

Эра доминирования «левого полушария» начинает уступать место новому миру, в котором преобладают идеалы «правого полушария» и ценится креативность. Своеобразная оппозиция информационной эпохе, они становятся откликом на вызовы века R-направленного мышления и драйверами развития, представляя правополушарные навыки наиболее актуальными для жизни и бизнеса. Креативные индустрии/экономики/профессии приобретают все большую востребованность как альтернатива «классической» индустрии, т. к. креативность дает конкурентное преимущество, добавляя ценность услуге или продукту.

Ключевые слова: правополушарное мышление; креативность; креативные индустрии; креативные экономики; креативные профессии. /

The era of left-brain dominance is beginning to give way to a new world in which right-brain ideals prevail and creativity is valued. Being a kind of opposition to the information age, they become a response to the challenges of the right-brain thinking age and drivers of development, presenting right-brain skills as most relevant to life and business. Creative industries/economies/professions are increasingly in demand as an alternative to the "classical" industry, as creativity provides a competitive advantage by adding value to a service or product.

Keywords: right-brain thinking; creativity; creative industries; creative economies; creative professions.

Правополушарная альтернатива / The right-brain alternative

текст

Ольга Железняк
Иркутский национальный
исследовательский техни-
ческий университет /

text

Olga Zheleznyak
Irkutsk National Research
Technical University

Будущее принадлежит типу людей с другой формой мышления – креативным и целостным «правополушарным» мыслителям (художникам, дизайнерам/проектировщикам, изобретателям, рассказчикам), чьи способности отмечают границу разлома между теми, кто двигается вперед, а кто нет. Так определяют актуальное состояние современные специалисты [5; 6], подчеркивая, что нестандартные ситуации, непрерывно трансформирующаяся окружающая среда, динамика современной жизни требуют быстрых и креативных решений. Заказчики, клиенты и потребители постоянно ждут чего-то нового, удивительного, поэтому преуспевающие компании вынуждены непрерывно придумывать новые продукты и сервисы, отсутствующие на рынке и не производимые конкурентами [14].

Дигитализация, увеличение потоков информации и скоростей обмена становятся повседневной реальностью. Человеку приходится значительную часть времени уделять решению сложных задач по проектированию и внедрению новых технологий, средовых объектов, механизмов, продуктов, развлечений и пр. Для встраивания в эту реальность необходимо быть «гибким», мыслить творчески и практиковать неординарный, созидательный подход [14]; смотреть на мир под другим углом и придумывать «гениально закрученные идеи» [2]. Сложные процессы, которые многие города и мир в целом переживают сегодня и которые в немалой степени связаны с глобализацией, также дают повод для их исследования с позиций креативности [11]. Все это требует «включения» правополушарного мышления с его изобретательностью, развитой интуицией, способностью к нестандартным, творческим решениям и др.

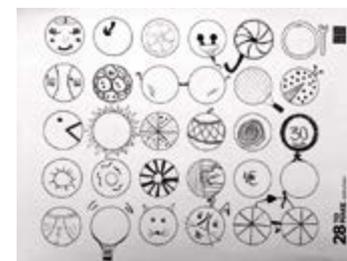
Креативное мышление, креативные индустрии, «креативный класс», «креативный город», «креативный кластер», «креативный капитал», креативные экономики, креативный директор, криэйтор, креативный менеджер, креативная среда и пр. – вот далеко не полный список словосочетаний, вошедших в наш обиход. Они демонстрируют значительное расширение сферы использования понятий «креативный/креативность», непосредственно связанных со спецификой правополушарного мышления, что превращается в своеобразный символ актуальности, модности действия/события/объекта.

Реакцией на такую экспансию становятся многочисленные исследования и практические наработки, ориентированные на изучение R-направленного мышления и определение критериев креативности, поиск стратегий их развития и внедрения, на разработку методик распознавания «правополушарных» людей, «креативов», а также и на создание теорий креативности и теоретических оснований творчества [13], выявление специфики правополушарных и креативных процессов, их роли в жизни современного общества, развитии экономики и культуры.

Термины «креативная индустрия», «креативный класс», «креативный город», «R-направленное/правополушарное мышление» и пр. нередко встречаются в различных стратегических документах, посвященных социально-экономическому развитию стран, с ними связывают рост благосостояния и повышение качества жизни [12].

ПРАВОПОЛУШАРНОЕ МЫШЛЕНИЕ, КРЕАТИВНОСТЬ КАК СВОЕОБРАЗНАЯ ОППОЗИЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОМУ ВЕКУ, ОТВЕТ НА ВЫЗОВЫ ПРАВОПОЛУШАРНОГО ВРЕМЕНИ

Роль креативности и правополушарных навыков
Daniel Pink в книге «A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rule the Future» структурирует формы развития цивилизации следующим образом: Эпоха земледелия (фермеры), Индустриальный век (фабричные рабочие), Информационный век (работники умственного труда), Концептуальная эпоха (творцы и сочувствующие). Он описывает XXI столетие как эру перехода от информационной эпохи к концептуальной, при которой левополушарное «линейное», аналитическое (компьютерное) мышление заменяется эмпатией, изобретательностью и их представлением в качестве наиболее востребованных для современного бизнеса навыков. Теория базируется на трех основных факторах (Изобиение, Азия и Автоматизация), показывающих недостаточность L-направленного мышления и переориентирующих на правополушарное мышление; опирается на шесть «высокопонятийных и осязательных чувств», жизненно важных



в эру концептуализации и творчества: Дизайн, История, Симфония, Эмпатия, Игра и Смысл [6].

Современные технологии, ускоряющие и удешевляющие решение целого ряда задач, заменяют многие «L-направленные работы» и превращают высокочувствительные и креативные навыки в максимально необходимые. В связи с этим развитие R-направленного мышления приобретает огромное значение на рынке современных профессий и в бизнесе, так как, прежде всего, оно отвечает за столь актуальную креативность, и, как правило, именно люди, достигшие «правополушарного совершенства» в гармонии с левым полушарием, придумывают наиболее удачные и необычные идеи, могут находить нестандартные, оригинальные выходы из самых неразрешимых ситуаций, обнаруживать связи между несовместимыми объектами и понятиями [15].

Креативность превращается сегодня в массовый тренд и уже не служит «критически важной» нормой, компетенцией, обязательной только для творческой деятельности студий, медийных компаний, художественно-проектных/дизайнерских фирм и рекламных агентств. Многие современные бизнесы предпочитают иметь эту компетенцию, и поэтому запросы на креативное развитие и правополушарных специалистов начинают появляться из совершенно неожиданных секторов экономики. Способность человека мыслить креативно, мгновенно и неординарно действовать, реагировать на изменение ситуаций становится практически обязательной составляющей комплекса профессиональных компетенций и «гибких навыков», которые требуют работодатели в эпоху творчества на фоне экспансии цифровых технологий и глобализации [11; 12; 14].

Инновационная и креативная деятельность человека, учреждений и предприятий затрагивает фундаментальные аспекты реорганизации бизнеса и развития современного мира и сопровождается решением проблем и задач, обеспечивающих удовлетворение насущных жизненных потребностей. Актуальные сегодня регионализация, конкурентоспособность, многоуровневость процессов и явлений, дифференциация содержания также требуют креативного подхода для формирования сред, функционирующих в развивающем режиме [10].

Креативность/R-направленное мышление с успехом применяются в разных сферах для решения повседневных и перспективных задач [5]; способ существования (экзистенция) становится «креативным свойством субъекта» (по Бинсвангеру); креативные качества проявляются в открытости инновациям и новому опыту, в «аутентичности личности», проницаемости границ, в индивидуальном стиле жизни, «многополярной картине мира» и пр. [9, с. 160].

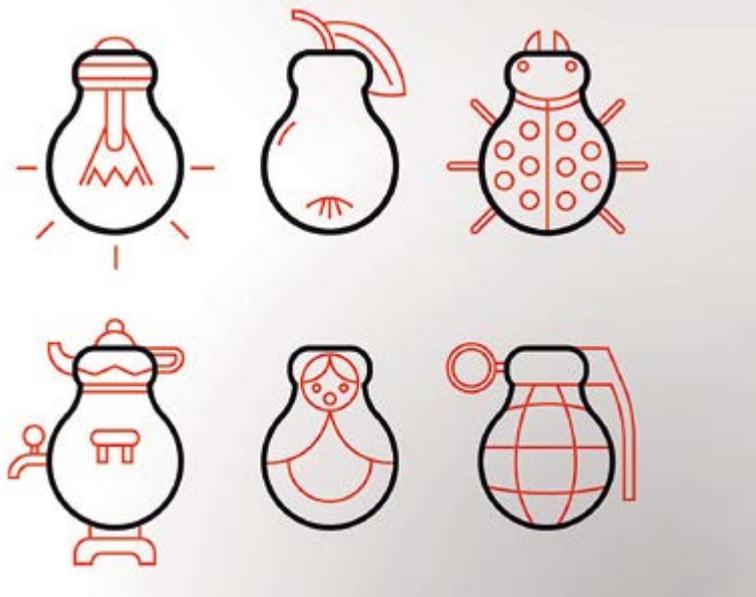
На бытовом уровне творческий подход и правополушарное мышление проявляются как «смекалка», что подразумевает умение достигать результата, находя выход из, казалось бы, безвыходных ситуаций, творчески используя сложившуюся ситуацию, объекты/предметы и обстановку, интерпретируя существующие реалии оригинальным образом. Демонстрируя остроумное и неординарное решение проблемы, авторы, как правило, пользуются ограниченными ресурсами и неспециализированными инструментами.

Креативность и правополушарное мышление

Обсуждая взаимовлияние различных типов мышления, процессов творчества и экономического развития, Д. Пинк [6] утверждает, что Концептуальная эпоха с доминированием правополушарного мышления предполагает наличие способностей интерпретировать эмоции и невербальные выражения мгновенно, без необходимости проведения анализа, исходя из того, что правое полушарие распознает закономерности и может наблюдать более широкую картину; оно обнаруживает, как детали соединяются между собой, образуя полное и единое целое.

Подобный тип мышления традиционно называется творческим, характеризуется чувственностью и спонтанностью, приоритетом абстрактного видения и пространственным восприятием мира, ориентацией на интуицию. Активизация правополушарного мышления не только способствует формированию целостного видения, созданию новых успешных концептов, но позволяет достигать более значимых результатов, принимать креативные и, одновременно, тщательно обоснованные решения [15].

^ Рис. 1. Тесты, тренинги на развитие правополушарного мышления и креативных навыков



^ Рис. 2. «Кроссфит» мозга. Как развить креативность. Игры с масштабom

Неотъемлемой характеристикой творческой одаренности/креативности, одним из показателей развитого правополушарного мышления является «легкость генерирования идей», т. к. чем больше выдвигается идей, тем больше вероятность получения качественного результата. Важной частью понимания креативности как проявления R-направленного мышления является ее представление в виде интегральной творческой способности. Это предопределяется своеобразной симбиотической природой креативности (сложным взаимодействием «бессознательных процессов и логического мышления»), а также отсылкой к «сверхрациональной» природе творчества.

Закрепляя за креативностью представление о способности человека созидать, порождать оригинальные идеи, находить необычные решения, отклоняться от общепринятых схем и моделей мышления, следует отметить различные авторские интерпретации феномена: умение осознавать противоречия и пробелы, формулировать гипотезы, касающиеся недостающих элементов ситуации (Е. Торренс), обнаруживать новые способы решения проблем и новые способы выражения (К. Роджерс); готовность «выдвигать множество равноценных идей по одной теме», отказываться от стереотипов в мышлении (Дж. Гилфорд), привносить что-либо новое в существующий опыт (Ф. Баррон), проявлять «чувствительность к проблемам» как исходный стимул креативного процесса (Sternberg & Lubart) и пр.

В целом исследование креативности в контексте развития правополушарных навыков позволяет выделить четыре базовых аспекта: креативную личность, креативный процесс, креативный продукт и креативную среду. Последняя представляется «сферой, структурой, социальным контекстом, формирующими требования к продукту творчества» [13, с. 158]. При этом креативные продукты (по Ф. Баррону и Д. Харрингтону [1]) могут быть самыми различными по своей природе: оригинальное решение математических проблем, открытия в химии, физике и др. естественных науках, инновации в юриспруденции или решении социальных проблем, создание музыкальных, художественных или литературных произведений, новой философской или религиозной системы и пр.



Таким образом, обращение к теориям креативности, проблемам творчества в реалиях сегодняшнего дня оказывается совершенно естественным и целесообразным не только из-за органичной взаимосвязи творческих процессов и развития мира и общества, но и в связи с тем, что, по мнению специалистов, мы живем в век творчества, для которого особенно важны синтетическая способность (иное видение проблемы, переосмысление и преодоление границ обыденного); аналитическая способность (выявление перспективных идей); практические способности (умение убеждать других в ценности своей концепции/идеи). Будучи особым даром и умением подключаться к «внутреннему пулу ресурсов» человека, комбинируя их совершенно новыми способами, творчество/креативность обладает мощной интегративной силой [5], опытом складывания воедино деталей большой «картины» и собирания в целое не связанных на первый взгляд друг с другом частей. При этом самые сильные решения нередко возникают в результате объединения самостоятельно существующих идей, интегрировать которые никому ранее не приходило в голову [6, с. 137].

Кроме того, в своей деятельности креативные/правополушарные люди довольно часто опираются на инсайтные процессы, порождающие неординарное, но рациональное соединение и переструктурирование элементов. Такие люди почти всегда обладают исключительной интуицией: например, выдающиеся модельеры предчувствуют, что может стать главным трендом предстоящего сезона; преуспевающие биржевые трейдеры способны предвидеть скачки валют и пр. Для места/города/территории креативность и правополушарные люди также представляются незаменимым и очень ощутимым ресурсом, позволяющим сделать их более пригодными для жизни [2].

Особенности креативных процессов

Как часть профессиональной деятельности, мышления, образования и общая тенденция современной жизни, модная идея и перспектива современного инновационного существования, правополушарность и креативное мышление отражают способность воплощать в жизнь



^ Рис. 3. Нестандартное решение: соединение несоединимого



^ Рис. 4. Америка. Креативные индустрии

новое – будь то решение проблемы, технология, метод, средства и/или устройства, художественно-проектные объекты или формы и пр. [4].

Характеристики базовых показателей творческого/R-направленного мышления напрямую соотносятся с трактовками основных критериев креативности ведущими исследователями, прежде всего с разработками П. Торренса, и включают ряд ключевых позиций:

- легкость/беглость – служит количественным показателем, фиксирует умение порождать идеи/ассоциации/образы;
- гибкость – показывает способность генерировать разнообразные концепции и идеи, предлагать и применять различные стратегии, переключаться с одного дискурса на другой, что измеряется количеством «задействованных» категорий;
- оригинальность – отражает способность выдвигать нетривиальные идеи, отличные от стереотипных, очевидных;
- разработанность (скрупулезность, детализация образов) – демонстрирует навыки изобретательства и конструирования [13].

На базе показателей креативного мышления формулируются тесты диагностики креативности, основой чему служат тесты творческой продуктивности П. Торренса, которые группируются в вербальный, изобразительный и звуковой блоки. В настоящее время существует множество адаптированных модификаций и вариантов данных тестов, созданных отечественными специалистами Т. А. Барышевой, В. Н. Козленко, А. М. Матюшкиным, Е. Е. Туник, А. Э. Симановским, Е. И. Шелбановой, Н. П. Щербо, Н. В. Шумаковой и др. При обработке эмпирических результатов существенными являются как количественные результаты (баллы), так и причины появления этих результатов, свидетельствующие о креативном потенциале тестируемого, развитии его R-направленного мышления и приоритете вербального, изобразительного-образного или звукового типа творческого мышления.

Правое полушарие в креативных процессах «изобретает и создает», видя целостную картину и по-авторски интерпретируя метафоры. Именно эти «правополушарные качества» сегодня выходят на передний план, т. к. все

большую ценность в обществе приобретают профессии с «высокой концепцией» и «высоким прикосновением». Среди важных причин «подъема» правого полушария, наряду с «Изобилием», «Азией» и «Автоматизацией», значимая роль отводится «рассказыванию историй», трактуемых как «обогащенный эмоциями» контекст; дизайну как «полезности, усиленной значимостью»; нахождению различий между «текстом и контекстом» и т. д. [6].

Характеризуя мышление творческого человека, помимо способности к предвидению, R. Sternberg [7] подчеркивает наличие решимости и необходимой удачи. Это позволяет развивать идеи, которые приобретут популярность лишь со временем, когда будет понята важность продвигаемых идей. Основой такого предвидения, будь то сфера бизнеса, политики, искусства или образования, является интуитивный метод, используемый «человеком творящим», чтобы предсказать, предугадать, какие идеи и продукты имеют перспективу продвижения и станут популярными в будущем, несмотря на изначальное сопротивление.

Креативность как «просто создание связей между вещами» (по Стиву Джобсу) позволяет синтезировать нечто новое, объединяя разные фрагменты из багажа уже имеющегося в разных сферах опыта. Разбудить творческое начало человека, стимулировать креативность и мыслительную активность помогают ассоциации, воображение и фантазия, отражающие действительность в новых сочетаниях, необычных и неожиданных связях.

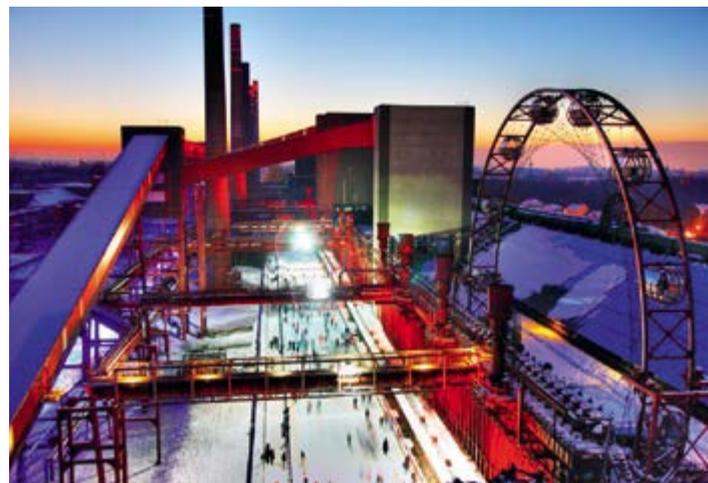
КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ, КРЕАТИВНЫЕ ЭКОНОМИКИ И КРЕАТИВНЫЕ ПРОФЕССИИ КАК АЛЬТЕРНАТИВА «КЛАССИЧЕСКОЙ» ИНДУСТРИИ

Креативная индустрия – самостоятельная и уникальная сфера деятельности

На волне повышения внимания к креативности и правополушарным навыкам все большую востребованность приобретают креативные индустрии, креативные экономики и креативные профессии, т. к. растущая сложность объектов, сред и систем требует от руководителей и их команд нестандартных творческих подходов к сотрудничеству с клиентами, организации деятельности



^ Рис. 5. Европа. Шахта Цольферайн. Креативные индустрии



и рабочих операций с учетом требуемой скорости и гибкости процессов для продвижения своих фирм/предприятий [5].

Представляемая важнейшим фактором будущего успеха современного бизнеса, креативность становится «актом» воплощения новых идей в жизнь, характеризуется способностью по-новому воспринимать мир, находить скрытые закономерности, устанавливать связи между, казалось бы, не связанными явлениями, и генерировать решения. При этом смело и нестандартно мыслящие люди, с «нештапованными», оригинальными подходами к решению проблем становятся наиболее востребованными специалистами во всех сферах деятельности. Так, например, в 2012 году IBM начинает «заново изобретать себя», чтобы стать креативной дизайнерской компанией, инвестировав 100 млн. долларов в найм дизайнеров, обучив 100 тыс. сотрудников новым компетенциям и развив креативное мышление, чтобы они стали дизайнерскими мыслителями [8]. IBM помогает расширить сферу творческого дизайн-мышления в организации, охватив четверть всего портфеля, что позволяет увеличить прибыль на 18,6 млн. долларов [3]. Основные результаты отражаются в исследовании Forrester (2018) «Общее экономическое воздействие практики дизайн-мышления IBM: как IBM повышает ценность для клиентов и измеримые результаты с помощью своей концепции дизайн-мышления».

Тем не менее творческие профессии, изначально определявшие спектр креативных индустрий, сегодня начинают терять свою избранность и обособленность, означающую исключительную способность и склонность к творчеству и порождению нового. Размывая границы форм и способов использования креативности, на базе исконно творческих профессий происходит формирование креативных индустрий, которые, по утверждению ключевого специалиста по креативным индустриям Рагнара Сиила, вносят все более заметный вклад в культурное, социальное и экономическое становление и развитие разных стран. Зарождение и рост новых креативных экономик, фактически совпавшее с упадком городов как современных промышленных центров, дает городам серьезный шанс на выживание и возрождение.

Креативная индустрия становится самостоятельной и уникальной сферой деятельности, обладающей высоким потенциалом собственного развития и обеспечивающей продвижение других секторов экономики. Важное место занимает сфера культуры. Так, европейский рынок современной креативной индустрии формируется и развивается за счет высокой концентрации исторических объектов и широкой экспансии сфер культуры и искусства в жизнь общества, существования организаций и предприятий, связанных с модой и занятых продвижением модных домов и пр. Наличие богатого культурного наследия обеспечивает приток капитала в европейские города, в т. ч. благодаря расцвету сферы туризма.

Системное внедрение креативных индустрий оказывает существенное влияние на бизнес, культуру, образование и науку. Например, креативные индустрии и сфера культуры Европы способствуют повышению ВВП на 4,2%, будучи третьим сектором по количеству предоставляемых рабочих мест после строительства и общественного питания. К городам с наиболее развитыми креативными инфраструктурами в России относятся Москва, Санкт-Петербург, Великий Новгород, Тюмень и Новосибирск [12].

Креативные индустрии, их активный рост превращаются в драйверов развития экономики территорий и крупных городов, становятся одной из самых заметных черт современности. Так, на середину 2021 года в «классической» промышленности Москвы работает примерно 600 тыс. человек, в то время как число работающих в креативной индустрии составляет полмиллиона, образуя 113 тыс. фирм и ИП. С отраслевой точки зрения в Москве, которая позиционируется сегодня как претендент на звание «Международная столица креативных индустрий», формируются три гигантских кластера креативных индустрий: информационный кластер, медиакластер, дизайн-кластер.

Все процессы сопровождаются значительным расширением рынка предоставляемых креативных услуг и проводимых мероприятий. Крупнейшими «работодателями» в этой сфере выступают разработка видеоигр и программного обеспечения, реклама, архитектура, дизайн, мода, издательская деятельность, кино и анима-



^ Рис. 6. Великобритания. Креативные индустрии



^ Рис. 7. Россия, Омск. Креативные индустрии

ция. В ряде российских городов создаются «агентства креативных индустрий», о необходимости чего неоднократно повторяет С. Кириенко, в т. ч. в рамках российской креативной недели. В задачи таких агентств входит развитие креативных индустрий, а также формирование позитивного имиджа городов.

Разработанный для Иркутской области «План мероприятий по развитию творческих/креативных индустрий» (утвержден распоряжением Р. Л. Ситникова, первого заместителя Председателя Правительства Иркутской области 27 мая 2022 г.) свидетельствует о важной роли, которая отводится этой сфере в регионе. «Дорожная карта» этих мероприятий включает: анализ и разработку в сфере творческих/креативных индустрий (в т. ч. создание Центра разработки и трансляции креативных стратегий и Центра развития креативных индустрий); развитие инфраструктуры; продвижение творческих (креативных) индустрий; поддержку сообществ; развитие человеческого капитала и образовательной системы (в т. ч. взаимодействие с Фондом «Сколково» и ИРНТУ, разработку ФГОС в области креативных индустрий, привлечение компаний креативных отраслей к педагогической деятельности, создание школ креативных индустрий); устойчивое развитие отдельных индустрий (в т. ч. дизайна, включая графический, промышленный, а также дизайна цифровых систем с поддержкой «экспорта креативных индустрий»); производство видеопроизводства; музыки и саунд-дизайна; театра и фестивальной деятельности; литературной и издательской деятельности; изобразительного и визуального искусства; разработки программного обеспечения; компьютерных игр; медиа, журналистики, производства рекламы, телевизионных, радио и интернет-вещательных программ).

В рамках программ развития креативных индустрий для Байкальска приоритетные направления предусматривают объединение трех основных стратегий в цельную концепцию креативного Арх-пространства под эгидой заглавной темы – «Экология+». Эти направления соответствуют ключевым тенденциям жизни региона и охватывают следующие сюжеты:

«ТУРИЗМ + Байкал» – трактуется как прибрежный город с горнолыжным курортом на территории объекта

Всемирного природного наследия ЮНЕСКО с развитой инфраструктурой креативной индустрии, системой событийных мероприятий международного уровня;

«АРХИТЕКТУРА + Территория» – это новые решения в сфере градостроительства и архитектуры, новый взгляд на наследие БЦБК и экологическое использование территорий;

«ОБРАЗОВАНИЕ + Байкальск» – представляется как площадка для развития креативных кластеров, в том числе в сфере «зеленых технологий», чистых производств и т. д.

«Креативные экономики» и креативные профессии как неизменная часть современной жизни

«Креативные экономики» как термин впервые используется в 2000 году в журнале «Business Week», обозначая «деятельность на перекрестке искусств, культуры, бизнеса и технологий». Исследования Adobe (2012), посвященные творчеству/креативу, показывают, что больше половины респондентов видят в творчестве особую для общества ценность; 8 из 10 человек считают, что для экономического роста раскрытие творческих способностей имеет решающее значение. На долю «креативных экономик», по оценкам различных консалтинговых компаний мира, приходится около 3% мирового ВВП [5; 12].

Креативный сектор в экономике Москвы и Санкт-Петербурга на сегодня составляет уже более 5% ВРП, т. к. здесь сконцентрирована большая часть ведущих креативных кластеров. Такая концентрация креативности, высокая творческая активность и соответствие вызовам современной жизни ведет к формированию полноценного креативного сообщества, при этом у администрации города и бизнеса складывается понимание основных «принципов монетизации» подобных проектов.

Серия программ, в т. ч. продвигаемая Британским изданием «The Calvert Journal» в рамках проекта «Индекс творческого капитала Calvert 22 Foundation», способствует этому процессу. На базе масштабных исследований определяются ключевые показатели, разрабатываются новаторские идеи и проекты, активизирующие развитие креативных и инновационных городов/сред. Знаковым



< v Рис. 8. Креативные индустрии влияют на экономику. Точки роста



результатом этих программ для России становится, например, появление в Новгородской области должности советника губернатора по культуре, туризму и креативному сектору; частью современных тенденций развития креативных экономик является также создание новой структуры «Проектный офис» при Минкультуры РФ и Минэкономразвития РФ по разработке механизмов привлечения финансов в креативные индустрии и проведение Российских креативных недель (Russian Creative Week (RCW)), начатых в рамках Международного года креативной экономики под эгидой ООН в 2021 году. Вообще за последние годы в России происходят серьезные позитивные изменения в управлении инновационно-креативными проектами, креативностью, в целом, что связано с формированием современной инфраструктуры и расширением «креативного класса» [12].

Это сопровождается появлением новых профессий: креативный директор, креативный менеджер, криэйтор и пр., которые становятся прерогативой тех, кого интересует экономика, психология, реклама, художественно-проектное творчество, мировая культура и др. сферы. Сегодня группы криэйторов возникают не только в рекламных агентствах, но создаются также в издательских домах, телевизионных компаниях, web-студиях и пр. Неотъемлемыми качествами этих специалистов, наиболее предпочитаемыми работодателями, являются развитое правополушарное мышление, воображение, безупречный вкус, умение генерировать оригинальные, легко продаваемые идеи, интуиция, умение отслеживать актуальные тренды, коммуникабельность, знакомство с основами психологии, способность влиять на людей, базовые знания по менеджменту и маркетингу.

Будучи прежде всего процессом генерации идей, креативность и правополушарное мышление помогают таким специалистам находить нестандартные формы и способы выхода из разнообразных сложных ситуаций, мгновенно и продуктивно реагировать на любые возникающие проблемы. Соответственно, компетенция «креативное мышление» фактически приравнивается к умению «генерировать идеи» и сосуществует в едином пространстве с другими компетенциями: умение оценивать идеи (критическое мышление), умение визуализировать идеи

(образное мышление), умение «придумывать» в команде (коллаборативность) и т. д., что чрезвычайно актуально для бизнеса [5; 12].

Проводимые исследования и существующий практический опыт позволяют рассматривать креативные индустрии и экономики в качестве неизменной части современной жизни.

Таким образом, в настоящее время эпоха доминирования «левого полушария» и порожденный ею информационный век начинают уступать место новому миру, в котором преобладают «правополушарные» идеалы, и в любой сфере жизнедеятельности довольно высоко ценится креативность. Правополушарное мышление, креативность как своеобразная оппозиция информационному веку становятся ответом на вызовы эпохи R-направленного мышления и драйверами современного развития, т. к. левополушарное «линейное» мышление заменяется эмпатией и представлением правополушарных навыков в качестве наиболее необходимых для бизнеса.

Креативные индустрии, креативные экономики и креативные профессии становятся все более востребованными как альтернатива «классической» индустрии, поскольку креативность дает конкурентное преимущество, добавляя ценность предлагаемой услуге или продукту и выделяя бизнес на фоне конкурентов; творческие личности и креативные процессы, по существу, превращаются в движущую силу человечества, представители креативных индустрий и экономик формируют основные ценности, окружающую среду и образ страны.

Литература

1. Barron, F., Harrington, D. Creativity, intelligence and personality // Annual Review of Psychology. 1981. V. 32. P. 439–476
2. Creative cities. Meet the new generation of Russian innovators from Moscow to Yekaterinburg // <https://www.calvertjournal.com/features/show/6186/creative-cities-2017-innovators-russia> (дата обращения: 16.08.2022)
3. Forrester Study (2018). The Total Economic Impact of IBM's Design Thinking Practice: How IBM Drives Client Value And Measurable Outcomes With Its Design Thinking Framework. – URL: <https://www.ibm.com/design/thinking/static/media/Enterprise-Design-Thinking-Report.8ab1e9e1.pdf> (дата обращения: 30.08.2022)



< < Рис. 9. Российская креативная неделя – 2021. Москва

4. Kerr, Barbara. Creativity. – URL: <https://www.britannica.com/topic/creativity/Research-on-the-creative-process> (дата обращения: 12.07.2022)
5. Naiman Linda. What is Creativity? (And why is it a crucial factor for business success?). – URL: <https://www.creativityatwork.com/what-is-creativity/> (дата обращения: 10.07.2022)
6. Pink, Daniel. A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rule the Future. – Riverhead Books, 2006. – 304 p.
7. Sternberg, Robert J., Lubart, Todd I. Defying the Crowd: Cultivating Creativity in a Culture of Conformity. Free Press, 1995 – 326 p.
8. Stinson, E. Wired (2016): IBM's Got A Plan To Bring Design Thinking To Big Business. – URL: <https://www.wired.com/2016/01/ibms-got-a-plan-to-bring-design-thinking-to-big-business/> (дата обращения: 14.07.2022)
9. Барышева, Т. А., Жигалов, Ю. А. Психолого-педагогические основы развития креативности. Учебное пособие. – Санкт-Петербург, 2006. – 267 с.
10. Железковская, Г. И., Абрамова, Н. В., Гудкова, Е. Н. Креативная среда как фактор творческого саморазвития личности // Перспективы науки и образования. – 2014. – № 1. – С. 120–125
11. Железняк, О. «Креативный город»: образ жизни и способ формирования среды // Проект Байкал. – 2022. – № 3 (73). – С. 62–67
12. Журавлева, М., Паньков, В. Культура в «цифре». Почему растет интерес к культурному наследию и академическому искусству. – URL: <https://plus.rbc.ru/specials/kultura-v-cifre> (дата обращения: 06.07.2022)
13. Ильин, Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. – Москва [и др.] : Питер, 2009. (Санкт-Петербург : Печатный двор им. А. М. Горького). – 444 с. : ил.
14. Что такое креативность и почему это важно сейчас. – URL: <https://flashart.ee/kreativnost/zagolovok-stati-4> (дата обращения: 02.07.2022)
15. Что такое правополушарное мышление? – URL: <https://brainapps.ru/blog/2016/01/chto-takoe-pravopolusharnoe-myshlenie/> (дата обращения: 11.08.2022)

References

- Barron, F., & Harrington, D. (1981). Creativity, intelligence and personality. *Annual Review of Psychology*, 32, 439-476.
- Barysheva, T. A., & Zhigalov, Yu. A. (2006). *Psikhologo-pedagogicheskie osnovy razvitiya kreativnosti [Psychological and pedagogical bases of creativity development]*. Textbook. Saint Petersburg.
- Borodacheva, M. et al. (n.d.). Creative cities. Meet the new generation

of Russian innovators from Moscow to Yekaterinburg. Retrieved August 16, 2022, from <https://www.calvertjournal.com/features/show/6186/creative-cities-2017-innovators-russia>

Chto takoe kreativnost i pochemu eto vazhno seichas [What is creativity and why it is important now] (n.d.). Flashart. Retrieved July 2, 2022, from <https://flashart.ee/kreativnost/zagolovok-stati-4>

Chto takoe pravopolusharnoe myshlenie? [What is right-brain thinking?] (2016, January 19). Retrieved August 11, 2022, from <https://brainapps.ru/blog/2016/01/chto-takoe-pravopolusharnoe-myshlenie/>

Forrester Study (2018). The Total Economic Impact of IBM's Design Thinking Practice: How IBM Drives Client Value and Measurable Outcomes With Its Design Thinking Framework. IBM. Retrieved August 30, 2022, from <https://www.ibm.com/design/thinking/static/media/Enterprise-Design-Thinking-Report.8ab1e9e1.pdf>

Ilyin, E. P. (2009). *Psychology of Creativity and Giftedness*. Moscow [et al]: Peter (Saint Petersburg: Printing House named after A. M. Gorky).

Kerr, B. Creativity. Research on the creative process. In *Britannica*. Retrieved July 12, 2022, from <https://www.britannica.com/topic/creativity/Research-on-the-creative-process>

Naiman L. (2021, November 18). What is Creativity? And why is it a crucial factor for business success? *Creativity at work*. Retrieved July 10, 2022, from <https://www.creativityatwork.com/what-is-creativity/>

Pink, D. (2006). *A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rule the Future*. Riverhead Books.

Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1995). *Defying the Crowd: Cultivating Creativity in a Culture of Conformity*. Free Press.

Stinson, L. (2016, January 21). IBM's Got A Plan To Bring Design Thinking To Big Business. *Wired*. Retrieved July 14, 2022, from <https://www.wired.com/2016/01/ibms-got-a-plan-to-bring-design-thinking-to-big-business/>

Zheleznyak, O. (2022). "Creative city": A way of life and a way of shaping the environment. *Project Baikal*, 19(73), 62-67. <https://doi.org/10.51461/pb.73.11>

Zhelezovskaya, G. I., Abramova, N. V., & Gudkova, E. N. (2014). Creative environment as a factor of creative self-development. *Perspectives of science and education*, 1, 120-125.

Zhuravleva, M., & Pankov, V. (n.d.). *Kultura v "tsifre"*. Pochemu rastet interes k kulturnomu naslediyu I akademicheskemu iskusstvu ["Digitally remastered" culture. Why interest to cultural heritage and academic art is growing. Retrieved July 6, 2022, from <https://plus.rbc.ru/specials/kultura-v-cifre>