

17. Macduff N. The multi-paradigm model of volunteering: a new way to identify and manage volunteers // *Volunteer Leadership*. 2006. Pp. 31-38.
18. Morrison C. C., Greenhaw L. L. What skills do volunteer leaders need? A Delphi study // *Journal of Leadership Education*. 2018. Vol. 17. №. 4. P. 54-71. DOI: 10.12806/V17/I4/R4
19. Rego R., Zozimo J., Correia M. J., Ross A. Bridging volunteering and the labour market: a proposal of a soft skills matrix // *Voluntary Sector Review*. 2016. Vol. 7. № 1. P. 89-99. DOI: 10.1332/204080516X14537236936186

M. Pevnaya, D. Minchenko

KEY COMPETENCES OF EVENT VOLUNTEER

Abstract

in the last decade, event volunteering has become widespread in Russia as a form of social participation for young citizens. Volunteers in this direction are subject to various requirements that characterize the knowledge, skills, and abilities that they must possess in order to participate in the holding of an event. The report, based on the results of an analysis of publications and standards for organizing volunteer activity, highlights the key characteristics and competencies that should be inherent in event volunteers.

Keywords: competence, competency, volunteering, event volunteering, volunteer competence.

УДК 316.1, 159.9

И. Э. Петрова, Д. А. Азерли

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ: ПЕРСПЕКТИВЫ КОМПЛЕКСНЫХ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация

Креативность как интегральная характеристика личности является предметом исследования многих отраслей научного знания, доминирующую роль в изучении играет психология и след за ней педагогика. Анализ социокультурных факторов формирования креативной компетенции в образовании и развитие креативности персонала в условиях внедрения инноваций требуют комплексного междисциплинарного подхода. В рамках Программы стратегического академического лидерства Приоритет 2030 в ННГУ им. Н. И. Лобачевского создана научно-исследовательская лаборатория Дизайн информации и открыт научный проект исследования креативности абитуриентов, студентов, персонала. В качестве первого этапа разработки комплексной междисциплинарной методологии анализа креативности был проведен программный контент-анализ статей, раскрывающих применение подходов из нескольких отраслей науки в исследованиях креативности. В настоящее время на основе результатов контент-анализа выявлены ключевые составляющие для формирования комплексной междисциплинарной методологии изучения креативности.

Ключевые слова: креативность, междисциплинарность, интердисциплинарность, социология, психология, когнитивные науки, цифровые следы

В русскоязычном сегменте исследований креативности, творчества, одаренности были выбраны 75 текстов, в которых авторы заявили об использовании в сочетании нескольких концепций из разных наук, что позволило получить обогащенные результаты, и рассмотреть явление креативности с разных сторон. Считаем, эти статьи представляют весь объем текстов, посвященных междисциплинарности в российских научных публикациях, и расширение корпуса текстов в настоящее время за счет русскоязычных текстов невозможным.

В англоязычном сегменте были выбраны научные статьи из журнала *Creativity Research Journal* (международный журнал, сфокусированный на междисциплинарном изучении креативности, из всех выпусков с 1988 по 2022) в количестве 338, которые представляли концепции нескольких дисциплин и были сфокусированы на анализе креативности в широком смысле этого слова.

Контент-анализ проводился программным способом в пакете программ Lekta [4, с. 18–26]. В процессе изучения тексты статей разбиваются на небольшие (не более 70 слов) смысловые отрывки, составляется словарь использованных в этом корпусе текстов наиболее релевантных понятий, в дальнейшем отрывки векторизуются, по выбранным словам, и проводится факторный анализ, позволяющий выявить взаимосвязь понятий внутри текстов.

В контенте на русском языке проанализировано около 30 000 лингво-семантических цепочек, в контенте на английском языке – более 70 000. Сила связи и сочетание концептов в корпусе текстов представлены в качестве подтем, которые несут интересные смысловые нагрузки и являются основным предметом анализа. Именно интерпретация выявленных тем позволяет судить о степени сложившейся междисциплинарности в изучении креативности, а также о перспективах развития до широко понимаемой интердисциплинарности (не просто совмещении методик разных наук, но междисциплинарном конструировании предмета и методологии анализа).

В результате проведенного программного контент-анализа в русскоязычном и англоязычном корпусах статей принято решение остановиться на выделении по 16 факторов, объясняющая способность которых составляет более 25% в каждом случае. Факторы расположены в той последовательности, в которой они выявлены в рамках программного контент-анализа, соответственно значениям факторных нагрузок (максимально 0,8 для обоих контентов). Несколько факторов оказались биполярными, и включили в себя две подтемы, некоторым образом, взаимовлияющие друг на друга. Интерес представляет как поиск и интерпретация общих и отличных факторов в русском и английском контенте, так и смысловое наполнение схожих тем. Факторы, общие для двух контентов, выделены зеленым цветом, условно схожий – оранжевым. Расположение факторов также является значимым для анализа, и показывает разработанность этих тем и представленность их в изученных статьях, и более широко – в русскоязычном/англоязычном сегментах научных исследованиях креативности (таблица 1).

Таблица 1

Факторы контент-анализа интервью

Контент-анализ статей на русском языке		Контент-анализ статей на английском языке	
Фактор 1	Когнитивная наука	Factor 1	Psychology
Фактор 2	Карьера	Factor 2	Thinking
Фактор 3	Менеджмент	Factor 3	Management
Фактор 4	Лингвистика	Factor 4	Education
Фактор 5	Гуманизм	Factor 5	Cognitive science
Фактор 6	Экзистенциализм	Factor 6	Problems
Фактор 7	Образование	Factor 7	Deviance
Фактор 8	Знание	Factor 8	Expertise
Фактор 9	Психология	Factor 9	External/Internal Theory
Фактор 10	Мышление	Factor 10	Emotions
Фактор 11	Различные науки	Factor 11	Measurement
Фактор 12	Искусство	Factor 12	Culture
Фактор 13	Капитал	Factor 13	Dialectics/ Design
Фактор 14	Философия	Factor 14	Conflict
Фактор 15	Измерение/ Ментальность	Factor 15	Upbringing/ Academy
Фактор 16	Творчество	Factor 16	Clinics Creation

По результатам контент-анализа русскоязычных статей в сфере междисциплинарного изучения креативности в целом можно сделать выводы о том, что смысловое пространство креативности пока не разделено на предметные поля различных наук, хотя психология (в России когнитивные науки считаются частью психологических наук) и педагогика явно доминируют. Вместе с тем значительное присутствие широких философских тем

(Экзистенциализм, Гуманизм, Философия как наука) более всего говорит о том, что явление креативности пока осмысливается не столько операционально, для проведения эмпирических исследований, сколько на уровне концепций и ключевых категорий, более фундаментально, чем практико-ориентировано. Это может свидетельствовать о недостаточном уровне концептуализации понятий и необходимости дальнейшей анализа возможностей различных наук в пространстве явления креативности.

Креативность представляется свойством индивида, и более всего – характеристикой его когнитивной деятельности (фактор 1). В качестве ключевых понятий в факторе основные смысловые нагрузки вобрали такие, как *диагноз, эго, индивид, когнитивные способности, самоанализ, многообразие*. Цитаты из статей, связанные с этими категориями, говорят прежде всего о взаимовлиянии креативности и когнитивных способностей человека: *индивидуальные реальные достижения являются результатом сформированности и интегрированности когнитивных и личностных ресурсов как эффектов взаимодействия разных видов способностей (когнитивных, понятийных, креативных) и разных форм ментального опыта (понятийного, метакогнитивного, интенционального)* [1, с. 8–12]

Различные авторы статей в русскоязычном корпусе документов предполагают, что исследование креативности должно учитывать кроме психологии и педагогики обязательно управленческую составляющую (фактор 3), лингвистическую (фактор 4), а также вклад самых разных наук (фактор 11) от генетики и ее влияния на выявление креативности до биологии, химии (внутренние процессы в теле человека) и возможности формирования интегрального подхода [3, с. 88–90].

Интересным поворотом в осмыслении креативности является привлечение разных составляющих экономической науки – мотивационная часть в проявлении креативности и требования работодателей к соискателям работы (фактор 2); необходимость учета креативности в управлении организациями (фактор 3), а также вклад, который может внести креативность в развитие человеческого капитала и формировании стратегии управления на основе данных и ценностей (фактор 13).

Выдвинутая заранее гипотеза о том, что в русскоязычном сегменте изучения креативности большинство статей будут сфокусированы на творчестве и искусстве, не нашла своего подтверждения, эти темы расположены в последней трети списка (факторы 12 и 16), что скорее всего, связано с углублением научного изучения креативности в последние 10 лет в России.

Англоязычный контент-анализ демонстрирует гораздо более четкое предметное разделение пространства креативности: различные науки представлены каждая в качестве отдельной темы (Психология, Педагогика, Управление, Когнитивные науки) и сбалансированы между собой по значениям факторных нагрузок (около 0,5 в каждом из факторов). Тема теоретического анализа креативности является вторичной в факторе 9 и включает в себя категории, связанные с уточнением определения креативности и ее составляющими. Два конструкта о противоречивости и диалектичности креативности более всего говорят о сложности явления, нежели потребности в философском его отражении.

Вместе с тем, в этом корпусе статей совершенно отсутствуют тексты, посвященные философскому мета-анализу креативности или предположениям о вкладе точных или естественных наук в ее изучение. Связываем это с более долгим (с середины 20-го века) процессом изучения креативности в странах Европы и США, и поэтому более точной операционализацией понятий в пространстве этого явления.

Поэтому в массиве англоязычных статей появляются темы, которые отражают более глубокий содержательный анализ креативности: Problems (Factor 6), Deviance (Factor 7), Expertise (Factor 8), External/Internal (Factor 9), Emotions (Factor 10), Conflict (Factor 14), Upbringing (Factor 15).

В качестве значимых направлений исследования представлены анализ того, что в разное время считают нормой и отклонением, является креативность девиацией или стандартом поведения. Внешние и внутренние факторы развития креативности выделены по

результатам контент-анализа в отдельную тему, и баланс их практически до сих пор не согласован окончательно. Является ли креативность свойством личности, которая в том числе задается генетически, или компетенцией, которую можно развить в течение жизни, эти вопросы остаются не до конца решенными. Креативность оказывается сопряженной с эмоциями, как позитивными, так и негативными, и активизация креативной составляющей труда и учебы вызывает самые разные реакции публики. Креативные продукты и поведение становятся предметом социально-гуманитарной экспертизы, и внедрением креативных идей занимаются многочисленные корпорации и фонды. Креативность как свойство современной занятости, обучения и даже жизни в целом становится поводом не только признания разнообразия людей, но также и неравенства их в доступе к различным благам, цифровому контенту, что приводит к социальным конфликтам. Именно поэтому выявлен отдельный фактор проблем, который включает в себя не только сложные ситуации жизни конкретного индивида, но вместе с тем и социальные аспекты напряженности вокруг неравенства, связанного с креативностью. Биполярный фактор 15 представлен сразу двумя темами-воспитание и академическая наука. С одной стороны, очевидно, что изучение креативности, хотя и педалируется многими бизнес-участниками и глобальными корпорациями (Тесла, Сбер и тд), но сконцентрировано вокруг академических институтов, более всего психологических, но и не исключающих социальные науки (используются такие конструкты, как университеты, факультеты и кафедры, конкретные науки). С другой стороны, зачастую именно академическая наука более всего рассуждает о том, как выявить креативность в детстве, и развивать ее в воспитании, родительско-детских отношениях, семейных стратегиях обучения.

Особый интерес представляют собой факторы, схожие по названию и тематике, но в содержательном плане демонстрирующие значимые отличия, например тема качественных и количественных исследований креативности (таблица 2)

Таблица 2

Факторы Измерение в русскоязычном и англоязычных контентях

Mesaures	Factor 11	Измерение	Фактор 11
analysis	0,4696	креативность	0,2358
factors	0,3942	статистика	0,2023
regression	0,353	исследование	0,1997
variables	0,3169		
model	0,3142		
conduct	0,2564		
data	0,2448		
measures	0,2002		

Фактор Измерения в русскоязычном контенте оказывается очень мало наполненным, расположенным ближе к третьей части списка тем, а также малозначимым по величине факторной нагрузки, фактически на границе отсечения отбора лексем (0,2). Анализ статей подтвердил выдвинутую, в связи с этим гипотезу о том, что количественные (статистические) исследования креативности пока мало представлены в русскоязычном сегменте в отличие от англоязычного корпуса публикаций.

Англоязычный контент показывает значительно большее разнообразие составляющих темы Измерение – сюда входят категории, указывающие на наиболее часто встречающиеся варианты статистических исследований, а также важность сбора и обработки данных, и последующего моделирования креативного поведения на их основе.

Подводя итоги проведения контент-анализа публикаций на русском и английском языках в сфере междисциплинарных исследований креативности, можно сделать следующие выводы. Более долгий срок изучения явления креативности привел исследователей в англоязычном сегменте публикаций к более строгому разделению предметных полей

различных наук, изучающих креативность; меньшему числу текстов без эмпирической составляющей анализа и философского осмысления категории; большему числу тем, посвященных глубокому изучению отдельных аспектов креативности.

Вместе с тем значительно более подробное описание качественных и количественных исследований позволяет говорить о более глубокой операционализации понятия, большем количестве проведенных замеров, и в том числе в сочетании методов различных наук. Именно этот факт позволяет говорить о более разработанной проблематике междисциплинарности в англоязычном сегменте анализа креативности, к чему можно стремиться в дальнейших исследованиях.

В начале 2023 года коллектив лаборатории представил уникальную комплексную программу исследования креативности, включающую в себя психологические, лингвистические и кросс-культурные тесты; социологическую анкету и данные цифрового следа респондентов, полученные на основе их информированного добровольного согласия [5, 103–105; 6, с. 95–97]. На основании анализа результатов комплексного исследования креативности студентов четырех вузов России (1200 респондентов, 700 согласились предоставить доступ к их данным в сети ВКонтакте) впервые получены социально-психологические характеристики креативности студентов, социальные факторы формирования и развития креативной компетенции, а также основные критерии выявления креативности по цифровому следу студентов. [2, с. 313–317].

В течение 2023 года будет проводиться серия когнитивных экспериментов для анализа биологической обратной связи представителей различных групп респондентов первого этапа исследований (отобранных по уровню и профилю креативности) в тестовом, игровом контекстах и лабораторной симуляции реальных трудовых ситуаций в условиях внедрения инноваций. Анализ и интерпретация данных экспериментов наряду с результатами комплексного исследования позволяет выработать рекомендации по оценке персонала, отбора целевых абитуриентов, индивидуализации траекторий обучения студентов для развития креативной компетенции. Наиболее перспективным направлением становится изучение явления синхронизации действий членов коллектива в процессе выполнения общего задания (или набора одинаковых задач).

Литература

1. Дружинина С. В. Интеллект, креативность и личностные свойства как факторы реальных достижений / Автореф... канд. псих. наук. Москва. ИП РАН. 19.00.01. 26 с. 2016.
2. Исакова И. А., Петрова И. Э., Ситникова И. В. Интердисциплинарность vs междисциплинарность: возможности изучения креативности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 1 (173). 2023. С. 310–322.
3. Кузнецова, Н. М. Креативность как компетенция будущего / Н. М. Кузнецова // Общество в поисках баланса: Материалы XII международной социологической Грушинской конференции, Москва, 23–27 мая 2022 года / отв. ред. А. В. Кулешова; Фонд "Всероссийский центр изучения общественного мнения". – Москва: Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2022. С. 88–90. EDN PUFZUN.
4. ЛЕКТА (лексико-семантический текстовый анализатор). Версия 1.0.2 Руководство пользователя. Нижний Новгород. КБДТ. 2011. 44 с. URL: Lekta_F (kontent-analiz.ru)
5. Петрова И. Э., Сорокина И.В. Социология, психология и Big Data в междисциплинарном изучении креативности: грани соприкосновения // Общество в поисках баланса: Материалы XII международной социологической Грушинской конференции, Москва, 23–27 мая 2022 года / отв. ред. А. В. Кулешова; Фонд "Всероссийский центр изучения общественного мнения". – Москва: Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2022. С. 103–106. EDN SFSGUA.
6. Ситникова И.В., Ушакова Я. В. Методические подходы к изучению креативности // Общество в поисках баланса: Материалы XII международной

социологической Грушинской конференции, Москва, 23–27 мая 2022 года / отв. ред. А. В. Кулешова; Фонд "Всероссийский центр изучения общественного мнения". – Москва: Всероссийский центр изучения общественного мнения, 2022. С. 95–98. EDN VUOGWX.

I. Petrova, J. Azerli

DEVELOPMENT OF CREATIVE COMPETENCE UNDER CONDITIONS OF INNOVATION IMPLEMENTATION: PERSPECTIVES FOR INTEGRATED INTERDISCIPLINARY RESEARCH

Abstract.

Creativity as an integral characteristic of a personality is the subject of research in many fields of scientific knowledge; psychology and pedagogy are the predominant ones in this field. The analysis of socio-cultural factors of creative competence formation in education and personnel creativity development under the conditions of innovations introduction requires the complex interdisciplinary approach. Within the Program of Strategic Academic Leadership Priority 2030 at N.I. Lobachevsky NNSU a research laboratory Information Design was established and a research project on creativity of applicants, students, staff was opened. As the first stage of development of a complex interdisciplinary methodology for creativity analysis, a programmatic content analysis of articles revealing the application of approaches from several branches of science in creativity research was carried out. Currently, based on the results of the content analysis the key components for the formation of a comprehensive interdisciplinary methodology of creativity research have been identified

Keywords: creativity, interdisciplinarity, interdisciplinarity, sociology, psychology, cognitive sciences, digital footprint

УДК 35.082.2

А. А. Пищальников, С. Ю. Бедрий, А. А. Лебедев

КАКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ НУЖНЫ ПУБЛИЧНЫМ СЛУЖАЩИМ В СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД

Аннотация

В современный период одной из важнейших задач развития публичной службы в РФ выступает повышение профессионализма и компетентности публичных служащих. Качество работы публичных служащих напрямую влияет на эффективность функционирования государства. В связи с быстрым технологическим развитием и изменениями в обществе, публичные служащие должны быть готовы к постоянному самосовершенствованию и обновлению своих компетенций для эффективного развития государства. В рамках решения данной задачи необходимо разработать обоснованный подход к содержанию профессионализма и выделению компетенций публичных служащих. В российской и зарубежной научной литературе предложено значительное количество подходов к решению этого вопроса. В данной статье на основе анализа научных публикаций делается попытка систематизации научных подходов к раскрытию содержания профессионализма, структуре компетенций, публичных служащих РФ. Авторы также приходят к выводу, что одной из проблем, затрудняющих в современный период внедрение в практику публичной службы компетентностного подхода, выступает неполнота нормативно-правовой базы. На основании проведённого исследования в заключительной части статьи выделяются ключевые факторы, которые должны определить подходы к формированию структуры компетенций публичных служащих.

Ключевые слова: публичные служащие, компетенции публичных служащих, профессионализм.

После принятия в 2021 году Федерального закона от 21.12.2021 № 414-ФЗ «Об общих принципах организации публичной власти в субъектах Российской Федерации» в оборот вошло понятие «системы публичной власти», которая включает органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления [3]. Понятие публичной службы в данном законе отсутствует. В научной литературе в настоящее время представлены различные подходы к определению данного понятия. Так, например, М. А. Овакимян и А. Б. Савченко под публичной службой понимают «профессиональную