

А.А. Журавлев, Т.А. Нестик

## Психология совместного творчества и инновации в современной организации



В статье рассматриваются основные теоретические подходы к изучению креативности как группового феномена, анализируются социально-психологические аспекты индивидуальной и групповой креативности, выделяются основные направления исследования совместного творчества в социальной психологии.

### Введение

Ускорение изменений в научно-технической сфере, в жизни организаций и мировой экономике привело к увеличению числа инновационных задач, требующих нестандартного подхода, причем часто в таких условиях, когда участники совместной деятельности не имеют соответствующего опыта. Необходимость быстро реагировать на меняющуюся ситуацию и даже опережать изменения оставляет все меньше возможностей для деятельности, целиком регламентированной внутриорганизационными положениями и процедурами. Все чаще проектные и управленческие команды вынуждены импровизировать на ходу, предугадывая действия друг друга. В условиях информационного общества и быстрого обновления знаний растет взаимозависимость экспертов: разработка креативного решения уже невозможна силами одного сотрудника, так как ему приходится опираться на знания и опыт других экспертов.

### Социально-психологическая природа творчества

Под *творчеством* принято понимать внесение значимого вклада в работу над задачей. Вклада, ведущего к разработке новых идей или к созданию новых продуктов, которые решают проблему, соответствуют сложившейся ситуации или реализуют общественно значимую цель. *Креативность* — это способность создавать продукт, который обладает новизной и при этом соответствует окружающему контексту, а также ограничениям, накладываемым ситуацией [8, 28].

На протяжении более чем четырех десятилетий изучения креативности в психологии исследования в этой области были сосредоточены вокруг трех основных тем: когнитивные процессы, лежащие в основе творческого мышления, творческая личность и ее поведенческие характеристики, а также несколько позднее заявившая о себе проблема внешней среды, способствующей или препятствующей творческой деятельности. В центре всех трех тем был индивид — его когнитивные процессы, личностные черты и окружение [8, 21]. Креативность как групповая характе-

**Журавлев Анатолий Лактионович** — доктор психологических наук, профессор, член-корреспондент Российской академии образования (2004) и Российской академии наук (2008). Директор Института психологии РАН, главный редактор «Психологического журнала» РАН, заведующий кафедрой социальной психологии и декан факультета психологии Государственного академического университета гуманитарных наук (ГАУГН). Почетный работник высшего профессионального образования РФ (2003).

Специалист в области социальной, экономической и организационной психологии, психологии личности, труда и управления. Является автором свыше 400 научных работ, среди которых несколько монографий: «Психология управленческого воздействия» (2004), «Психология совместной деятельности» (2005), «Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования» (2007, в соавт.) и др. Научный руководитель авторского коллектива учебного пособия «Социальная психология» (2002, 2006, 2008, в соавт.), получившего гриф УМО по психологии.

**Нестик Тимофей Александрович** — кандидат философских наук, старший научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН. Автор многочисленных публикаций по психологии совместной деятельности, психологическим аспектам управления знаниями, формированию социальных сетей и доверия в организациях.



ристика долгое время была упущена из внимания исследователей [3, 4, 42].

Научные работы, которые посвящались совместному творчеству, или были основаны на описании реальных научных, изобретательских, писательских, военных и иных творческих коллективов с противоречивыми выводами об их эффективности, или строились как эмпирическая проверка эффективности конкретных групповых методов повышения креативности, таких, как мозговой штурм, синектика и т. п. [17].

Хотя на протяжении долгого времени в центре внимания специалистов находилась индивидуальная креативность, посвященные ей исследования подготовили почву для изучения совместного творчества. Так, Т. Эмэбейл предложила теоретическую модель творчества, предполагающую наличие трех основных усиливающих друг друга элементов. Во-первых, это внутренняя мотивация к работе над задачей, которая проявляется в большей приверженности и уделении работе большего количества времени, стремлении не отвлекаться от работы, погрузиться в нее с головой [29, 48]. Во-вторых, это высокий уровень компетентности в области решаемой задачи. Она проявляется в знании различных подходов, наличии собственного мнения по вопросам, связанным с данным кругом задач, обладании необходимыми техническими навыками и эстетическими критериями оценки выполняемой работы [27]. В-третьих, это творческое мышление и поведение — гибкость использования различных подходов к решению задачи, внимание к неожиданным ее аспектам, выбор нестандартных методов реализации решения. Один из основоположников психологии творчества Дж. Гилфорд назвал эту способность «дивергентным мышлением», которое характеризуется высокой скоростью и гибкостью мыслительных процессов, новизной предлагаемых идей, развитой способностью к обобщению и анализу информации, ее реорганизации, переименованию и переопределению, умением работать со сложными образами и понятиями, совершенствовать и оттачивать выдвинутые идеи [36].

Другие исследования свидетельствуют о том, что важнейшей составляющей креативности является способность к латеральному [33], ассоциативному мышлению, то есть совмещению разных, далеких друг от друга категорий, улавливанию сходства между совершенно не связанными друг с другом элементами [45]. Р. Стернберг и Т. Любарт выделили в качестве основных характеристик творческого мышления способность определять ключевые элементы проблемы, оценивать или представлять в воображении соответствие частей друг другу и выявлять из полученной ранее информации ту, которая важна для решения проблемы [50]. В мозговых штурмах от креативной личности ожидают подготовки к групповой встрече и активного участия в ней, постановки значимых для обсуждения вопросов, высказывания оригинальных идей, развития предложений других участников [48].

Креативность связана и с некоторыми личностными чертами, такими, как широкий круг интересов, стремление к решению сложных задач, интуитивный тип мышления, развитое эстетическое восприятие, низкий уровень избегания неопределенности, склонность к риску, упорство и уверенность в себе [28], открытость новому опыту [39, 44], сознательность [52]. В определенной степени этим личностным характеристикам соответствуют групповые: разнородность интересов участников группы, мотивация на решение коллективной сверхзадачи, способность к обмену неявными знаниями, низкий уровень избегания неопределенности и готовность к риску, уверенность группы в своих силах.

Как известно, в процессе индивидуального творчества продуцирование образов сочетается с процессом активации, который активизирует новые элементы памяти, вводит их из долговременной памяти в рабочую [22, 32]. Оказалось, что высокая креативность связана со способностью расширять объем внимания и дефокусировать его [22, 46]. Если сопоставить нейронную сеть и социальные сети, то нетрудно увидеть аналогию между описанными закономерностями индивидуального творчества и той ролью, которую играют в совместном творчестве «слабые связи» с внешними по отношению к группе экспертами. Обращаясь к своим знакомым с вопросами по поводу решаемой проблемы, участники группы активируют память профессионального сообщества, вовлекая в решение новые идеи. Современные организации, реализуя стратегию «открытых инноваций», то есть привлечения инновационных идей извне, расширяют объем своего внимания и, пользуясь личными связями, открывают «золотое дно», решая проблемы, о существовании которых первоначально даже не догадывались.

Изучение индивидуального творчества привело исследователей к выводу о том, что креативность невозможна вне социального взаимодействия, то есть является не только индивидуально-психологической, но социально-психологической характеристикой. Так, Д. Харрингтон предложил рассматривать творчество как совместную деятельность, так как индивидуальное творчество всегда является продуктом взаимодействия с более широкой социальной средой [38]. Согласно М. Чиксентмихайли, творческая идея формируется под влиянием трех факторов: социального поля, сферы творчества и личности (Csikszentmihalyi, 1988). *Поле творчества* — это совокупность социальных институтов, которые сохраняют только те творческие идеи, которые признаются ими как значимые. *Сфера творчества* — это область знаний или культурных практик, которые через традицию доносят новые идеи и формы до последующих поколений. Наконец, *личность* — это творец, вносящий в ту или иную культурную сферу изменения, которые должны быть признаны творческими представителями данного социального поля. Таким образом, вне социального поля, вне взаимодействия с другими людьми

ми, пусть даже в форме внутреннего диалога, автокоммуникации, творчество невозможно.

### Исследования совместного творчества в отечественной психологии

Важный вклад в переход от изучения индивидуальных форм творчества к изучению совместной творческой деятельности внесли отечественные психологи. Объектом исследования при этом выступали в основном коллективы изобретателей и ученых, а также экспериментальные группы [5, 9, 17]. Согласно Я.А. Пономареву, в основе творчества лежит психологический механизм порождения неосознаваемых «побочных продуктов» в решении творческой задачи, которые выступают в качестве «подсказки», ведущей к интуитивному решению. Последующая вербализация и формализация решения приводят к преобразованию интуитивного решения в логическое, а побочного продукта — в прямой [15, 16]. По мнению Я.А. Пономарева и Ч.М. Гаджиева, этот же механизм лежит и в основе совместного творчества, однако здесь складывается особая коллективная форма преобразований побочного продукта: побочные продукты, возникающие в действиях одного из членов группы, могут быть использованы в качестве подсказки любым другим членом группы, могут регулировать действия других участников совместного решения [17].

Идея Я.А. Пономарева о сочетании интуитивного и логического «режимов» в творчестве получила свое развитие в работах его учеников и соавторов. В значительной степени под влиянием отечественного «рефлексивного движения» (работы Г.П. Щедровицкого, В.А. Лефевра и др.) и отечественной психологии рефлексии [20], наибольшее внимание уделялось рефлексивным механизмам, наряду с интуицией, как центральным элементам творческого процесса (В.К. Зарецкий, Г.И. Катрич, Н.Б. Ковалева, М.И. Найденов, Е.Р.Новикова, А.В. Растянкин, И.Н. Семенов, Е.А. Сиротина, С.Ю. Степанов, Д.Н. Ушаков и др.). *Рефлексия*, понимаемая как процесс осмысления, переосмысления и преобразования субъектом содержания сознания, деятельности, общения и форм своего опыта, задает связность и осмысленность индивидуальной и совместной деятельности, мобилизует интеллектуальные ресурсы в проблемно-конфликтных ситуациях, порождает действенно-преобразующее поведение личности или группы к самим себе. При этом именно рефлексия превращает совместное творчество в такую форму межличностного взаимодействия, в ходе которой происходит развитие личности и группы [18].

По мнению С.Ю. Степанова, способом создания творческой среды является формирование *катализаторов рефлексивности* — это либо групповые ценности и образцы деятельности, либо психологические практики, реализующие специальные методики организации рефлексивного переживания опыта. Основным механизмом данных методик является

создание у участников рефлексивного альтер-эго, позволяющего посмотреть на ситуацию с точки зрения инновационного «иномира», который сначала противопоставляется консервативной реальности, а затем проникает в нее. При этом ирреальность «иномира» позволяет переосмыслить индивидуальные и коллективные стереотипы, творчески раскрепощая участников и одновременно обеспечивая им психологическую защиту. Такое совместное творчество обладает мощным психотерапевтическим и развивающим эффектом, открывая не только зоны ближайшего развития, но и перспективы отдаленного профессионально-личностного развития участников [19].

Согласно М.И. Найденову, рефлексия выступает в качестве фактора, повышающего эффективность совместного творчества [11, 12]. Рефлексия понимается им как система высокоорганизованного психического отражения в фактической или виртуальной группе, характеризующегося со стороны результата — степенью новизны и глубиной проработанности интеллектуального продукта, а со стороны процесса — объемом каналов отражения, скоростью переработки информации, количеством и уровнем переосмысления совместного опыта. Рефлексия в ходе совместного творчества развивает группу, позволяя ей переосмыслить, повторно отразить проблемно-конфликтную ситуацию. При этом она не сводима к сумме индивидуальных рефлексий, возникает лишь в групповом событии. Система *групповой рефлексии* включает в себя различные предметы отражения: интеллектуальные, коммуникативные, личностные, межперсональные аспекты совместного творчества. Групповая рефлексия выступает в роли вторичной психической модели, в которой обрабатывается опыт группы, взаимоотражаются действия или бездействие ее участников. По мнению М.И. Найденова, групповая рефлексия в совместном творчестве может рассматриваться в трех ракурсах: как *действие*, как *способность*, а также как *групповая ценность*, облегчающая взаимодействие и осмысление совместного опыта. Рефлексия оказывается тем самым «побочным продуктом» совместного творчества, который приобретает самоценность и развивает участников группы. Для повышения эффективности совместного творчества М.И. Найденовым разработаны рефлексивные тренинг-практикумы, позволяющие участникам решать практическую проблему, обеспечивая в то же время возможность для рефлексии этого события, развивающие рефлексивные способности группы и стимулирующие принятие участниками рефлексии как групповой ценности.

Совместное творчество П.В. Малиновский, а также Т.Ю. Базаров и Е.А.Аксенова выделяют в особый, *совместно-творческий тип* совместной деятельности, каждый участник которой является создателем нового, их индивидуальные вклады принципиально невычленимы [2, 10]. Совместно-творческий тип деятельности требует транспрофессионализма, то есть



способности участников работать в разных профессиональных позициях и групповых ролях в зависимости от решаемой задачи. Важной характеристикой сотворчества эти авторы считают повышение его участниками своей профессиональной компетентности, взаимосвязанное с развитием группы как целого: совместное творчество позволяет каждому пробовать разные способы деятельности, обогащаться приемами работы, присущими другим специалистам.

Г.С. Гавреева сосредоточила свое внимание не столько на психологических механизмах совместного творчества как процесса, сколько на креативности как устойчивой групповой характеристике. *Групповую креативность* она определяет как комплексное свойство группы, позволяющее ей в совместной профессиональной деятельности генерировать оригинальные идеи, инновационные предложения, находить способы нестандартного решения проблем, инициативно относиться к делу, стремиться к высоким профессиональным достижениям. В качестве эмпирических индикаторов групповой креативности она выделяет интерес к разработке и решению проекта, уровень ценностного единства группы, уровень творческого настроения, уровень генерирования новых идей, готовности к работе над наиболее сложными и ответственными задачами, активность группы в процессе разработки и решения проектных задач. Факторный анализ позволил ей объединить эти характеристики в две группы: групповая активность и групповая сплоченность в творчестве [4]. Результаты ее исследования указывают на то, что, помимо внутренней мотивации и высокой вовлеченности участников, в совместном творчестве весомую роль играет характер лидерства, поддерживающего творческие групповые ценности и особую групповую идентичность.

### Совместное творчество и инновации

Без всякого сомнения, на протяжении последних 20 лет преобладание индивидуальных форм инновационной и в узком смысле творческой деятельности сменилось преобладанием *коллективных, командных* ее форм. В 1990-е г.г. интенсивные изменения и инновации, осуществлявшиеся с помощью команд, превратили управление групповой креативностью в одну из наиболее актуальных проблем теории менеджмента, а также социальной и организационной психологии [4, 7, 24, 35, 40, 41, 43, 49, 53, 55]. Важную роль при этом сыграло сближение понятий креативности и инновационности.

Во-первых, превращение командной работы в основную форму организации труда, повышение сложности решаемых командами задач, а также развитие информационных технологий привели к тому, что совместно-творческий вид совместной деятельности стал использоваться там, где раньше использовались совместно-последовательный и совместно-параллельный [2]. Совместное творчество в виде

мозговых штурмов стало неотъемлемым атрибутом повседневной жизни современной организации.

Во-вторых, в условиях обострившейся конкуренции за использование новых технологий, а также в связи с необходимостью постоянно преодолевать сопротивление изменениям в организациях креативность стала подразумевать не только способность к генерированию новых идей, но и способность добиваться их поддержки, совершенствовать их в ходе обсуждения с другими людьми, доводить их до реализации. Таким образом, понятие креативности стало сближаться с понятием *инновации*, то есть создания новых товаров, услуг и процессов, обеспечение их поддержки и внедрения в деятельность организации [30]. Само совместное творчество, то есть генерирование новых идей, стало рассматриваться как первый основной этап инновационного процесса, за которым следует этап изменений, внедрения новых идей в жизнь организации [54].

Таким образом, исследования групповой креативности и инновационности развивались в нескольких направлениях.

Во-первых, это исследования порождения и обмена идеями в экспериментальных группах, где основное внимание уделялось особенностям переработки информации во внутригрупповом взаимодействии. В рамках данного направления изучаются такие феномены, как процессуальные потери при коллективном творчестве, влияние на креативность разнообразия группового состава, роль социального сравнения, влияние совместного творчества на индивидуальную креативность членов группы и др. [1, 14, 24, 25, 47].

Во-вторых, это исследования креативности и инновационности реальных групп в организациях, где наметились несколько подходов.

Первый из них связан с поиском способов повышения креативности команд за счет повышения разнообразия их состава, например, функциональной принадлежности участников, различий в образовании и профессиональном опыте, а также за счет введения таких форм групповой разработки решений и организации труда, которые стимулируют количество и разнообразие выдвигаемых идей [4, 51].

В центре внимания второго направления полевых исследований находятся внешние связи команды с другими командами и экспертами в организации, позволяющие координировать усилия и привлекать дополнительные интеллектуальные ресурсы. Как показывают наблюдения этих авторов, креативность и инновационность команды тесно связана со способностью ее членов добывать необходимую команде информацию через личные контакты, а также лоббировать разработанные командой идеи, опираясь на свои связи в организации [30, 31, 37]. Наибольшую известность в рамках данного направления получила теория «инновационных команд» Д. Анконы и Х. Бресмана. С их точки зрения, инновационная ко-

манда (X-команда) — это группа, ориентированная на предпринимательское поведение и адаптивность, эффективно управляющая внутренними и внешними отношениями, обеспечивающая внедрение разработанных ею идей, а также способная гибко менять свою структуру и состав в зависимости от стадии работы над задачей [30]. С одной стороны, инновационность команд и организаций тесно связана со способностью выходить за свои границы, заимствовать опыт, идеи и знания у других команд. С другой стороны, генерирование идей в компании должно подчиняться единому ритму: синхронизация инновационной деятельности отдельных команд с общеорганизационными циклами (конец финансового года, маркетинговый цикл и т. п.) повышает координированность их усилий и дает возможность топ-менеджменту регулярно проводить оценку и отбор наиболее перспективных решений [23, 30].

### Заключение

На основании проведенного нами анализа можно сделать следующие выводы.

Во-первых, на протяжении последних 20 лет наблюдается смещение внимания исследователей с индивидуальной креативности на изучение совместного творчества. Основными направлениями исследований при этом являются исследования порождения и обмена идеями в экспериментальных группах, а также исследования креативности и инновационности реальных групп в организациях. С одной стороны, ведется активный поиск методов повышения креативности команд за счет их состава и технологического взаимодействия. С другой стороны, изучаются внешние связи группы с другими командами и экспертами в организации, позволяющие координировать усилия и привлекать дополнительные интеллектуальные ресурсы. В зарубежных исследованиях основное внимание уделяется факторам креативности как групповой характеристики, связанной с результатами деятельности. Напротив, отечественная психология совместного творчества, сформировавшись в 1970—1980-е гг. на основе исследований научного творчества и изобретательства, ориентирована на изучение преимущественно процессуальных характеристик творчества (фазы совместной творческой деятельности, изменение ролевой структуры творческого коллектива, влияние процессов общения, групповой рефлексии и лидерства на индивидуальную и групповую креативность).

Во-вторых, групповая креативность подразумевает не только способность группы к генерированию новых идей, но и способность добиваться их поддержки, совершенствовать их в ходе обсуждения с другими людьми, доводить их до реализации. Таким образом, понятие креативности сближается сегодня с понятием инновации, то есть создания новых товаров, услуг и процессов, обеспечение их поддержки и внедрения в деятельность организации.

В-третьих, подводя итог исследованиям в области психологии совместного творчества в организациях, можно отметить, что малоизученными остаются и некоторые когнитивные процессы в группе, носящие бессознательный характер и тесно связанные с креативностью: коллективный инсайт, групповая интуиция, совместная импровизация [13].

В-четвертых, не проясненным остается, является ли креативность устойчивой характеристикой команд или это определенное состояние внутригруппового взаимодействия? Аналогичная путаница сложилась и в отношении понятий совместного творчества и творческого коллектива. По-видимому, совместно-творческая деятельность может протекать не только в малых группах, но и в социальных сетях, диффузных группах. Решение этих вопросов представляет особый интерес в связи с тем, что креативность в последние годы все чаще рассматривается как характеристика больших социальных групп. В частности, высокую популярность получило понятие «креативный капитал», введенное Р. Флоридой для обозначения способности организаций, городов и крупных регионов привлекать творческих личностей, создавая таким образом арсенал связанных между собой специалистов, чьи идеи могут быть превращены в полезные продукты и услуги [35]. Близкими к нему по смыслу являются понятия «интеллектуальные сети» и «открытые инновации» [26]. Иными словами, совместное творчество как социально-психологический феномен не ограничивается малыми группами, его необходимо изучать не только на внутригрупповом, но и на межгрупповом и социальном уровнях анализа.

Наконец, в научной литературе до сих пор нет единого мнения относительно соотношения понятий креативности и инновационности. С одной стороны, очевидно, что для генерирования новых идей и для их последующего воплощения команде необходимы разные компетенции. С другой стороны, на практике разработка новых подходов осуществляется одновременно с внедрением. В связи с этим огромное значение для понимания природы совместного творчества имеет вопрос о взаимовлиянии межличностных, групповых и межгрупповых процессов, отвечающих за креативность и инновационность.

### ЛИТЕРАТУРА:

1. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Кириченко Т.Н., Мацнева Н.В. Целевая структура при совместном решении мыслительных задач // Новые исследования в психологии. — 1984. — Вып. 1. — С. 61—65.
2. Базаров Т.Ю., Аксенова Е.А. Организация как феномен // Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова и Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ, 2001. — С. 79—97.
3. Воронин А.Н. Интеллект и креативность в межличностном взаимодействии. — М.: ИП РАН, 2004.



4. Гавреева Г.С. Влияние внутригрупповых процессов на развитие креативности малой группы: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. — М.: ГУУ, 2008.
5. Гиндилис Н.Л. Совместная деятельность двух ученых как форма научного сотрудничества: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. — М., 1982.
6. Лебедева Н.М. Ценности и отношение к инновациям российских и канадских студентов // Психологический журнал. — 2009. — №6. — С. 81—92.
7. Лебедева Н.М., Ясин Е.Г. Культура и инновации: к постановке проблемы // Форсайт. — 2009. — №2 (10). — С. 16—26.
8. Любарт Т., Муширу К., Торджман С., Зенасни Ф. Психология креативности. — М.: Когито-Центр, 2009.
9. Максимов В.В. Психологические вопросы соотношения индивидуального и коллективного в научном творчестве: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. — М., 1971.
10. Малиновский П.В. Идеино-теоретические и методологические основы организационно-управленческих игр // Управленческие нововведения и игропрактика. — М.: ИС АН СССР, 1990. — С. 75—101.
11. Найденов М.И. Модель групповой рефлексии в контексте анализа творчества педагога // Творчість в технології виховання та научення: Зб. наук. праць. — К.: Запоріжжя, 1998. — С. 171—176.
12. Найденов М.И. От «первичной модели» группового субъекта творчества к «побочному продукту» групп-рефлексивной услуги // Психология творчества: школа Я.А. Пономарева / Под ред. Д.В. Ушакова. — М.: ИП РАН, 2006. — С. 455—481.
13. Нестик Т.А. Лидер-импровизатор // Методические и аналитические материалы комитета ТПП РФ по деловой этике. — М.: ТПП РФ, 2006. — С. 146—152.
14. Палагина И.В. Влияние общения на регуляцию мышления в проблемной ситуации: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. — М., 1986.
15. Пономарев Я.А. Психология творчества. — М.: Наука, 1976.
16. Пономарев Я.А. Фазы творческого процесса // Исследование проблем психологии творчества / Под ред. Я.А. Пономарева. — М.: Наука, 1983. — С. 3—25.
17. Пономарев Я.А., Гаджиев Ч.М. Психологический механизм группового (коллективного) решения творческих задач // Исследование проблем психологии творчества / Под ред. Я.А. Пономарева. — М.: Наука, 1983. — С. 279—295.
18. Растяников А.В., Степанов С.Ю., Ушаков Д.В. Рефлексивное развитие компетентности в современном творчестве. — М.: ПЕР СЭ, 2002.
19. Степанов С.Ю. Психология творчества и рефлексии в современных социальных практиках // Психология творчества: школа Я.А. Пономарева / Под ред. Д.В. Ушакова. — М.: ИП РАН, 2006. — С. 482—511.
20. Степанов С.Ю., Семенов И.Н. Психология рефлексии: проблемы и исследования // Вопросы психологии. — 1985. — №3. — С. 31—40.
21. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии // Вопросы психологии. — 1998. — №4. — С. 123—135.
22. Ушаков Д.В. Языки психологии творчества: Яков Александрович Пономарев и его научная школа // Психология творчества: школа Я.А. Пономарева / Под ред. Д.В. Ушакова. — М.: ИП РАН, 2006. — С. 19—142.
23. Эйзенхарт К., Браун Ш. В ногу со временем: как конкурировать на постоянно меняющихся рынках // Управление в условиях неопределенности. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — С. 177—203.
24. Яголковский С.Р. Психология креативности и инноваций — М.: ГУ ВШЭ, 2007.
25. Яголковский С.Р., Бабаева Ю.Д. Динамика проявлений креативности в условиях обмена идеями // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. — Вып. 2 / Под общ. ред. Б.С. Братуся, Е.Е. Соколовой. — М.: Смысл, 2006. — С. 317—337.
26. Almirall E., Casadesus-Masanell R. Open versus closed innovation: A model of discovery and divergence // Academy of Management Review. — 2010. — Vol. 35. — Issue 1. — Pp. 27—47.
27. Amabile T.M. Creativity in context. — Boulder, CO: Westview Press, 1996.
28. Amabile T.M. The social psychology of creativity: A componential conceptualization // Journal of Personality and Social Psychology. — 1983. — 45. — Pp. 357—376.
29. Amabile T.M., Hill K.G., Hennessey B.A., Tighe E. The Work preference inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivation orientations // Journal of Personality and Social Psychology. — 1994. — 66. — Pp. 950—967.
30. Ancona D., Bresman H. Begging, borrowing, and building on ideas from the outside to create pulsed innovation inside teams // Creativity and innovation in organizational teams / Ed. by L.L. Thompson, H.-S. Choi. — Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2006. — Pp. 183—198.
31. Ancona D.G., Caldwell D.F. Demography and Design: Predictors of New Product Team Performance // Organizational Science. — 1992. — Vol. 3. — Pp. 321—341.
32. Anderson J.R. The architecture of cognition. — Cambridge, MA: Harvard University Press, 1983.
33. Bono de E. Lateral and vertical thinking // Creative management / Ed. by J. Henry. — London: Sage, 1991. — Pp. 16—23.
34. Csikszentmihalyi M. Society, culture, and person: A systems view of creativity // The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives / Ed. by R.J. Sternberg. — New York: Cambridge University Press, 1988. — Pp. 325—339.
35. Florida R., Goodnight J. Managing for creativity // Harvard Business Review. — 2005. — Vol. 83. — №7. — Pp. 124—131.
36. Guilford J. P. Creativity // American Psychologist. — 1950. — 5. — Pp. 444—454.
37. Hansen M.T. The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits // Administrative Science Quarterly. — 1999. — 44(4). — Pp. 82—111.
38. Harrington D.M. The ecology of human creativity: A psychological perspective // Theories of creativity / Ed. by M. A. Runco, R. S. Albert. — Newbury Park, CA: Sage, 1990. — Pp. 143—169.
39. King L.A., Walker L., Broyles S.J. Creativity and the five-factor model // Journal of Research in Personality. — 1996. — 30. — Pp. 189—203.



Всероссийский конкурс профессионального мастерства  
«Педагог-психолог России — 2011»

25 сентября — 1 октября 2011 года, Сочи

**Организаторы:** Федерация психологов образования России, Московский городской психолого-педагогический университет, Центр практической психологии образования при поддержке Департамента государственной политики в сфере воспитания, дополнительного образования и социальной защиты детей Министерства образования и науки Российской Федерации.

Конкурс является практической программой, ориентированной на повышение профессионального уровня и наиболее полной реализации творческого потенциала психологов образования России, развитие Службы практической психологии в системе образования, пропаганду психологических знаний как обязательной составляющей образовательной деятельности, способствующей повышению гуманистической направленности, эффективности, конкурентоспособности российского образования.

Конкурс проводится в целях повышения профессионального уровня и наиболее полной реализации творческого потенциала психологов образования России, повышения престижа службы практической психологии в системе образования Российской Федерации

**Задачами Конкурса являются:** создание условий для самореализации специалистов, раскрытия их творческого потенциала; выявление талантливых педагогов-психологов системы образования Российской Федерации, их поддержка и поощрение; распространение передового опыта работы педагогов-психологов образовательных учреждений всех типов и видов на всех образовательных уровнях.

В Конкурсе принимают участие педагоги-психологи — победители региональных конкурсов профессионального мастерства.

Направление на участие в Конкурсе осуществляется организационными комитетами региональных конкурсов профессионального мастерства.

**Прием и регистрация заявок** на участие в Конкурсе осуществляется Оргкомитетом по адресу: 127051, г. Москва, ул. Сретенка, д. 29, Федерация психологов образования России (на конкурс «Педагог-психолог России — 2011»).

**Тел.:** (495) 623-26-63

**Сайт:** www.rospspy.ru

40. Kratzer J., Leenders R.Th.A.J., Engelen van J.M.L. Keeping virtual R&D teams creative // *Research Technology Management*. — 2005. — Vol. 48. — Issue 2. — Pp. 13—16.
41. Kurtzberg T.R. Feeling creative, being creative: An empirical study of diversity and creativity in teams // *Creativity Research Journal*. — 2005. — Vol. 17. — Issue 1. — Pp. 51—65.
42. Kurtzberg T.R., Amabile T.M. From Guilford to creative synergy: Opening the black box of team-level creativity // *Creativity Research Journal*. — 2000—2001. — Vol. 13. — Nos. 3 & 4. — Pp. 285—294.
43. Lewis C. Being creative in the workplace // *British Journal of Administrative Management*. — 2004. — Issue 43. — Pp. 24—25.
44. McCrae R.R. Creativity, divergent thinking and openness to experience // *Journal of Personality and Social Psychology*. — 1987. — 52. — Pp. 1258—1265.
45. Mednick S.A. The associative basis of the creative process // *Psychological Review*. — 1962. — 69. — Pp. 220—232.
46. Mendelsohn G. Associative and attentional processes in creative performance // *Journal of personality*. — 1976. — 44. — Pp. 341—396.
47. Paulus P.B. Fostering creativity in groups and teams // *Handbook of organizational creativity* / Ed. by J. Zhou and Chr.E. Shalley. — N.Y.: Lawrence Erlbaum, 2008. — Pp. 165—188.
48. Ruscio J., Whitney D.M., Amabile T.M. The fishbowl of creativity // *Creativity Research Journal*. — 1998. — 11. — Pp. 243—263.
49. Shalley Chr.E., Gilson L.L. What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity // *Leadership Quarterly*. — 2004. — Vol. 15. — Issue 1. — Pp. 33—53.
50. Sternberg R.J., Lubart T.I. Investing in creativity // *Psychological Inquiry*. — 1993. — 4. — Pp. 229—232.
51. Sutton R.I., Hargadon A. Brainstorming groups in context // *Administrative Science Quarterly*. — 1996. — 41. — Pp. 685—718.
52. Taggar S. Individual creativity and group ability to utilize individual creative resources: a multilevel model // *Academy of Management Journal*. — 2002. — Vol. 45. — Issue 2. — Pp. 315—330.
53. Vera D., Crossan M. Improvisation and innovative performance in teams // *Organization science: A Journal of the Institute of Management Sciences*. — 2005. — Vol. 16. — Issue 3. — Pp. 203—224.
54. West M.A, Sacramento C.A., Fay D. Creativity and innovation implementation in work groups: The paradoxical role of demands // *Creativity and innovation in organizational teams* / Ed. by L.L. Thompson, H.-S. Choi. — Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2006. — Pp. 137—159.
55. Yu L. How team communication affects innovation // *MIT Sloan Management Review*. — 2005. — Vol. 46. — Issue 4. — P. 7.