

Музыкальное образование

Научная статья

УДК 78.01+372.878

DOI: 10.56620/2782-3598.2023.3.140-149



Креативное мышление и креативные технологии как современная составляющая обучения музыкальным профессиям

Александра Владимировна Крылова¹,
Александра Владимировна Шорникова²

^{1, 2}*Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова,
г. Ростов-на-Дону, Россия*

¹*a.v.krilova@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3718-0810>*

²*dartalexandra@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2000-1735>*

Аннотация. Статья посвящена обоснованию необходимости внедрения в систему музыкального образования методик развития креативного мышления. Доминирование логических методов анализа в процессе обучения музыкальным профессиям купирует эвристические возможности мышления, переносит акцент с творчески активного продуцирования новых идей на копирование и трансляцию готовых и уже известных моделей профессиональной деятельности. В теории психолога Дж. Гилфорда, который ввёл термин «креатив» в научный обиход, изначально подчёркивалась его дидактическая направленность, а именно формирование на его основе способности к быстрому и нестандартному решению проблем, плотность которых возрастает в стремительно меняющемся современном социуме. Наличие данного навыка в рамках творческих профессий особенно важно, поскольку в искусстве процесс эволюции во многом связан с нарушением установившихся норм. Успешность выпускников консерваторий, работающих в том числе и в концертных организациях, может быть обеспечена не только их исполнительскими возможностями технического и интерпретационного плана, но и поиском новых форматов преподнесения своего искусства публике. В статье это продемонстрировано на примере арт-коллаборативных проектов. Высказывая тезис о целенаправленном воспитании креативного мышления, авторы предлагают структуру спецкурса, в рамках которого на основе теории и практических занятий данный навык может быть выработан. Тренинговая часть курса предполагает использование разработанных учёными разных направлений методов по развитию креатива, как, например, метод свободных ассоциаций Зигмунда Фрейда, майндмэппинг Тони Бьюзена, техника фрирайтинга Марка Леви и другие. Резюмирующий вывод: сформированность креативного

мышления является гарантом успешного личного и карьерного роста специалистов в области музыкального искусства.

Ключевые слова: креатив, современные образовательные технологии, арт-коллаборации, методики развития креативного мышления

Для цитирования: Крылова А. В., Шорникова А. В. Креативное мышление и креативные технологии как современная составляющая обучения музыкальным профессиям // Проблемы музыкальной науки / Music Scholarship. 2023. № 3. С. 140–149.

DOI: 10.56620/2782-3598.2023.3.140-149

Musical Education

Original article

Creative Thinking and Creative Technologies as a Modern Component of Instruction of Music Professions

Alexandra V. Krylova¹, Alexandra V. Shornikova²

^{1,2}Rostov State S. V. Rachmaninoff Conservatory, Rostov-on-Don, Russia

¹a.v.krilova@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3718-0810>

²dartalexandra@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2000-1735>

Abstract. The article is focused on elucidating the necessity of implementation of methods of development of creative thinking into the system of music education. The predominance of logical methods of analysis in the process of music education negates heuristic thinking and transfers the accentuation from the creatively active production of new ideas to mere reproduction of already existing and known models of professional behavior. According to the theory of psychologist Joy Paul Guilford, who initially brought in the term “creativity” into scholarly use, its didactic directedness is initially highlighted, particularly, the formation of its basis the capabilities of solving problems swiftly and non-standardly, the complexity of which is continuously growing in the speedily changing modern society. The presence of this skill within the framework of creative professions is especially crucial, because in art the process of evolution is in many ways connected with the violation of the existent norms. The success of conservatory graduates, who work, among other places, in concert organizations, may be guaranteed not only by their performance opportunities of technical and interpretation varieties, but also by the search for new formats of presenting their music to the audience. This is demonstrated in the article on the example of collaborative artistic projects. While expounding the thesis of a goal-oriented upbringing of creative thinking, the authors propose the structure of a special educational course within the frameworks of which on the basis of theory and practical tasks this skill may be developed. The training part of the course presumes the use of various directions of methods for developing creative skills elaborated by various scholars, such as, for instance, Sigmund Freud’s method of free associations, Tony Buzan’s mindmapping, Mark Levy’s freewriting, etc. The summarizing conclusion of the article is that

the formation of the skill of creative thinking is the key to successful personal and professional growth of specialists in the sphere of the art of music.

Keywords: creativity, modern educational technologies, art collaborations, methods of developing creative thinking

For citation: Krylova A. V., Shornikova A. V. Creative Thinking and Creative Technologies as a Modern Component of Instruction of Music Professions. *Problemy muzykal'noi nauki / Music Scholarship*. 2023. No. 3, pp. 140–149. (In Russ.) DOI: 10.56620/2782-3598.2023.3.140-149

Слово «креативный» вошло в нашу жизнь относительно недавно. В Россию оно пришло одновременно с возродившейся рекламой, для которой данное понятие изначально является базисным, поскольку выжить в условиях высококонкурентного рынка могли не просто трудолюбивые, а способные продуцировать новые идеи, создавать нестандартные образы, находить нетривиальные решения [1]. Без этого овладение вниманием пресыщенного рекламным контентом потребителя было и остаётся невозможным, на что указывают практики рекламного дела: «Креатив в маркетинге играет важную роль, позволяя брендам выделиться на фоне огромного количества рекламы и создать привлекательный и запоминающийся образ» [2, с. 3]. Не случайно теория данного вопроса стала разрабатываться в сфере маркетинга¹.

Напомним, что в английской смысловой версии *create* — сделать, создать что-то новое или оригинальное. В базовом своём понятии это определение на первый взгляд синонимично русскому

слову «творчество». При транспозиции слов «креатив», «креативность», «креативный» из английского языка в русский они приобрели значение, более близкое к понятиям творческой деятельности или творческого подхода. С точки зрения маркетинга, как указывает А. Пономарёва, креатив как составляющая маркетинговых коммуникаций это «двусторонняя сущность, диалектически соединяющая в себе форму и содержание, с одной стороны, и процесс и продукт маркетингово-коммуникационной деятельности — с другой, обладающий свойствами новизны, нестандартности, оригинальности, направленный на взаимодействие с потребителями, реализация которого способна решить маркетинговые задачи рекламодателя (клиента, заказчика)»².

Однако первопроходцами в освоении проблемы креатива несомненно были психологи и нейрофизиологи. Нельзя не упомянуть о том, что термин «креативность» в научный обиход ввёл известный психолог Джой Пол Гилфорд в шестидесятых годах XX века³. Исследуя

¹ Один из отечественных исследователей-разработчиков теории креатива, автор книг и статей на данную тему — А. Пономарёва. См.: Пономарёва А. М. Креатив в коммуникационном маркетинге: монография. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. 328 с.; она же. Креативные средства и инструменты коммуникационного маркетинга: монография. Ростов н/Д.: Мини Тайп, 2009. 159 с.

² Пономарёва А. М. Креатив в коммуникационном маркетинге... С. 3.

³ См. перевод лекции Дж. Гилфорда, прочитанной в Стэнфордском университете 13 апреля 1959 года: Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления: сборник переводов с немецкого и английского / под ред. и с вступ. ст. А. М. Матюшкина. М.: Прогресс, 1965. С. 433–456.

человеческий интеллект и процессы творчества, он объединил под этим понятием свойства личности, позволяющие создавать нечто новое, оригинальное, нестандартное. Его теория имела яркую дидактическую направленность, что было реализовано в работах последователей, с точки зрения которых «креативность является необходимым навыком для студентов, поскольку направлена на то, чтобы научиться решать проблемы в быстро меняющемся XXI веке»⁴. В работе «Креативность: вчера, сегодня, завтра» Гилфорд подчёркивает, что «социальные последствия высвобождения творческих способностей потенциально огромны»⁵.

Не апеллируя к данному термину, советская образовательная система, несомненно, имела в своём арсенале инструментарий, нацеленный на формирование свободного от стандартизированных шаблонов мышления. Приведём простой пример из личного опыта авторов данной статьи. В 1960-х годах учитель математики начинал урок с вопроса: «Кто решил заданную на дом задачу иным, нежели было рекомендовано, способом?» Поощрение было гарантировано. В конце 2010-х годов преподаватель математики иного поколения объяснял регулярность удовлетворительных оценок, которые он ставил ученику, тем, что тот решает задачу

не так, как было велено, а своим способом. Нестандартный подход к решению поставленных задач порицался.

Сегодня в российской системе образования акцент сделан на развитие логического анализа и дедукции. Само по себе это неплохо, и логический анализ, и дедукция нужны как в жизни, так и в науке. Однако их доминирование имеет последствия: процесс обучения строится на некритическом поглощении информации, добытой предыдущими поколениями. Это касается всех образовательных направлений, включая творческие, и музыкальное — не исключение. Так, часто отмечаемое в отношении молодых пианистов-виртуозов, особенно представителей китайской школы, копирование манеры игры и исполнительских интерпретаций великих пианистов прошлого — один из примеров такого подхода к обучению. Он стал основой модуляций в оценках Ланг Ланга от «реинкарнации Горовица» в его лице — до «пианиста-симулякра»⁶ [3].

Конечно, занятие искусством априори развивает нейронные сети мозга. «Музыка способна активировать в мозге систему поощрения. А следовательно, она имеет уникальную возможность изменять его», — отмечают норвежские исследователи А. Бреан и Г. Скейе⁷. Об этом неоднократно писала Т. Черниговская.

⁴ Webb A., Rule A. Second Graders' Recycled/Craft Item Products Demonstrate Life Cycle Content Knowledge and Creativity Skills // *Creative Education*. 2012. No. 3, pp. 479–485. DOI: 10.4236/ce.2012.34073

⁵ Guilford J. P. Creativity: Yesterday, Today and Tomorrow // *Journal of Creative Behavior*. 1967. Vol. 1, Issue 1, pp. 3–14. DOI: 10.1002/j.2162-6057.1967.tb00002.x

⁶ «Ещё недавно он смотрелся реинкарнацией Горовица, сегодня куда больше напоминает его незадачливых последователей. Копия копии, псевдовиртуоз. Пианист-симулякр, идеальный герой нашего времени». См.: Ренанскай Д. Ланг Ланг в Мариинке-3 // *OpenSpace.ru*. Музыка академическая. Архив. URL: https://os.colta.ru/music_classic/events/details/10991/?view_comments=all (дата обращения: 27.06.2023).

⁷ Бреан А., Скейе Г. У. Музыка и мозг. Как музыка влияет на эмоции, здоровье и интеллект / пер. с норв. М.: Альпина Паблицер, 2022. С. 9.

«Мелодия творит с нейронной сетью невероятное: она приучает мозг отличать друг от друга очень тонкие вещи», — утверждает исследовательница⁸. Но даже в этой сфере знания ориентир на законсервированные модели информации, передача которых лежит в основе многих музыкально-теоретических и исторических дисциплин, не даёт обучаемым навыков свободного, лишённого штампов мышления. А оно остро необходимо в профессии, где задача состоит не только в эстафетной трансляции информации о шедеврах музыки разных стилей прошлого, но и в способности живых оценочных суждений о новейшей музыке, об искусстве сегодняшнего дня, подчас далёком от традиций. Логика здесь может быть препятствием к получению нового знания, ведь исследуя исторические процессы рождения современных музыкально-стилевых парадигм, мы понимаем, что их формирование лежит как раз на пути нарушения устоявшейся логики и правил. И это особенно остро понимается самими творцами. Напомним известные слова А. Шнитке: «Для образования жемчужины в раковине, лежащей на дне океана, нужна песчинка — что-то “неправильное”, инородное. Совсем как в искусстве, где истинно великое часто рождается “не по правилам”»⁹.

Именно это «неправильное», непонятное заставляет наш мозг действовать бо-

лее активно. Интересно умозаключение нидерландского нейробиолога Дика Сваба, который в книге «Наш креативный мозг», изучая воздействие искусства на развитие нейронных связей, доказал, что абстрактное искусство способствует этому в большей степени, чем традиционное. Такого рода исследования проводились учёным в Нидерландском институте головного мозга. Им было обнаружено, что глядя на творение художника-реалиста, мы распознаём отдельный образ — так устроен наш мозг: в нём активируется соответствующая область идентификации этого образа. Когда же мы видим абстракцию, процесс перцепции захватывает и стимулирует не одну, а многие зоны¹⁰. То есть загадка и стремление понять её смысл активируют интуитивный и когнитивный аппараты не частично, а целиком.

То, что человек, сталкиваясь с чем-то необычным, нетривиальным в рамках того или иного вида искусства, начинает интенсивно мыслить, искать и достраивать смыслы, было глубинно осознано драматургами, режиссёрами и композиторами, работающими в сфере современного театра, в том числе и музыкального. Эмблематично в этом плане утверждение Хайнера Гёббельса: «Зритель — не адресат, получающий послание или символ. Зритель сам создаёт значение и находит его смысл»¹¹.

⁸ Татьяна Черниговская о влиянии музыки на работу мозга. URL: https://spb.aif.ru/society/science/tatyana_chernigovskaya_mozg_dolzhen_tyazhelo_i_postoyanno_truditsya (дата обращения: 27.06.2023).

⁹ Цит. по: Советский джаз: Проблемы. События. Мастера: сборник статей / сост. и ред. А. Медведев, О. Медведева. М.: Советский композитор, 1987. С. 56.

¹⁰ См. об этом: Человек искусный. Как творчество помогает развивать мозг. URL: <https://plus-one.forbes.ru/chelovek-iskusnyy> (дата обращения: 27.06.2023).

¹¹ Борисова А. «Некоторые зрители говорили мне, что видели Бога». В Новом пространстве Театра Наций открыты инсталляции Хайнера Гёббельса. URL: https://www.gazeta.ru/culture/2017/03/24/a_10591517.shtml (дата обращения: 27.06.2023).

Но если эта способность важна для зрителя, то насколько она важна для профессионала, работающего в сфере современной музыкальной индустрии? В глобализованном мире, где продукты, услуги, проекты стандартизированы, способность продуцировать новые идеи, находить нетривиальные решения является залогом профессиональной успешности. А не это ли главная цель образовательного процесса: оснастить молодого человека профессиональными навыками для успешного построения его личной карьерной траектории?

Концентрация на логике и анализе в процессе обучения, о чём было сказано, консервирует то, что у представителей творческих профессий должно доминировать, а именно творческое воображение, способное рождать новые идеи. Вспомним Эйнштейна, который говорил: «Логика приведёт вас из пункта А в пункт Б. Воображение приведёт вас куда угодно»¹².

Аналитики бизнеса говорят о том, что если в XX веке в управлении господствовали «три С» — *control, compliance, compartmentalization* (контроль, послушание, иерархия), то в XXI веке самыми прибыльными, эффективными и высоко результативными организациями становятся те, в которых преобладают «три I» — *ideas, information, interaction* (идеи, информация, взаимодействие)¹³. Сегодня ценится специалист с творческим подходом, способный придумывать новое и необычное.

Не касаясь особой сферы обучения исполнительским специальностям, всё же отметим, насколько важна выпускнику способность демонстрации не просто определённого уровня технического мастерства, интонационно-стилевого понимания исполняемой музыки, но и наличия элементов её индивидуальной интерпретации, а это уже область нестандартного мышления. Однако акцентируем наше внимание на прикладных навыках, которые сегодня предусмотрены программами всех уровней консерваторского образования, вплоть до ассистентуры-стажировки, и формируются в рамках таких дисциплин, как экономика культуры, маркетинг, менеджмент. Цель их сформулирована в профессиональных компетенциях и направлена на адаптацию молодых музыкантов к конкурентному пространству современной концертной жизни. Здесь немаловажно понимать, что продвижение академического искусства концертными организациями — одним из важных мест профессиональной деятельности выпускников консерваторий — также сегодня ориентировано на «три I» — идеи, информацию и взаимодействие.

Успешность творческих проектов концертных залов, филармоний, музыкальных театров, продюсерских центров определена именно креативностью идей, широтой информационного поля и активностью взаимодействия не только с целевыми аудиториями, но и с разными сферами искусства и бизнеса. Приведём в пример Государственную академическую

¹² Альберт Эйнштейн: цитаты одного из величайших умов всех времён.
URL: <https://readrate.com/rus/news/albert-eynshteyn-tsitaty-odnogo-iz-velichayshikh-umov-vsekh-vremen> (дата обращения: 27.06.2023).

¹³ Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. Москва: Вершина, 2006. С. 121.

капеллу Санкт-Петербурга — выдающийся очаг музыкального искусства России, при котором в 2022 году был открыт Центр креативных индустрий. Сегодня это — многофункциональное арт-пространство, которое включает, помимо основного концертного зала, камерный зал для экспериментальных программ, кинозал, арт-дворы, музей, коворкинг и даже зону кулинарии. Соответственно, комплексны и необычны — в полном смысле креативны — проекты Капеллы. Например, в великий для города и страны День снятия блокады Ленинграда во дворах Капеллы были организованы события в русле партиципаторного искусства, реконструирующие обстановку в осаждённом городе. В музее проходила тематическая выставка картин, а в концертном зале звучала Седьмая симфония Шостаковича.

Множественные проекты Капеллы демонстрируют, как *interaction* (взаимодействие) осуществляется Центром креативных индустрий через стратегию арт-коллабораций. Исследователи данной стратегии указывают, что «...арт-коллаборацией сегодня принято называть креативное партнёрство в сфере культуры и искусства с целью совместного продвижения собственных брендов... Кроме того, арт-коллаборация часто сама по себе является полноценным культурным продуктом и содействует просвещению населения» [4, с. 20]. А вот что говорит об этом генеральный директор Государственной академической капеллы Санкт-Петербурга Ольга Хомова: «Несколько лет назад мы поняли, что для того, чтобы привлечь новую публику в залы,

нужен новый подход, основу которого составила арт-коллаборация как драйвер креативной индустрии... Мы перестали называться академическим концертным залом и стали мультикультурным пространством»¹⁴. Отвечая на вопрос о том, что значит «мультикультурное пространство», Ольга Сергеевна пояснила, что это такое пространство, в котором представлены все виды искусств. Поставив почти философский вопрос, что же является искусством, Хомова предложила широкую его трактовку, которая позволила ввести в сферу искусства области, традиционно с ним несопоставимые, — например, кулинарию, парфюмерию или спорт.

Следует заметить, что предложенный Центром креативных индустрий Капеллы арт-коллаборативный подход оказался продуктивным. Приведём в пример один из последних проектов, осуществлённых в Белом зале Капеллы, — Фестиваль концептуального искусства парфюмерии, кулинарии и живописи «Февральская сирень»: цветущие кусты сирени в заснеженном Петербурге; авторские ароматы коллекции «Сиреневые истории» от Гильдии парфюмеров; парфюмерный мастер-класс и возможность создать незабываемый аромат; художественный мастер-класс «Рисуем ароматными красками»; кондитерское шоу «Сиреневое лакомство». Посетители этого событийного кластера не прошли и мимо концертной программы.

На самом деле это — многоэтапный проект, который начался с приглашения Гильдии парфюмеров и совместного действия «Ноты запахов и ноты звуков». На глазах у публики под музыку родились

¹⁴ Сообщение на данную тему см. на портале «Культура 2.0» в Экспертной дискуссии «Креативные коллаборации». URL: <https://culturalforum.ru/events/kreativnye-kollaboracii> (дата обращения: 27.06.2023).

духи Капеллы — четыре аромата (бас, тенор, альт, сопрано), составившие букет, олицетворяющий музыку этого коллектива и ставшие сувенирной продукцией, как и наборы «Вкусы Капеллы», появившиеся в результате кулинарных арт-коллективных проектов.

Приведённые примеры демонстрируют современный подход к организации музыкальной жизни, музыкальных событий, где прямыми участниками ежегодно становятся выпускники музыкальных вузов. Несомненно, их организация требует креативного мышления, которое может в определённой мере быть природным даром или формироваться в процессе длительного трудового опыта, но может и воспитываться.

Возвращаясь к образовательному процессу, поделимся опытом кафедры продюсерства исполнительских искусств Ростовской консерватории. В рамках ключевого предмета «Мастерство продюсера» был введён специальный модуль «Креативное мышление и креативные технологии». Это представлялось важным, поскольку в функционал продюсера входит создание концепции проекта, разработка стратегии развития какого-либо коллектива и многое другое, что является собой комплекс творческих задач, не имеющих стандартного набора решений. Добавим, что нестандартное мышление может служить фундаментом личной

устойчивости в весьма турбулентном мире.

Ключевыми для данного курса стали два вопроса: как развить своё мышление и как сделать его нестандартным. Предмет состоит из трёх блоков — информационного, тренингового и практического. Информационный посвящён знакомству с понятием креатива, особенностям устройства нашего мозга, обоснованию возможностей формирования новых нейронных связей.

Тренинговый задействует выработанные и апробированные в разных областях знания практические методики развития креативного мышления. Обозначим некоторые из них:

- метод свободных ассоциаций, заимствованный у Зигмунда Фрейда, который считал, что с помощью ассоциаций можно проникнуть глубоко в бессознательное;

- майндмэппинг (*mind mapping* — ментальная карта, карта мыслей, диаграмма связей) — разработка британского специалиста по психологии обучения Тони Бьюзена, инструмент визуального отображения информации, позволяющий эффективно её структурировать и обрабатывать¹⁵;

- техника фрирайтинга (*free writing* — свободное письмо), подробно описанная в книге французского маркетолога Марка Леви¹⁶, — особая методика письма,

¹⁵ Интеллект-карта представляет собой древовидную схему, на которой изображены слова, идеи, задачи или другие понятия, связанные ветвями, отходящими от центрального понятия или идеи. Ветви, имеющие форму плавных линий, обозначаются и поясняются ключевыми словами или образами. Разная толщина линий, разные цвета ветвей, точно выбранные ключевые слова, образы и символы, значимые лично для вас, — всё это создаёт яркий визуальный продукт, позволяющий активировать восприятие.

¹⁶ См.: Леви М. Фрирайтинг: современная техника поиска креативных решений / пер. с англ. О. Мацак. М.: Эксмо, 2011. 244 с.

направленная на поиск неординарных идей и решений;

– «метод шести шляп» британского психолога Эдварда де Боно, основанный на рассмотрении любой проблемы с разных ракурсов, каждый из которых метафорически обозначен шляпой определённого цвета. Участники тренинга, надевая ту или иную шляпу, анализируют проблему в заданном ключе;

– и другие.

Практический аспект курса предполагает анализ различных креативных проектов, подобных иницируемым Хорошей капеллой, и разработку собственного проекта.

Итак, развитие креативности в рамках учебного процесса можно рассматривать сегодня как социальный и государственный заказ, поскольку очевидно,

что «современное эффективное общество основано не только на знаниях, но и на креативном мышлении людей», а «креативное мышление составляет важный личностный ресурс, определяя развитие производства и место государства на мировой арене» [5, с. 117]. Цель данного эксперимента — помочь выпускникам быть более успешными в своей профессии, при этом здесь тоже открывается поле поисков креатива, но уже педагогического. Ведь как сказал известный английский художник, дизайнер, педагог и бизнес-консультант по вопросам креативного мышления Род Джадкинс, автор книги «Искусство креативного мышления», «...секрет креативности прост — вы обращаете внимание на то, на что не смотрят остальные, и заставляете мир последовать своему примеру»¹⁷.

Список источников

1. Го И. Исследование творческого взаимодействия интерактивной рекламы в новых медиа // Наука и человек в новом мире: сборник статей II Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 25 мая 2023 года. Петрозаводск: Международный центр научного партнёрства «Новая Наука», 2023. С. 142–148. DOI: 10.46916/26052023-1-978-5-00174-998-1
2. Дурягин А. С. Современный креатив в маркетинге: новые подходы и тенденции // Практический маркетинг. 2023. № 3 (309). С. 3–6. DOI: 10.24412/2071-3762-2023-3309-3-6
3. Густякова Д. Ю. Классика на грани массовой культуры: стратегии репрезентации // Ярославский педагогический вестник. 2020. № 6 (117). С. 199–208. DOI: 10.20323/1813-145X-2020-6-117-199-208
4. Аликперов И. М., Мезюров А. А. Арт-коллаборация: эффективный инструмент развития городского культурного пространства // Муниципалитет: экономика и управление. 2021. № 4. С. 17–25. DOI: 10.22394/2304-3385-2021-4-17-25
5. Козьяков Р. В. Концепции креативного мышления и основные подходы к его изучению // Современная зарубежная психология. 2022. Т. 11, № 4. С. 117–126. DOI: 10.17759/jmfp.2022110410

¹⁷ Джадкинс Р. Искусство креативного мышления / пер. с англ. П. Миронова. М.: Азбука-Аттикус, сор. 2016. С. 114.

Информация об авторах:

А. В. Крылова — доктор культурологии, кандидат искусствоведения, профессор, проректор по научной работе, заведующая кафедрой продюсирования.

А. В. Шорникова — кандидат искусствоведения, старший преподаватель кафедры продюсерства исполнительских искусств.

References

1. Guo Yi. Exploring the Creative Interaction of Interactive Advertising in New Media. *Science and Man in the New World: Collection of Articles of the 2nd International Scientific and Practical Conference, Petrozavodsk, May 25, 2023*. Petrozavodsk: International Center for Scientific Partnership “New Science”, 2023, pp. 142–148. (In Russ.)

DOI: 10.46916/26052023-1-978-5-00174-998-1

2. Duryagin A. S. Modern Creativity in Marketing: New Approaches and Trends. *Practical Marketing*. 2023. No. 3 (309), pp. 3–6. (In Russ.) DOI: 10.24412/2071-3762-2023-3309-3-6

3. Gustyakova D. Yu. Classics on the Verge of Mass Culture: Strategies for Representation. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. 2020. No. 6 (117), pp. 199–208. (In Russ.)

DOI: 10.20323/1813-145X-2020-6-117-199-208

4. Alikperov I. M., Mezyurov A. A. Art Collaboration: an Efficient Tool of the Urban Cultural Space Development. *Municipality: Economics and Management*. 2021. No. 4, pp. 17–25. (In Russ.)

DOI: 10.22394/2304-3385-2021-4-17-25

5. Koziakov R. V. Concepts of Creative Thinking and Basic Approaches to Its Study. *Journal of Modern Foreign Psychology*. 2022. Vol. 11, No. 4, pp. 117–126. (In Russ.)

DOI: 10.17759/jmfp.2022110410

Information about the author:

Alexandra V. Krylova — Dr.Sci. (Culturology), Cand.Sci. (Arts), Professor, Pro-rector for Research, Head of Department of Musical Management.

Alexandra V. Shornikova — Cand.Sci. (Arts), Senior Lecturer at the Department of Musical Management.

Поступила в редакцию / Received: 08.07.2023

Одобрена после рецензирования / Revised: 29.07.2023

Принята к публикации / Accepted: 31.07.2023