

ТОЛЕРАНТНОСТЬ СУБЪЕКТОВ ТВОРЧЕСКОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КАПИТАЛ ИННОВАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ

В.Г. Грязева-Добшинская

Представлены результаты эмпирических исследований по психодиагностической технологии РОССТЛ, проведенных на выборках менеджеров промышленных предприятий, внедряющих инновации. Технология РОССТЛ выявляет толерантность субъектов к различным типам творческих личностей и предназначена для диагностики, прогноза и коррекции взаимоотношений в креативных группах, командах инновационных проектов, при осуществлении организационных изменений. Представлена технология выявления социо-культурного капитала инноваций как готовности субъектов на уровне принимаемых ценностей, символов, социальных ролей к инновационному варианту развития организации.

Ключевые слова: толерантность, креативность, творческая личность, социальный и культурный капитал инноваций, проективный и психосемантический методы.

Проблемное поле и теоретические основы эмпирического исследования

Для формирования общества с развитой инновационной экономикой необходима оптимизация взаимоотношений социальных субъектов, выполняющих социальные роли в инновационной деятельности (руководителей, инвесторов, творцов, лидеров-инноваторов), так как взаимоотношения общества и творцов, преобразователей характеризуются сложностью, конфликтностью [10]. Эффективная деятельность креативных групп, проектных команд, инновационных организаций обеспечивается многими социально-психологическими факторами: интеграцией личностного и творческого разнообразия, поддержкой сплоченности при ролевой дифференциации, развитием способности субъектов к синергии взаимодействия [1, 2, 7, 11, 20].

Исследования показывают, что в постиндустриальном обществе *креативность* и *толерантность* наряду с технологиями определяют достижения субъектов, групп, организаций, регионов, выступают как социо-культурные и как экономические феномены, оказывая влияние на *капитализацию* (изменение способности системы производить капитал) творческого, инновационного продукта [8, 12, 16, 21, 24]. Толерантность в сфере креативности может рассматриваться в аспекте *социального капитала* (понимаемого как продукт включенности человека в социальные структуры, сети и

представляющего потенциалы доверия и взаимопомощи) и в аспекте *культурного капитала* (понимаемого как продукт включенности человека в культуру и представляющего потенциалы знаний, языка, культурных способностей), составляющих личностные (нематериальные) ресурсы организации [8].

Понятийное пространство данного исследования по проблеме толерантности в сфере креативности и инноваций задано двумя ортогональными осями: «*толерантность – конфликтность*», «*идентичность – позиционирование*».

Дихотомия «*толерантность – конфликтность*» обнаруживается во всех работах по толерантности. Конфликт, борьба противоположностей определяют процессы социокультурного развития, но и «толерантность», разнообразие, взаимопомощь, доверие имеют эволюционный смысл в противоречивом процессе развития [3, 4, 16]. Толерантность понимается как устойчивость к неопределенности, к конфликту, к стрессу, к поведенческим отклонениям, как этническая устойчивость; толерантность, рассматриваемая как интегральная характеристика личности, включает четыре компонента: психологическую устойчивость, систему позитивных установок, комплекс индивидуальных качеств, систему личностных и групповых ценностей [3].

Дихотомию «*идентичность – позиционирование*» также можно обнаружить в работах по толерантности. Исследования проблем

* Работа поддержана грантом РГНФ № 08-06-00633а.

идентичности как оппозиции «Я» – «не-Я», «свой» – «чужой» выявили феномены, механизмы, факторы толерантности [19, 22]. «Чужой» как «Не-свой» (утверждающий иные, неизвестные ценности) выступает как угроза идентичности. Модель восприятия чужого включает параметры: «соответствие идентичности – противоречие идентичности»; «свое» – «не-свое»; позитивная валентность – амбивалентность – негативная валентность. Исследуются ценности и стандарты идентичности, в том числе идеально-символические и материально-экономические [17, 22].

Позиционирование «Я» понимается как познание и признание человеком собственной уникальности, сохранение автономности. Сфера творчества и инноваций предполагает процесс позиционирования человеком уникальности своего «Я», своей позиции относительно «школы», «канона», «парадигмы». Позиционирование «Я» включает активный диалог с «другими» и поддержание разнообразия [18]. Именно в сфере творчества и инноваций инаковость «другого» (и каждого) становится объектом интереса, понимания, обретает ценность.

Методы и технология эмпирических исследований

Разработана психодиагностическая технология РОССТЛ («Рольевые отношения социальных субъектов с творческими личностями»), которая выявляет отношения (толерантность – интолерантность) социальных субъектов, занимающихся творческой и инновационной деятельностью [14]. Технология РОССТЛ направлена на определение эмпирических оснований для оптимизации взаимоотношений субъектов в проектных командах, создающих творческие продукты и реализующих инновационные проекты.

Психодиагностическая технология РОССТЛ выявляет следующие феномены: 1) отношение субъектов (*толерантность – интолерантность*) к типам творцов, к культурным ценностям, символам, социальным ролям, определяющим направленность на изменение, творчество, инновации; 2) *степень единства* у сотрудников принимаемых и отвергаемых типов творческих личностей, ценностей, символов; 3) *интеграцию социальной роли «криэйтора»* в группе, в организации; 4) *социокультурный капитал инноваций* – готовность субъектов на уровне принимаемых ценностей, символов, социальных ролей к из-

менениям, к инновационному варианту развития [6].

РОССТЛ – интегративная психодиагностическая технология, основой которой является психосемантический метод Дж. Келли (техника репертуарных решеток). РОССТЛ соединяет возможности психосематического и проективного методов. Семантические пространства задавались как два пространства *символов*, для которых характерны избирательность и неопределенность интерпретаций субъектов, что обеспечивает проективность получаемых данных.

Пространство *объектов для оценки – элементы* методики – различные типы современных творческих людей, имеющие мифологическую основу и различающиеся по смыслам и способам осуществления творчества (например, Прометей, Гефест, Дедал). Пространство *шкал оценки* – биполярные *конструкты* – создаются из фразеологизмов, задающих полярные определения творческих людей («Дело мастера боится», «Век живи – век учись», «Не от мира сего», «Историю делают личности»). Фразеологизмы подобраны в соответствии с основаниями бытия человека – труд, познание, игра, любовь, господство, жизнь, смерть, а также типами субъектов культуры, – индивид, социальный субъект, индивидуальность личности.

Субъектам предлагается 27 картинок с различными типами современных творческих взрослых людей (художник В. Гапоненко), из которых они выбирают 10 образов на заданные рольевые позиции, «формируя собственную команду»:

1) Я; 2) руководитель–мужчина; 3) руководитель–женщина; 4) заместитель мужчины; 5) заместитель женщины; 6) криэйтор; 7) востребованный сотрудник; 8) спасатель в кизисе; 9) увольняемый мужчина; 10) увольняемая женщина.

В инструкции нет их отнесения к творческим людям, на картинках *нет мифологических имен*, субъекты выбирают из «некоторых типов людей».

Далее выбранные на 10 рольевых позиций картинки с образами людей оцениваются по биполярным конструктам, созданным субъектами произвольно из 72 фразеологизмов. Субъекты заполняют репертуарную решетку, в которой 10 элементов (образов людей) оцениваются по 12 конструктам. Для обработки данных репертуарных решеток применяется факторный анализ.

Результаты эмпирических исследований толерантности субъектов к творческим личностям по психодиагностической технологии РОССТЛ

Проведены эмпирические исследования толерантности субъектов к творческим личностям на различных выборках: топ-менеджеры организаций различного типа [23], менеджеры промышленных предприятий с разным уровнем внедрения инноваций [6, 7], студенческие группы различных специализаций [13]. Отметим, что исследование толерантности является фрагментом программы инновационного психологического аудита менеджмента предприятий, выявляющей ресурсы инновационного лидерства [5]. Результаты исследований показали возможности разработанной технологии РОССТЛ и направления анализа толерантности – интолерантности субъектов в сфере творческой и инновационной деятельности.

1. *Первое направление.* Выявление степени единства в отношениях субъектов (*толерантности – интолерантности*) к типам творческих личностей.

Выявляется *уровень осознаваемой толерантности субъектов к типам творческих личностей* на основе выборов тех или иных образов людей на заданные ролевые позиции (индексы на основе частотных показателей, где *индексы толерантности* – выборы на все роли принимаемых, а *индексы интолерантности* – все выборы на роли увольняемых в процентах к выборке). Этот уровень толерантности – интолерантности осознается и контролируется субъектами в аспекте социальной желательности.

В исследованных предприятиях с высоким уровнем внедрения инноваций или «прорывной» модернизации устойчиво выявляются 4-6 типов творцов, которые имеют *высокие индексы толерантности* (включая Прометея, Дедала, Гефеста, Икара) и 2-3 типа творцов, которые имеют *высокие индексы интолерантности* (включая Афродиту, Эрота). Исследования *менеджеров-инноваторов промышленных предприятий* показывает большую степень *единства в их отношении* к определенным типам творческих личностей [6, 9]. По результатам исследований, *проявление толерантности* связано с мастерством, умом, стремлением к конкурентности, риску, поиску нового, а *проявление интолерантности* – со свободой, чувственностью, стремлением к удовольствиям (табл. 1). В организациях с

низким уровнем внедрения инноваций или с постепенной модернизацией *большое разнообразие типов творцов*, имеющих высокие индексы толерантности или интолерантности, что сопоставимо с их дифференциацией для организаций разного типа, включая промышленные предприятия, торговые и творческие организации [23], или для студенческих групп разных специальностей [13].

Определяется уровень неосознаваемой толерантности субъектов к типам творческих личностей, выявляемой на основе факторного анализа [6, 9, 14]. Индексы толерантности–интолерантности, определяемые по факторным нагрузкам (на основе разницы значимых нагрузок в факторе, т. е. на основе «расстояния» в семантическом пространстве субъекта), отличаются от индексов толерантности и интолерантности, рассчитанных по частотным показателям выборов и представленных в более ранних публикациях [6]. В этом варианте отношения субъектов менее осознаваемые и менее подвержены контролю в контексте социальной желательности.

Минимальные отличия между двумя способами определения толерантности и интолерантности субъектов (демонстрируемой и неосознаваемой) фиксируются *в ролевой позиции Я и в управленческих ролевых позициях* (уменьшается количество типов творцов с максимальными индексами толерантности). Значительные отличия между двумя способами определения толерантности–интолерантности субъектов фиксируются по ресурсной роли «криэйтора» (например, по одному из творческих типов – Орфею – наблюдается изменение индексов на противоположные). *Максимальные отличия* между двумя способами определения толерантности–интолерантности фиксируются *по индексам интолерантности*. Во втором варианте (на основе факторного анализа) могут выявляться более высокие значения интолерантности типов творцов, которые в первом варианте (на основе частотного анализа выборов на ролевые позиции) не выявлялись. В целом достаточно трудоемкий способ выявления отношения субъектов к типам творческих личностей на основе факторного анализа, позволяет выявлять *скрытую интолерантность* [6].

Результаты эмпирических исследований позволяют в определенной степени *прогнозировать интеграцию творца, инноватора* того или иного личностного типа в различных группах, предприятиях и организациях.

Толерантность–интолерантность менеджеров к типам творческих личностей
(выборка 160 менеджеров различных предприятий и организаций)

Тип творческой личности (с эмпирически выявленными приоритетными характеристиками)	Частоты выборов типов на ролевые позиции, %										Индекс, %		
	Я	Начальник-м.	Начальник-ж.	Заместитель-м.	Заместитель-ж.	Кризйтор	Востребованный сотрудник	Спасатель в кризисе	Увольняемый М.	Увольняемая ж.	популярности	толерантности	интолерантности
Гера (конкурентность, мастерство, ум, размах)	13	1	60		14		1	4		1	94	93	1
Дедал (ум, мастерство, поиск нового)	6	26		27		1	12	8	1		80	79	1
Гефест (мастерство, упорство, трудолюбие)	15	8		18		1	18	12			71	71	0
Прометей (риск, поиск нового, упорство в борьбе)	9	10		9			14	25			67	67	0
Икар (конкурентность, ум, размах, мастерство)	13	23		11		3	5	4	6		65	59	6
Ариадна (мастерство, поиск новизны, размах)	12		8		27		3	7		1	58	58	1
Одиссей (поиск нового, риск, активность)	10	8		5	1	4	6	10		1	44	43	1
Орфей (удовольствие, риск, оригинальность, свобода)	8	4		3		33	3	2	10		62	52	10
Венера (конкурентность, дар, свобода, чувственность)	1		6		18	2	1	4		13	44	31	13
Эрот (удовольствие, свобода, чувственность)	3			3		3	7	1	26		43	17	26

2. Второе направление. Выявление степени единства субъектов в отношениях (толерантности–интолерантности) к социальным ролям (ролевым позициям): управленческим (статусным позициям в управленческой иерархии) и ресурсным (позициям кризйтора, спасателя в кризисе, востребованного сотрудника).

Проведен анализ соотношения индексов толерантности–интолерантности (рассчитываемых на основе данных факторного анализа) по ролевым позициям без учета выбираемых на них типов творческих личностей [6]. Такой анализ позволяет определить уровень

толерантности или интолерантности субъектов в группе, в организации к той или иной роли, прежде всего, к роли кризйтора.

В выборках менеджеров толерантность к типам творческих личностей в управленческих (статусных) ролевых позициях наиболее высокая, а интолерантность наиболее низкая; по ролевой позиции кризйтора фиксируются самые низкие значения индекса толерантности и самые высокие индексы интолерантности.

Таким образом, в исследованных выборках менеджеров творческая личность не интегрирована на уровне социальной роли кри-

эйтора, социальная функция которой – создание креативных продуктов, новых технологий, приносящих максимальную прибыль, участие в развитии культуры и цивилизации. Социальная интеграция возможна для некоторых типов творческих личностей в контексте их управленческого статуса.

3. Третье направление. Анализ социокультурной матрицы развития организации, которая задает параметры активности ее субъектов. Социокультурная матрица развития организации представляет доминирующие соотношения типов личностей и их ценностно-смысловых характеристик и включает максимально толерантные и интолерантные образы творческих людей и их словесные определения по наиболее популярным фразеологизмам. На основе социокультурной матрицы можно выявить доминирующий в организации нарратив (миф) труда, познания и творчества. Для этого выявленные домини-

рующие Личности-символы (образы) и их определяющие Тексты (фразеологизмы) рассматриваются в культурных (литературно-мифологических) контекстах.

Покажем пример анализа социокультурной матрицы развития организации [6], полученной на выборке 60 менеджеров промышленного предприятия, испытывающего определенные трудности в процессе внедрения нескольких инновационных проектов на основе патентов, перспективных в аспекте коммерциализации (табл. 2).

Прежде всего, обратимся к анализу наиболее популярных фразеологизмов, используемых в конструктах для оценки тех творческих личностей, по которым выявлены наибольшие индексы толерантности, – типов Гефест, Гера, Ариадна, Дедал (в табл. 2 они выделены в столбцах серым фоном).

В целом по выборке наиболее популярными являются конструкты по экзистенци-

Таблица 2

Доминирующие соотношения типов творческих личностей и ценностно-смысловых характеристик
(частотные показатели 60 менеджеров предприятия)

Ценностно-смысловые характеристики	Мельпомена	Дедал	Одиссей	Гефест	Эрот	Гера	Орфей	Ариадна	Прометей	∑ по всем 27 типам
Труд										
Дело мастера боится	6	56	13	50	6	63	11	41	15	456
Человек велик делами	3	38	9	30	2	50	6	40	19	361
Нам денег не надо – работу давай	3	35	11	21	1	36	2	24	5	265
Играть первую скрипку	3	11	1	8	4	24	2	10	7	124
О, как сладко фигней заниматься	18	4			30	4	23	4		166
Познание										
Век живи – век учись	4	23	5	10	5	32	1	25	7	214
Идти нехожеными тропами	5	20	18	12	2	12	8	13	18	142
Ума палата, а денег маловато	4	23	1	11	4	7	7	13		139
Не от мира сего	18	11	2	5	14	1	11	5		154
Господство – свобода										
Историю делают личности.	2	17	7	18	1	24	3	17	7	168
Вольному – воля	12	1	3	5	7	4	12	3	2	89
Что хочу, то и ворочу	12	3			9	5	4	1		63
Жизнь – смерть										
Жизнь прожить – не поле перейти	1	14	3	13		12	1	16	2	104
Вся жизнь – борьба	5	16	5	17	2	18	1	13	4	153
Жить на широкую ногу	7		1		6	2	3	1		34

альному основанию *Труд* и соответствующие типам субъектов культуры *индивид* и *социальный субъект*: «*Дело мастера боится*», «*Человек велик делами*», «*Нам денег не надо – работу давай*». Именно по этим фразеологизмам чаще высоко оцениваются такие типы творческих личностей, как *Гефест*, *Гера*, *Ариадна*, *Дедал*. И именно по этим фразеологизмам наиболее редки высокие оценки у таких типов творческих личностей, как *Мельпомена*, *Эрот*, *Орфей*, – т. е. у тех, чьи индексы толерантности минимальные, а индексы интолерантности максимальные и которых выбирают на роли криэйтора или увольняемых. При этом Мельпомена, Эрот, Орфей максимально часто получают высокие оценки по такому популярному фразеологизму «*О, как сладко фицей заниматься*», а также по фразеологизмам экзистенциального основания *Господство – Свобода*: «*Вольному – воля*», «*Что хочу, то и ворочу*», «*Живём не тужим, никому не служим*».

Таким образом, интолерантность творцов соотносится с оценкой их как людей, не занимающихся серьезным трудом и при этом свободных (точнее, вольных), проявляющих индивидуализм, не обремененных службой.

Вторая по популярности в данной выборке группа фразеологизмов относится к экзистенциальному основанию *Познание* и соответствует типам субъектов культуры *социальный субъект* и *индивидуальность личности*: «*Век живи – век учись*», «*Идти нехоженными тропами*», «*Ума палата, а денег маловато*». Именно по этим фразеологизмам чаще высоко оцениваются такие типы творческих личностей, как *Дедал* (максимально часто), несколько реже *Гера*, *Ариадна*, *Икар*, *Гефест*. И именно по этим фразеологизмам наиболее редки высокие оценки у типов творческих личностей, как *Мельпомена*, *Эрот*, *Орфей*, но они чаще оцениваются по другому фразеологизму экзистенциального основания *Познание*: «*Не от мира сего*».

Третья по популярности в выборке менеджеров группа фразеологизмов относится к экзистенциальному основанию *Господство – Свобода*. При этом *Дедал*, *Гефест*, *Гера*, *Ариадна*, а также *Икар* максимально часто оцениваются по фразеологизму, который характеризует масштабную преобразовательную активность *социального субъекта*: «*Историю делают личности*».

Четвертая по популярности в выборке менеджеров группа фразеологизмов относит-

ся к экзистенциальному основанию *Жизнь – Смерть* и характеризует понимание сложности и трудности жизни *индивида* и *социального субъекта*: «*Жизнь прожить – не поле перейти*», «*Вся жизнь – борьба*». По этим фразеологизмам чаще высоко оцениваются такие типы творческих личностей, как *Дедал*, *Гефест*, *Гера*, *Ариадна*, *Икар*, по отношению к которым фиксируется максимальная толерантность. По этим фразеологизмам наиболее редки высокие оценки у таких типов, как *Мельпомена*, *Эрот*, *Орфей*, отношении которых характеризуется наибольшей интолерантностью.

В исследуемой выборке менеджеров для оценки типов творческих личностей очень редко выбирались фразеологизмы экзистенциальных оснований *Любовь, включающие открытость и доверие миру*, и *Игра, включающие риск* (поэтому они и не представлены в итоговой культурной матрице развития организации). Кроме того, минимально представлены фразеологизмы соответствующие такому типу субъекта культуры, как *индивидуальность личности*.

Таким образом, выявленные элементы нарратива, включающего доминирующие Личности-символы (образы) их определяющие Тексты (фразеологизмы), можно отнести к *мифу о Мастере и Хозяйке*, восходящему к уральским сказам. В выявленном нарративе, прежде всего, ценится мастерство, направленность на постоянное обучение, воспевается человек Дела. В нем нет приоритетов эффективности и прибыльности деятельности, характерно неприятие позитивного позиционирования социальной роли творца, относительно невелики (хотя фиксируются) ценности социального успеха. Жизнь концептуализируется как сложная, трудная и не свободная; в ней важен исторический масштаб личности и деятельности (это восходит к *героическому мифу, где культурный герой – социальный субъект* времен индустриализации). Роли творцов в этом контексте выполняют люди менее деловые, более свободные, индивидуалистичные (но для роли творца, криэйтора характерно негативное позиционирование).

Такая социокультурная матрица развития организации задает определенные параметры активности ее субъектов: максимальную готовность к осуществлению масштабных проектов, обретению мастерства и совершенствования, некоторую готовность к

конкуренции и познанию нового пути; отсутствие готовности проявлению свободной инициативы, риска, творческого и инновационного лидерства, что объясняет сложности реализации инновационных проектов на предприятии. Полученные результаты соотносятся с результатами исследования А.П. Прохоровым *русской модели управления*, в которой парадоксальным образом сочетается высокая результативность выполнения масштабных целей с низкой эффективностью управленческих решений [15].

Выводы

1. Эмпирические исследования отношения субъектов к творческим личностям, проведенные на различных выборках, включая, прежде всего, выборки менеджеров предприятий, реализующих инновационные проекты, показывают психодиагностические возможности технологии РОССТЛ в выявлении глубинных социально-психологических, социокультурных барьеров эффективной инновационной деятельности.

2. На основании результатов исследований предлагается *операционализация понятия социокультурный капитал инноваций* с помощью показателей технологии РОССТЛ. *Социокультурный капитал инноваций* – готовность субъектов на уровне принимаемых ценностей, символов, социальных ролей к изменениям, к инновационному варианту развития – *определяется по нескольким показателям*.

Во-первых, по индексам толерантности-интолерантности. А именно: толерантности – интолерантности субъектов в отношении типов творческих личностей (типов культурных героев), в отношении к социальным ролям – управленческим (статусным) и ресурсным (прежде всего, к роли «криэйтора»).

Во-вторых, на основе анализа социокультурной матрицы развития организации, которая представляет соотношения доминирующих типов творческих личностей и их популярных языковых определений.

3. Выявленные особенности толерантности к творческой личности как способствующие, так и препятствующие активной инновационной деятельности и понимаемые как *социокультурный капитал инноваций*, являются основаниями проведения консультационной и тренинговой работы с группами, командами и организациями.

Литература

1. Абрик, Ж.-К. Креативность групп / Ж.-К. Абрик // *Социальная психология*. – СПб.: Питер, 2007. – С. 207–226.
2. Амабайл, Т. Как убить творческую инициативу / Т. Амабайл // *Креативное мышление в бизнесе*. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 9–35.
3. Асмолов, А.Г. О смыслах понятия «толерантность» / А.Г. Асмолов, Г.У. Солдатова, Л.А. Шайгерова // *Век толерантности: научно-публицистический вестник*. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – Ч. 1. – С. 8–18.
4. Асмолов, А.Г. Слово о толерантности / А.Г. Асмолов // *Формирование установок толерантного сознания и профилактика экстремизма в российском обществе. Федеральная целевая программа 2006–2005 гг.* – М.: Изд-во МГУ, 2000. – С. 6–15.
5. Грязева-Добшинская, В.Г. *Инновационное лидерство: моделирование тенденций активности менеджеров предприятия* / В.Г. Грязева-Добшинская, // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология»*. – 2010. – Вып. 9. – С. 9–17.
6. Грязева-Добшинская, В.Г. *Символические механизмы толерантности – позиционирования творческой личности и технология выявления культурного капитала инноваций субъектов экономики* / В.Г. Грязева-Добшинская // *Социальная психология творчества и инновационного менеджмента – 2009: сб. науч. тр.* – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009. – С. 5–27.
7. Грязева-Добшинская, В.Г. *Синергия взаимодействия субъектов в совместной творческой деятельности как механизм творческого лидерства* / В.Г. Грязева-Добшинская // *Психология интеллекта и творчества: Традиции и инновации*. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. – С. 298–308.
8. Грязева-Добшинская, В.Г. *Социальная психология творчества и инновационного менеджмента. Теоретические контексты на границе предметных областей* / В.Г. Грязева-Добшинская // *Социальная психология творчества и инновационного менеджмента – 2007: сб. науч. тр.* – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – С. 6–18.
9. Грязева-Добшинская, В.Г. *Эмпирические возможности методики диагностики отношения менеджеров инновационного предприятия к творческой личности* / В.Г. Грязева-Добшинская, В.А. Глухова, П.С. Глухов // *Социальная психология твор-*

чества и инновационного менеджмента – 2009: сб. науч. тр. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009. – С. 78–101.

10. Домс, М. Инновации и влияние меньшинства / М. Домс, С. Московичи // Социальная психология. – СПб.: Питер, 2007. – С. 61–99.

11. Журавлев, А.Л. Совместное творчество: состояние и перспективы исследований / А.Л. Журавлев, Т.А. Нестик // Психология интеллекта и творчества: Традиции и инновации. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. – С. 309–320.

12. Калужский, М. Креативность как социокультурный и экономический феномен / М. Калужский. – <http://www.kuhnef.nsk.ru/?cmd=lection&id=9/>.

13. Мальцева, А.С. Эмпирическое исследование толерантности к творческой личности у студентов различных специальностей как кадрового резерва инновационной сферы / А.С. Мальцева, Н.Н. Ульянова // Социальная психология творчества и инновационного менеджмента – 2009: сб. науч. тр. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009. – С. 122–144.

14. Методика диагностики отношения социальных субъектов к творческой личности / В.Г. Грязева-Добшинская, Н.Ю. Бакунчик, В.А. Глухова, А.С. Мальцева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». – 2008. – Вып. 3. – С. 33–45.

15. Прохоров, А.П. Русская модель управления / А.П. Прохоров. – ЗАО «Журнал Эксперт», 2002. – 376 с.

16. Сабуров, Е. Толерантность и мир современной экономики / Е. Сабуров. – http://www.russ/ru/ist_sovr/20030217_sab.html.

17. Скарабис, М. Роль экономических и символических факторов идентичности в

формировании отношения к чужим группам / М. Скарабис, Р. Шульце, Б. Шеффер // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2004. – Т. 1. – № 2. – С. 53–69.

18. Сыров, В.Н. Нарративность и толерантность / В.Н. Сыров // Дискурс-ПИ: Вып. 3. Дискурс толерантности в глобальном мире / под ред. О.Ф. Русаковой. – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2003. – С. 51–54.

19. Ушаков, Д.В. Проблема чуждого и чужого в трудах немецких социальных психологов / Д.В. Ушаков // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2004. – Т. 1. – № 2. – С. 20–23.

20. Фишер, Г. Развитие социальной креативности: пусть все голоса будут услышаны / Г. Фишер // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2005. – Т. 2. – № 4. – С. 57–64.

21. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М.: Классика-XXI, 2005. – 258 с.

22. Шеффер, Б.Б. Социально-психологическая модель восприятия чуждого: идеентичность, знание, амбивалентность / М. Шеффер, Б. Скарабис, Б. Шледер // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2004. – Т. 1. – № 2. – С. 24–51.

23. Эмпирическое исследование толерантности к творческим сотрудникам у топ-менеджеров организаций / Н.Ю. Бакунчик, Е.А. Потасеева, А.П. Витенберг, М.К. Яценко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». – 2010. – Вып. 9. – № 17 (193). – С. 68–78.

24. Юдина, П. Работник креативной крови. Почему творческая работа не поддается стандартизации / П. Юдина. – <http://www/btlregion.ru/stat/personal/kreatiff/index/htm>.

Поступила в редакцию 9 ноября 2011 г.

Грязева Вера Геннадьевна. Доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой «Общая психология», Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск: 8 (351)267-94-35. E-mail: vdobshinya@mail.ru

Vera G. Gryazeva-Dobshinskaya. PhD, associate professor, Head of Department of General Psychology, South Ural State University: 8 (351)267-94-35.

E-mail: vdobshinya@mail.ru