11.10.2018).

²¹ Михайлова А.В. К вопросу о применении качественных методов анализа в креатосфере // Материалы VIII Международной социологической грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии» / Под ред. А.В. Кулешова. М.: Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2018. С. 197.

²² Карпов А.О. Университеты в обществе знаний: теория творческих пространств // Вопросы философии 2018. № 1. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1852&Itemid=1 (дата обращения: 01.09.2018).

²³ Беликова С.С. Образовательное пространство вуза: состояние и социокультурный потенциал формирования творческой способности специалиста: Автореферат дис... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2009. С. 11.

способствующего «формированию творческой способности специалиста»²⁴. Еще один синонимичный термин — «креативная образовательная среда» — трактуется как «совокупность и последовательность методов, средств и форм организации деятельности студента, направленных на удовлетворение потребности его самореализации»²⁵, поощрение его творческой активности.

Независимо от терминологических предпочтений, авторы сходятся во мнении, что роль университета в современном обществе серьезно изменилась. Если в индустриальном обществе университет был призван осуществлять образовательную (подготовка специалистов высокой квалификации) и исследовательскую функции, то в информационном обществе университет должен играть роль креатосферы. Его основное предназначение — формирование не только интеллектуального (образовательного), но и креативного (инновационного) потенциала общества и государства. Более того, это новое предназначение призвано оказывать решающее воздействие и на образовательную, и на исследовательскую функции университета любого типа. Как утверждает А.О. Карпов, для университета 1.0 творческие пространства должны быть социально-насыщенными и творчески стимулирующими к познанию, для университета 2.0. — активно действовать как фактор создания научных и технико-технологических новшеств, а для университета 3.0 — также активно участвовать в процессах их продвижения к практическому использованию²⁶.

Интерес представляет трактовка роли университета в современном обществе Р. Флориды. Он утверждает, что изменение роли университета состоит в его активном влиянии на развитие трех «Т»: технологии, таланта и толерантности. Университет — это центр научных исследований, хаб по обучению и воспитанию талантов, а также катализатор для создания открытой, толерантной среды²⁷. По мнению Р. Флориды, университет должен способствовать развитию человеческого капитала, аккумулируя творческую энергию студентов и преподавателей, являющихся представителями креативного класса: так, первые могут быть отнесены к категории креативных профессионалов, занимающихся творческими задачами, использующих комплекс

²⁴ Там же.

²⁵ Ключкова Г.М. Креативная образовательная среда вуза как педагогическое условие развития креативных студентов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 383.

²⁶ Карпов А.О. Ук. соч.

²⁷ Florida R., Gates G., Knudsen B., Stolarick K. The University and the Creative Economy // Creative Class Group [Электронный ресурс]. December 2006. URL: <http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf> (дата обращения: 02.09.2018).

знаний для решения конкретных проблем, вторые — к категории суперкреативного ядра, характеризующегося высшим уровнем творческой деятельности, то есть созданием новых форм или решений.

Раскрывая ключевые компоненты креативной образовательной среды или креатосферы университета, отечественные и зарубежные исследователи предложили несколько моделей, среди них: системный подход Синаякана (Shinayakana), концепция SECI – спирали Нонака и Такэучи (Nonaka, Takeuchi), рациональная теория интуиции Вержбицки²⁸, эмпирическая модель креативной образовательной среды А.П. Солодкова, Т.Е. Косаревской и М.Е. Шмуракова, модель генеративной учебной среды А.О. Карпова и др.

Особенностью модели белорусских исследователей А.П. Солодкова, Т.Е. Косаревской, М.Е. Шмураковой является системный подход. Авторы выделяют принципы, факторы, методы, средства и условия креативной образовательной среды вуза. Исходный элемент модели — абитуриент, а конечный — выпускник²⁹. Заслуживает внимания указание авторов на принципы (целостность, структурированность, взаимосвязанность элементов, преемственность и непрерывность), а также многофакторный подход к рассмотрению функционирования модели креативной образовательной среды. Среди средств достижения отмечаются методы развития творческого потенциала, творческой личности, применение средств рефлексивной практики, создание педагогической среды с поддержкой инновационной деятельности³⁰. Сильной стороной указанной модели являются конкретные практические инструменты, среди которых: преподавание специальных курсов «Методология научного творчества», «Теория, методология, технология творческой деятельности», выявление и сопровождение одаренных студентов, проведение тренингов по развитию креативной личности и др.

Модель генеративной учебной среды А.О. Карпова отличает структурный подход³¹. Целью реализации модели А.О. Карпова является создание генеративной учебной среды, включающей не только процессы, ведущие к творчеству, но и особые ценностные установки, исследовательское поведение научного типа, научно-познавательные траектории развития личности (проблемно-познавательных

²⁸ Карпов А.О. Ук. соч.

²⁹ Солодков А.П., Косаревская Т.Е., Шмуракова М.Е. Образовательная среда как системообразующий фактор развития креативности в студенческом возрасте // Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта. 2013. № 4(76). С. 53.

³⁰ Солодков А.П., Косаревская Т.Е., Шмуракова М.Е. Ук. соч. С. 55.

³¹ Карпов А.О. Ук. соч.

программ)³². В отличие от модели белорусских исследователей, одним из свойств творческого пространства (креативной среды) в данной модели является неопределенность. Автор в большей степени обращает внимание на структуру. Она включает горизонтальные локальные творческие пространства (исследовательские группы, бизнес-инкубаторы, малые инновационные предприятия, научные общества учащихся, кафедры и т.п.), каждое из которых характеризуется своим уникальным набором компонентов, воздействующих на креативность: когнитивные роли, эпистемические процессы, научные и познавательные инструменты, физическое пространство, «психическая атмосфера», ценности, установки, традиции³³. Таким образом, общее творческое пространство университета — это наслаивающиеся локальные пространства, связанные «вертикальными» связями. Последние обеспечиваются выполнением одинаковых функций посредством структурно-функциональных систем: научного и социального развития личности, эпистемопсихологической, обменно-коммуникативной, инфраструктурно-средовой, метафункциональной³⁴. Представляется возможным совмещение этих моделей.

Весьма перспективной является также адаптация существующих моделей креатосферы коммерческих организаций (или, как их еще называют, моделей инновационной культуры / инновационного климата / инновационной среды) к особенностям образовательной среды университета. Эти модели (например, модель творческой и инновационной среды Т. Амабайл³⁵, модель организационной культуры, благоприятной для креативности и инноваций Я. Аурнхаммера и Х. Холла³⁶) тщательно структурированы, выделенные авторами компоненты креатосферы подлежат измерению и могут быть оценены с помощью диагностических инструментов.

Построение модели креатосферы университета в рамках настоящего исследования осуществлялось с учетом всех упомянутых выше подходов, при этом решающая роль была отведена последнему подходу — за основу предлагаемой нами модели были взяты модифицированные модели Т. Амабайл, Я. Аурнхаммера и Х. Холла. Таким образом, в модель креатосферы университета были включены следующие компоненты:

³² Там же.

³³ Там же.

³⁴ Карнов А.О. Ук. соч.

³⁵ Amabile T. Ibid. P. 1159.

³⁶ Auernhammer J., Hall H. Organizational culture in knowledge creation, creativity and innovation: towards the Freiraum model // Journal of Information Science. 2014. Vol. 40. №. 2. P. 156.

- *Организация учебного процесса* (расписание, взаимодействие с учебным отделом, с преподавателями, с научным руководителем, учебная нагрузка);
- *Содержание учебного процесса* (соответствие содержания учебных программ интересам учащихся, использование активных методов и традиционных методов обучения в учебном процессе);
- *Организация пространства в учебных помещениях* (дизайн, меблировка, техническое оснащение и удобство учебных помещений);
- *Организация пространства в рекреационных помещениях* (дизайн, меблировка, техническое оснащение и удобство рекреационных помещений);
- *Организация научно-исследовательской работы* (привлечение учащихся к участию в НИРах, наличие лабораторий и научных кружков, проведение научных конференций, организация научно-исследовательской работы на базе технопарка, входящего в структуру вуза, организация научно-исследовательской работы на базе инновационных предприятий, сотрудничающих с вузом, проведение практики на базе организаций по желанию аспиранта);
- *Внеучебная работа* (экскурсии, проведение интеллектуальных игр, организация конкурсов научных работ учащихся и выставок);
- *Материальная база* (наличие библиотеки, свободный доступ в Интернет, доступ к базам статей и другим научным ресурсам, наличие музея в университете);
- *Субъекты учебного процесса* (научные руководители, преподаватели, участвующие в учебном процессе, кафедры как научно-исследовательские коллективы, администрация факультета / вуза).

Апробация предложенной модели осуществлялась с помощью электронного анкетирования. В электронную анкету, размещенную на ресурсе www.surveymonkey.com, были включены полузакрытые вопросы о каждом из восьми предполагаемых компонентов модели, его влиянии на развитие креативности и инновационного мышления учащихся. Помимо них, в анкету вошли вопросы о значении креативности и инновационного мышления для профессиональной и научной деятельности учащихся, влиянии обучения в университете на их развитие, а также

открытые вопросы о препятствиях на пути развития креативности и инновационного мышления в университете, характеристиках образовательной среды университета, способствующей раскрытию и развитию творческого и инновационного потенциала учащихся, путях ее совершенствования. Предполагалось, что приведенные выше вопросы побудят респондентов назвать дополнительные компоненты креатосферы университета, не включенные в разработанную модель, а также позволят уточнить перечень признаков креатосферы университета, соответствующих каждому из восьми компонентов, уже отраженных в модели.

Участниками первой апробации модели креатосферы университета в сентябре 2018 года стали 32 аспиранта факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова (29,4 % от генеральной совокупности), обучающихся по направлениям подготовки «Социологические науки», «Экономика», «Политические науки и регионоведение», «Юриспруденция», «Исторические науки и археология». Выбор аспирантов в качестве участников апробации был обусловлен их опытом обучения в университете на протяжении нескольких лет и сопутствующей ему широкой осведомленностью об особенностях образовательной среды университета.

В ходе проведения анкетирования были выявлены следующие тенденции:

Роль креативности и инновационного мышления в научной и профессиональной деятельности респондентов оценивается как «высокая» (44,00 % и 36,00 % соответственно) и «скорее высокая» (48,00 % и 36,00 % соответственно), что косвенно подтверждает необходимость раскрытия и развития творческого и инновационного потенциала учащихся в процессе обучения в университете.

Возможности университета и факультета по формированию среды, способствующей развитию креативности и инновационного мышления учащихся, реализованы не в полной мере. Об этом свидетельствует средняя оценка респондентами уровня влияния университета и факультета на развитие их креативности и инновационного мышления в 6 баллов по 10-балльной шкале.

Важнейшее значение для развития креативности учащихся имеют такие компоненты креатосферы университета, как организация учебного (84,62 %) и рекреационного (78,57 %) пространства, а также внеучебная деятельность — например, организация конкурсов научных работ (докладов, статей) (64,71%). Развитию инновационного мышления может способствовать организация научно-исследовательской работы учащихся на базе субъектов инновационной инфраструктуры вуза (87,5 %), а также сотрудничающих с вузом инновационных

предприятий (87,5 %). Существенное влияние на развитие инновационного мышления учащихся могут оказать научные руководители (63,16%) и преподаватели, участвующие в учебном процессе (68,75%): «В данном процессе самую важную и полезную роль играют научный руководитель и преподаватели, так как чаще всего они поощряют критическое мышление и рассуждение»; «Решающее значение для формирования новых идей имеет готовность профессионального кадрового состава принимать новые идеи, вовлекаться в процесс творчества в гуманитарных и технических областях», — отмечают в комментариях респонденты.

К числу основных препятствий на пути развития креативности и инновационного мышления учащихся в аспирантуре можно отнести:

- отсутствие сложившихся механизмов поощрения творческой и инновационной активности аспирантов («отсутствие адекватных алгоритмов для продвижения идей», «отсутствие понятной системы грантов и мотиваций»);
- нагрузку преподавателей («высокая степень нагрузки на преподавательский состав — как следствие, индифферентность в вопросах поддержки интеллектуального творчества аспирантов»);
- необходимость совмещать работу с учебой («необходимость работать, чтобы выжить»).

На формирование креатосферы университета, способствующей развитию креативности и инновационного мышления учащихся, благотворно влияет:

- использование методов активного обучения: ролевых игр (79,17 %) и кейс-стади (72,00 %) для развития креативности; практикумов (57,89 %), мастер-классов (59,09 %), конференций (55,0 %) для развития инновационного мышления;
- вовлеченность преподавателей и научных руководителей во взаимодействие с учащимися (они должны «служить примером для учащихся», «уметь заинтересовать учащихся», быть готовыми «создавать атмосферу коллективной работы»);
- активное участие кафедр в поощрении и поддержке научных интересов и инициатив учащихся через систему грантов и НИР.

В число первичных мер по формированию креатосферы университета и факультета, обеспечивающей развитие креативности и инновационного мышления учащихся, по мнению респондентов, входит:

- проведение на регулярной основе круглых столов, конференций, других творческих и научных мероприятий для студентов и аспирантов, «где каждый может поделиться идеями, результатами работы»;
- целенаправленное формирование творческих и научных сообществ в среде студентов и аспирантов для обсуждения идей, инициатив — «инновационных лабораторий», «лабораторий мысли»;
- организация пространства для творчества, научной работы и неформального общения студентов и аспирантов — «коворкингов», «фаблабов»; переоборудование рекреационных пространств («оборудование внеучебных аудиторий мониторами с трансляцией интересных новостей из научного мира»), изменение их дизайна («Дизайн, безусловно, значим для креативности мышления. Например, в офисе «Яндекс» переговорные имели не просто нумерацию, а зашифрованную нумерацию. Такая среда способствовала выходу за границы шаблонов», «Как эксперимент, почему бы не сделать граффити с изображением других известных вузов как символ преемственности и студенческого братства», — высказывают свои идеи респонденты);
- трансформация организационной культуры на основе принципов открытости (например, открытости корпоративному миру, предполагающей приглашение практиков для проведения обучающих мероприятий), сотворчества (например, сотворчества преподавателей и учащихся при подготовке общих публикаций), адаптивности (например, адаптивности учебных программ к новым потребностям / интересам учащихся).

Проведенное анкетирование определяет направления практической реализации модели креатосферы университета. В их числе активное вовлечение всех участников учебного процесса (администрации, кафедр, преподавателей, самих учащихся) в формирование креатосферы; использование методов активного обучения в учебном процессе; поощрение инициатив, связанных с организацией и проведением научных / творческих мероприятий для студентов и аспирантов на регулярной основе;

переформатирование учебного и рекреационного пространства университетов с учетом пожеланий / идей / предложений учащихся и, возможно, с их помощью; совершенствование механизмов поддержки творческой и инновационной активности учащихся; развитие системы внутренних грантов; оказание помощи студентам и аспирантам в подаче заявок на внешние гранты и др.

Что касается дальнейшей доработки предложенной модели, то требуется расширение перечня признаков, скрывающихся за каждым из восьми компонентов креатосферы, включенных в модель. Принимая во внимание значимость роли всех субъектов (научных руководителей, кафедр, преподавателей и др.) в развитии креативности и инновационного мышления учащихся, целесообразно отразить их в модели отдельными пунктами. Особое место в модели должно быть отведено атмосфере, климату в коллективе. Необходимо уточнить ценности, установки участников учебного процесса, способствующие раскрытию и развитию творческого и инновационного потенциала учащихся. Приведенные выше направления доработки модели креатосферы университета должны быть учтены при совершенствовании анкеты, использованной в ходе апробации. После внесения всех необходимых правок анкета может быть использована как инструмент диагностики креатосферы университета.

Список литературы:

1. *Батоврина Е.В., Блохина М.С.* Развитие инновационного мышления персонала в процессе профессиональной подготовки // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. № 4. С. 126–134.
2. *Беликова С.С.* Образовательное пространство вуза: состояние и социокультурный потенциал формирования творческой способности специалиста: Автореферат дис... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2009.
3. *Бережнов Г.В.* Креативная деятельность предприятия. М.: МЕЛАП, 2005.
4. *Богоявленская Д.Б.* Психология творческих способностей. М.: Академия, 2002.
5. *Бузгалин А.В.* Новая Касталия // Альтернативы. 2006. № 2. URL: <https://www.alternativy.ru/ru/content/v-buzgalin-novaya-kastaliya> (дата обращения: 11.10.2018).
6. *Карпов А.О.* Университеты в обществе знаний: теория творческих пространств // Вопросы философии 2018. № 1. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1852&Itemid=1 (дата обращения: 01.09.2018).
7. *Карпова Ю.А.* Введение в социологию инноватики. СПб.: Питер, 2004.

8. Клочко В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения. Томск: Томский государственный университет, 2009.
9. Клочкова Г.М. Креативная образовательная среда вуза как педагогическое условие развития креативных студентов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 379–383.
10. Косалс Л.Я. Социальный механизм инновационных процессов: сравнительный анализ советского и постсоветского периодов // Экономическая наука современной России. 2000. № 3–4. С. 85–96.
11. Лалу Ф. Открывая организации будущего. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
12. Микалко М. Энциклопедия бизнес-идей. Тренинг креативности. М.: Питер, 2003.
13. Михайлова А.В. К вопросу о применении качественных методов анализа в креатосфере // Материалы VIII Международной социологической грузинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии» / Под ред. А.В. Кулешова. М.: Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2018. С. 197–201.
14. Петровская И.А., Абдулваганова А.А. Факторы креативности организации // Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. 2013. № 1/2. С. 3–14.
15. Пономарев Я.А. Психология творчества. М.: Наука, 1976.
16. Солодков А.П., Косаревская Т.Е., Шмуракова М.Е. Образовательная среда как системообразующий фактор развития креативности в студенческом возрасте // Веснік Віцебскага дзяржаўнага ўніверсітэта. 2013. № 4(76). С. 51–57.
17. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2007.
18. Фролов Д.П., Шелестова Д.А., Лаврентьева А.В. Экономика знаний и когнитивная реиндустриализация России: институционально-эволюционный анализ // Приоритеты России. 2013. № 12. С. 14–23.
19. Эфендиев А.Г., Сорокин П.С. Инновационное поведение сотрудников российских бизнес-организаций: теоретические и методологические основы эмпирического исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2012. № 3. С. 82–93.
20. Amabile T. Assessing the work environment for creativity // The Academy of Management Journal. October 1996. Vol. 39. No. 5. P. 1154–1184.
21. Auernhammer J., Hall H. Organizational culture in knowledge creation, creativity and innovation: towards the Freiraum model // Journal of Information Science. 2014. Vol. 40. № 2. P. 154–166.

22. *Barron F.* Creative person and creative process. New York: Holt, Rinehart and Winstor inc., 1969.
23. *Florida R., Gates G., Knudsen B., Stolarick K.* The University and the Creative Economy // Creative Class Group [Электронный ресурс]. December 2006. URL: <http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf> (дата обращения: 02.09.2018).
24. *Torrance E.* Education and the creative potential. Minneapolis: The University of Minnesota Press, 1967.

Batovrina E.V., Kuptsova I.V.

University's Creatosphere Model: the Experience of Analysis

Ekaterina V. Batovrina — PhD, Associate Professor, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, the Russian Federation.

E-mail: Batovrinaev@spa.msu.ru

Irina V. Kuptsova — DSc (History), Professor, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, the Russian Federation.

E-mail: Kupcova@spa.msu.ru

Abstract

The article is devoted to the analysis of the university's creatosphere model which promotes the development of creativity and innovative thinking of graduate and postgraduate students, contributes to their willingness to creative and innovative activity, and is of particular importance for the development of a knowledge economy, in the context of which the creativity and innovative thinking are considered as the driving forces for knowledge production and enhancement of organizations competitiveness. Based on the analysis of the existing theoretical models of creative space and the empirical data obtained by means of questioning postgraduate students of the School of Public Administration of Lomonosov Moscow State University, the key components of the university's creatosphere model are highlighted, and the recommendations for its practical implementation are offered.

Key words

Knowledge economy, creativity, innovative thinking, university creatosphere, university educational space, creative space.