

КРЕАТИВНО-ЦЕННОСТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ «ПРЕПОДАВАТЕЛЬ-СТУДЕНТ» В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Рассмотрена проблема креативно-ценностного взаимодействия «преподаватель-студент» на примере дополнительной образовательной программы «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации». Креативность определена как ключевая функция современного образования и экономики знаний. Установлено, что ценности самовыражения играют решающую роль в модернизации образования.

Ключевые слова: креативно-ценностное взаимодействие, ценностные ориентации, креативность, изучение иностранных языков

Система образования, которая является ключевым фактором развития экономики знаний, претерпевает изменения, направленные на ее улучшение. Образование является основным каналом приобщения будущего специалиста к ценностям культуры, образования, профессии. На каждом этапе развития общества система претерпевает определенные изменения в соответствии с его потребностями, идеологией, ценностями [4]. Однако некоторые ведущие мировые тенденции пока не получили должного внимания и поддержки, такие как внедрение креативности в систему образования, что позволило бы готовить специалистов, терпимых к неопределенности, умеющих нестандартно мыслить, способных ставить и креативно решать задачи.

В своем выступлении Кен Робинсон замечает, что мир сталкивается с беспрецедентными изменениями. В настоящий момент общество испытывает кризис креативности. По мнению Робинсона, если рассматривать креативность, как вид деятельности, то можно обратиться к креативной способности как функции обучения человека, как части его личности, следовательно, способность к креативности можно развивать, культивировать и обучать.

Креативность перестала быть мистическим, не поддающимся определению понятием. Несмотря на разнообразие дефиниций, предлагаемых учеными всего мира, сущность креативности сводится к тому, что в результате нестандартного, креативного подхода к проблеме возникает оригинальный продукт, имеющий определенную ценность.

Определяя креативность, Кен Робинсон [9] отметил, чем креативность не является: «Креа-

тивность – это не прихоть. Креативность – это не роскошь. Креативность – не абстракция. На самом деле это фундаментальные навыки и компетенции. Чтобы быть креативным, необходимо что-то делать. Это процесс создания оригинальных идей, имеющих ценность».

К. Робинсон считает, что каждая образовательная система в мире подвергается реформам, но реформы, как и перемены, не всегда встречаются с радостью. Всегда существует сопротивление, и не потому, что люди возражают против креативности, а потому, что они обладают недостаточной информацией. Они часто смотрят на это как на проблему, в то время как креативность на самом деле комплекс решений [10].

Задача образования обогащается междисциплинарной природой креативности. Креативность становится первостепенной, когда мы осознаем ценность образования, которое может оказывать позитивный эффект на жизни студентов.

Следует различать креативное обучение и обучение креативности. Креативное обучение предполагает, что преподаватель использует свои креативные способности для создания новых идей и более интересного содержания.

Когда мы говорим об обучении креативности, то имеем в виду, что преподаватель поощряет студентов думать креативно, экспериментировать, генерировать новые идеи. Преподаватель не дает студентам готовые ответы, а снабжает инструментами для поиска этих ответов, для исследования. Преподаватели могут не только развивать креативные способности своих студентов, но и креативно подходить к своему собственному образованию. Роль преподавателя заключается в признании креативных

способностей студентов и обеспечении определенных условий для их реализации. Развитие креативности включает кроме прочего углубление культурного понимания и знания.

По своей сути, креативность – просто производство новых, подходящих идей в любой сфере человеческой деятельности, от науки до искусства, образования и бизнеса, повседневной жизни. Креативность – это первый шаг к инновациям, которые являются успешным внедрением этих новых подходящих идей.

Существует много заблуждений насчет креативности. Некоторые полагают, что креативность – это свободная форма самовыражения, и связывают обучение креативности с отсутствием дисциплины и контроля в образовании. М. Чиксентмихайи утверждает, что креативность представляет собой комбинацию желаний играть и дисциплинированности, ответственности и безответственности. Другие считают, что креативность характерна только для талантливых единиц, а не для большинства, остальные же связывают креативность только с искусством.

Мы разделяем точку зрения К. Робинсона в том, что

- Креативные достижения возможны во всех областях человеческой деятельности, включая искусство, науку, работу, игру, и все другие сферы повседневной жизни.

- Все люди обладают креативностью, но у всех она проявляется по-разному. Многие не раскрывают свои креативные способности из-за отсутствия возможностей, поощрения и умений. Когда люди обнаруживают свои креативные способности, это оказывает огромный эффект на их самооценку и достижения в целом. Креативность относится к способности всех людей сочетать умения, знания и ресурсы для решения проблем новыми способами в любом контексте и в любой группе.

- Серьезные креативные достижения зависят от знаний, контроля над материалами и управления идеями. Это не просто вопрос безграничной свободы.

По мнению М. Чиксентмихайи, креативность – главный источник смысла жизни человека. Как белый цвет состоит из всех цветов спектра, так и творческий человек содержит в себе все варианты человеческих качеств сразу. Креативность скорее проявляется там, где но-

вые идеи встречают меньше сопротивления, поэтому, креативная обстановка, созданная в учебном заведении, имеет большое значение для развития креативности как преподавателей, так и студентов.

По словам Р. Инглхарта «утверждение ценностей самовыражения преобразует модернизацию в процесс человеческого развития, формируя тем самым гуманистическое общество нового типа, в центре которого находится человек» [3:10–11].

В настоящее время целью усилий человека стало не столько производство вещей, сколько общение с другими людьми и обработка информации: важнейшими видами продукции стали инновации, знания и идеи. Самым значительным фактором производства становится творчество человека [7].

Дополнительная образовательная программа «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации», созданная для студентов неязыковых специальностей, является яркой иллюстрацией креативно-ценностного взаимодействия преподавателя и студентов. Студенты неязыковых специальностей стремятся к изучению иностранных языков, и те, кто преуспевает в этом, оказываются в более выгодном положении, поскольку они владеют не просто иностранным языком, а языком своей специальности. «В течение многих лет я интересуюсь иностранными языками, поэтому помимо дополнительной квалификации по английскому языку и первой специальности, я посещаю клуб немецкого языка, по окончании которого сдам тест DSH». (Ольга С.). Яркой иллюстрацией рефлексии студента, является оценка своей учебы выпускницей университета Ксенией В., которая изучая английский как основной, выбрала немецкий в качестве второго языка, поскольку успешно окончила курсы немецкого языка. На тот момент ей казалось, что это было верным решением, потому что давало возможность с легкостью сдавать экзамены. Но, спустя год после окончания вуза она считает, что «следовало выбрать французский и кто знает, может я бы преуспела еще в одном языке».

Добровольный и взвешенный выбор студентами дополнительной образовательной программы говорит об их устойчивой ценностной ориентации на получение качественного образования и конкурентных преимуществ по окон-

чанию учебного заведения. Приведем в качестве примера слова Ольги С.: «Для меня крайне важно иметь возможность получить дополнительную квалификацию, что, безусловно, важно при дальнейшем поиске работы». Алена А. обосновывает свой выбор дополнительной квалификации следующим образом: «Я решила воспользоваться отличной возможностью получить дополнительное образование параллельно с первым. Это очень недорого и можно удобно организовать с основным расписанием. К тому же, лишние часы иностранного языка никогда не бывают лишними». По мнению Александры С., всем известно, чем ты больше знаешь иностранных языков, тем ты более конкурентоспособен на рынке труда. Она считает, что выпускников можно сравнить с товаром на прилавке, и именно такое сравнение, по ее мнению, самое подходящее.

Ценности являются представлениями о должном, о лучшем, о самом важном, ради чего стоит трудиться, жертвовать временем, силами и т. п. [5]. Это утверждение можно проиллюстрировать примером выбора студентами дополнительной квалификации. Осознавая ценность приобретения навыков в сфере профессионального перевода, студенты сознательно идут на определенные жертвы: повышенная языковая нагрузка, нехватка или отсутствие свободного времени, подчас неудобное расписание, и наконец, материальные затраты. Именно ценностные ориентации придают вектор направленности учебной деятельности, поддерживают интерес и помогают избежать фрустрации, которая неизбежно возникает. Пригожин А.И. считает, что ценности есть предельные жизненные ориентиры, по которым мы выстраиваем свое поведение, отношения с людьми, карьеру, ставим цели и ограничения [5].

Ценностные ориентации студентов определяют желательность или нежелательность тех или иных целей. Мы согласны с А.И. Пригожиным в том, что целеполагающая функция превращает ценностные ориентации в мощный мотивационный регулятор поведения людей. Именно ценности определяют цели, а не наоборот [5].

Конечно, среди студентов, существует процент тех, кто, не справляясь с поставленными задачами, нагрузками, прекращают обучение по данной программе. Можно предположить, что данной категории студентов была свойственна

скорее внешняя мотивация (получение второго диплома), чем глубинная внутренняя мотивация (получение знаний и навыков). Мы считаем, что ценности, определяющие цели получения дополнительных знаний не были до конца сформированы.

Однако большинство студентов все же завершают обучение, как по основной специальности, так и по дополнительной. Кроме того, существует категория высокомотивированных студентов, которые за период обучения в вузе успевают не только учиться по двум специальностям, но и пройти стажировку в зарубежных вузах. Необходимо отметить, что студенты, уезжающие на учебу в заграничные вузы на семестр или год, должны сдавать сессию в родном университете обычно в более сжатые сроки и в период очередного семестра, что вызывает существенные трудности. Тем не менее, студенты готовы идти на такие затраты. «Четыре недели в Оренбурге были одним сплошным экзаменом, потому что каждый день приходилось что-то сдавать и что-то учить. Но мотивация была настолько высокой, что лень и усталость уходили на второй план» (Ксения В.). «Для меня это будет трудный год, однако, я надеюсь, что все преодолею и продолжу создавать свое будущее» (Данила К.).

Ценностное отношение преподавателей заключается в создании среды, способствующей реализации потенциала студентов. В сфере обучения студентов преподаватели могут выступать как люди, способствующие или тормозящие креативность, и, следовательно, играют важную роль в развитии креативных умений в образовательной среде. Креативно-ценностное взаимодействие преподавателя и студента заключается в содействии и создании максимально благоприятных условий для формирования человеческого капитала студентов. Сравнивая систему обучения в своем вузе и за рубежом, Александра С. считает, что «за рубежом совсем другие отношения между студентом и преподавателем, там не существует барьера, общение происходит на одном уровне, как у членов одной команды, преследующих одну цель».

Студенты живут во времена быстрых культурных перемен и увеличивающегося культурного разнообразия. Образование должно помочь молодым людям понять и уважать различные культурные ценности и традиции и процессы культурных перемен и развития. Двигатель пе-

ремен в культуре – это способность человека к креативной мысли и действию. Мы считаем, что поездки за границу на разнообразные по срокам стажировки способствуют развитию и обогащению потенциала студентов. Мы можем проиллюстрировать это некоторыми примерами. «После поездки по программе «Work and Travel», я начала задумываться о дальнейшем саморазвитии и стала искать программы обучения от нашего университета. Я очень хотела учиться за границей, со школы была такая мечта (Анастасия Н.). «Обучение за границей – хороший шанс улучшить знания в сфере экономики и английского языка, кроме того, работодатели, конечно же, оценят такой опыт» (Анжелика К.). Хотелось бы отметить, что студенты выбирают различные варианты стажировок за границей, например: «Work and Travel» (работа и путешествия в США в летние месяцы), краткосрочное обучение в летних школах в Германии, Финляндии, Бельгии, которое включает не только языковую подготовку, но и изучение профессионально ориентированных дисциплин, обучение по специальности в течение семестра/года в университетах Германии, Финляндии, Дании, Японии. «Год прошел, и чтобы себя развезать, мне в голову пришла идея найти летнюю школу, где я могла бы протестировать свое владение иностранным языком и познания в области своей специальности» (Анна П.).

Согласно исследованию, проведенному К. Ли, Д. Териолтом, Т. Линдерхольм из Университета Флорида, Гейнсвил [12] учеба в зарубежных вузах приводит к более высоким результатам в двух различных тестах креативности. Культурный опыт от проживания за границей оказывает широкое влияние на креативность студентов, включая содействие познавательным процессам, которые стимулируют креативное мышление. Связь между обучением за границей и повышением креативности была впервые установлена в 2009 году У.Мэддоксом и А.Галински [12], которые обнаружили, что студенты, проводившие время за границей, предлагали инновационные идеи.

Нельзя утверждать с уверенностью, что данный опыт трансформационный, однако, вероятно, студенты выбирающие обучение за рубежом, изначально более креативны. По мнению исследователей, погружение в иностранную культуру повышает креативность. «Студенты

с разных стран – это самое главное вдохновение. Но эта разница между нами и расстраивает и дает хороший толчок к самосовершенствованию, делает более серьезной». (Анна П.) «Я получил бесценный опыт, полезный для моего личностного развития. К тому же я встретил много новых людей, которые вдохновляют меня, так они полны энергии и свежих идей» (Семен Ш.).

Чтобы повысить креативность студентов, важно, чтобы преподаватель получил соответствующие знания и обучение, касающиеся необходимых методов обучения. Результаты опроса преподавателей, проводимого компанией Adobe, показали, что преподаватели из разных стран мира считают, что необходимо внедрять креативность в учебные планы, вне зависимости от преподаваемого предмета. Однако существующие барьеры, а именно система образования, для которой креативность пока не стала ценностью, отсутствие у преподавателей соответствующих знаний, ресурсов и инструментов, значительно затрудняют процесс развития креативности студентов. Тем не менее, преподаватели стремятся к развитию креативности студентов доступными ресурсами и инструментами.

На индивидуальную креативность почти всегда оказывает влияние работа других людей. В этом смысле индивидуальная креативная работа является частью гораздо большего культурного общения. При работе в командах или партнерствах динамика креативности очевидна. Но даже люди, обычно работающие в одиночестве, например, писатели, композиторы или математики всегда подвержены положительному или отрицательному влиянию со стороны работы других. Иногда человек находит вдохновение от людей, работающих с ним в одной области, иногда в совершенно иной сфере.

Динамика креативности может пересекать границы дисциплины, времени и культуры. Эта динамика оказывает глубокое влияние на все организации, включая учебные заведения, которые хотят стимулировать развитие креативности и инноваций. Креативные идеи постоянно стимулируют друг друга, а различные средства коммуникации разносят их в разных направлениях. Происходит постоянный обмен идеями между людьми и дисциплинами.

Динамический дуэт технологии и креативности позволяет преподавателю двигаться в ногу со временем, отражать обстоятельства

в реальном мире и готовить студентов быть гражданами будущего. Многие противники использования технологий в образовании ссылаются на идею, о том, что студенты становятся менее креативными, как только они начинают использовать технологии. В действительности технология и креативность идут рука об руку – гораздо в большей степени, чем можно представить.

Интернет – удивительный источник информации, но этим все не заканчивается. Следует научить студентов находить и распознавать надежные и ценные источники информации, пользоваться этой информацией, критически мыслить, оценивать и принимать оригинальные решения. Роль преподавателя заключается в том, чтобы превратить студентов из потребителей в создателей информации. Интернет, пронизывая все аспекты нашей жизни, оказывает значительное влияние на образование. Интернет и социальные средства информации существенно изменили весь процесс обучения.

Знание иностранного языка и цифровых технологий открывает перед студентами большие возможности в поиске необходимой информации. Студенты находят аутентичную литературу по своей специальности, представляющую профессиональный интерес. Следует отметить, что студенты находят самые современные издания ведущих специалистов в своей области, которые стали доступными благодаря всемирной сети. Ценностная ориентация студентов влияет на выбор книг, поскольку преподаватель предоставляет полную свободу выбора специальной литературы, учитывая тот факт, что студенты лучше знают, что представляет ценность и интерес для них.

Компьютер становится главным орудием труда, и в чем-то похож на волшебную палочку, поскольку создает почти бесконечное множество виртуальных миров. В обществе знаний производительность труда зависит не столько от материальных ограничений, сколько от идей и воображения. Это создает атмосферу интеллектуального творчества и вдохновения, духовные вопросы вновь выходят на первый план.

Презентация как визуализация информации занимает значительное место в работе со студентами, получающими дополнительную квалификацию. Необходимо отметить что, студенты, прошедшие обучение в зарубежных вузах, передают свои знания одноклассникам и преподавателю о

новых методах и инструментах по созданию презентаций, таким образом, способствуя повышению мотивации и мастерства.

Мы согласны с Пригожиным А.И. [5] в том, что принцип развития заложен в человечество и существует, по крайней мере, три причины прогресса, среди которых:

– закон возвышения потребностей (удовлетворение одних потребностей сразу же актуализирует другие, и так – бесконечно);

– стремление к новизне, т. е. познавательный рефлекс, удивление неизвестным, любопытство, желание придумывать новое;

– взаимное сравнение, которое присуще природе человека, вызывает у него подражание окружающим и состязательность, стремление не отстать или превзойти другого.

В создании презентаций эти причины наиболее очевидны, студенты стремятся выразить себя, используя все доступные и известные технологии, а также изучая и апробируя новые. Наступила эпоха цифровой креативности, и креативность важна как никогда. Целое поколение выросло в цифровом мире, но инструменты изменились. Студенты и преподаватели делают необыкновенные вещи в бизнесе, науке, медицине, образовании, даже в областях, о которых мы не думали. Цифровое выражение – это новая форма грамотности, а креативность – новая форма владения. Важно научиться пользоваться инструментами, потому что креативность больше не предмет по выбору, это будущее.

В процессе обучения происходит креативно-ценностное взаимодействие преподавателя и студента, при котором происходит обмен ценностями, знаниями, навыками и идеями. Преподаватель служит примером креативности и создает среду для развития креативности студентов, развивая при этом свою креативность.

Практическое и педагогическое применение креативности предлагает совершенный двигатель, с помощью которого можно развивать навыки критического мышления. Каждое креативное занятие включает зависимость от способностей критически оценивать, и каждый этап креативного процесса предоставляет возможность апробировать и развить навыки критического мышления. Креативность и критическое мышление становятся неразрывно связанными, и эта взаимосвязь обладает взаимозависимостью и взаимной выгодой, каждая из спо-

собностей обогащается с развитием и практикой другой.

Креативность не существует и не может существовать в вакууме. Также как здоровому образу жизни необходимы правильное питание и физические нагрузки, так и креативности нужны компоненты-компаньоны – воображение и вдохновение. Если мы рассматриваем воображение как продукт умственной деятельности, а вдохновение как душевный продукт, как ценность, тогда мы можем рассматривать креативность целостно.

Преподаватель в стремлении создать креативную среду может обратиться к многочисленным ресурсам всемирной сети и современным технологиям. Известно, что развитию креативности способствует доброжелательная атмосфера, толерантное отношение к неопределенности и ошибкам, свобода выбора и гибкость. Электронная почта способствует тому, чтобы студенты находились в сотрудничестве с преподавателем. Через почту можно обмениваться информацией, ценными ссылками на интересные интернет-ресурсы, отправлять задания, получать выполненные студентами отчеты, переводы.

По результатам международного опроса, проведенного в 2011 среди 3000 студентов и преподавателей, 90% преподавателей используют социальные источники информации в своих дисциплинах, и восемь из десяти использовали видео на занятиях. Кроме того, колледжи и университеты держат связь со студентами, так как ни-

когда раньше – 85% приемных отделений использует какие-нибудь источники социальной информации от видеоблогов до социальных сетей.

Тем не менее, 57% студентов хотели бы, чтобы преподаватели использовали больше открытых образовательных ресурсов; 55% студентов хотели бы, чтобы преподаватели использовали больше симуляций и обучающих игр; 51% студентов считают, что они знают о технологиях больше своих преподавателей; 39% студентов хотели бы, чтобы преподаватели чаще пользовались электронной почтой.

В заключении мы утверждаем, что от того, насколько развит аксиологический потенциал студента университета, в значительной мере зависят его профессиональная жизнь и качество его профессиональной деятельности. Развитие аксиологического потенциала личности студента предполагает качественные изменения в ценностном отношении к учебной деятельности, будущей профессии, что четко прослеживается в дополнительной квалификации студентов [2].

Хотелось бы завершить словами студента 4 курса Семена Щ., в настоящий момент находящегося на обучении в университете в Германии: «Обучение по дополнительной образовательной программе мне очень помогло. С дополнительной квалификацией вы можете получить гораздо больше возможностей, не упустите их! Развивайте себя и открывайте мир! Никогда не останавливайтесь и пробуйте, пробуйте, пробуйте!»

20.11.2013

Список литературы:

1. Аксиология образования: фундамент. исследования в педагогике: монография / А. В. Кирьякова [и др.]. - М. : Дом педагогики, 2008. - 578 с.
2. Кирьякова, А. В. Аксиология и инноватика университетского образования [Текст] : монография / А. В. Кирьякова, Т. А. Ольховая. - М. : Дом педагогики, 2010. - 204 с. - Библиогр.: с. 185-194. - Прил.: с. 195-203. - ISBN 978-5-89149-015-4.
3. Инглхарт, Р., Вельцель, К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. — 464 с. — (Библиотека Фонда «Либеральная миссия»).
4. Кирьякова, А.В. Ценностные ориентиры университетского образования/А.В. Кирьякова//Вестник ОГУ. –2011. - №2. – С. 27-33
5. Пригожин, А.И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим / А.И. Пригожин. — М.: Издательство «Дело» АНХ, 2010. — 432 с. ISBN 978-5-7749-0599-7
6. Рындак, В.Г. Педагогика креативности: монография / В. Г. Рындак. — М.: Издательский дом «Университетская книга», 2012. — 284 с.
7. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. — 421с.
8. Amabile, T. M. The social psychology of creativity / T. M. Amabile. -New York : Springer, 1983. — 390 p.
9. Amy M. Azzam. Teaching for the 21st Century Pages 22-26 Why Creativity Now? A Conversation with Sir Ken Robinson September 2009 | Volume 67 | Number 1
10. Antonites, Alexander J. An Action Learning Approach to Entrepreneurial Creativity, Innovation and Opportunity Finding. Pretoria, South Africa. 2003. 194 p.
11. Jeffrey, Bob and Craft, Anna (2004). Teaching creatively and teaching for creativity: distinctions and relationships. EducationalStudies, 30(1), pp. 77–87.
12. The Creativity Post. Quality content on creativity, innovation and imagination. To Boost Creativity, Study Abroad. T. Jacobs. 15.08.2012 Режим доступа: http://www.creativitypost.com/education/to_boost_creativity_study_abroad16.11.2013

Сведения об авторе:

Мороз Виктория Викторовна, доцент кафедры иностранных языков гуманитарных и социально-экономических специальностей Оренбургского государственного университета, кандидат педагогических наук, доцент

Белая Галина Викторовна, профессор кафедры французского языка и методики преподавания французского языка Оренбургского государственного педагогического университета, доктор педагогических наук, профессор

460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, тел. (3532) 372432, e-mail: victoria_moroz@mail.ru

UDC 378.147:811:159.924.24:316.752

Moroz V.V., Belaya G.V.

Orenburg state university, e-mail: victoria_moroz@mail.ru

CREATIVE-VALUE INTERACTION «TEACHER-STUDENT» IN THE PROCESS OF LEARNING A FOREIGN LANGUAGE BY STUDENTS OF NONLINGUISTIC SPECIALTIES

The example of creative-value interaction «Teacher-Student» is based on the supplementary educational program «Translator in the sphere of professional communication». Creativity is viewed as the key function of modern education and knowledge economy. Self-expression values play a significant role in education modernization.

Key words: creative-value interaction, value orientations, creativity, foreign languages learning

Bibliography

1. Axiology of education: the fundamental research in pedagogy: monograph / A.V. Kiryakova [et al.] – M.: House of pedagogy, 2008. – 578 p.
2. Kiryakova A.V. Innovations and Axiology of University Education [text]: monograph / A.V. Kiryakova, T.A. Olkhovaya. – M.: House of Pedagogy, 2010. – 204 p. – Bibliography.: P. 185-194. – App.: P. 195-203. – ISBN 978-5-89149-015-4.
3. Inglehart, R. and Welzel, C. Modernization, Cultural Change and Democracy: The sequence of human development. M.: New Publishing, 2011. – 464. – (Library Fund «Liberal Mission»).
4. Kiryakova, A.V. Value Systems of University Education / A.V. Kiryakova // Vestnik OSU. – 2011. – № 2. – P. 27-33.
5. Prigozhin, A.I. Goals and values. New ways of working with the future / A.I. Prigozhin. – Moscow: Publishing House «Business» ANX, 2010. – 432p. ISBN 978-5-7749-0599-7
6. Ryndak, V.G. Pedagogy of Creativity: monograph / V.G. Ryndak. – Moscow: Publishing House «University Book», 2012. – 284 p.
7. Florida, R. Creative Class: people who are changing the future. – Trans. from English. – Moscow: Publishing House «Classic-XXI», 2005. – 421p.
8. Amabile, T.M. The social psychology of creativity / T.M. Amabile. – New York: Springer, 1983. – 390 p.
9. Amy M. Azzam. Teaching for the 21st Century Pages 22-26 Why Creativity Now? A Conversation with Sir Ken Robinson September 2009 | Volume 67 | Number 1
10. Antonites, Alexander J. An Action Learning Approach to Entrepreneurial Creativity, Innovation and Opportunity Finding. Pretoria, South Africa. 2003. 194 p.
11. Jeffrey, Bob and Craft, Anna (2004). Teaching creatively and teaching for creativity: distinctions and relationships. Educational Studies, 30(1), pp. 77–87.
12. The Creativity Post. Quality content on creativity, innovation and imagination. To Boost Creativity, Study Abroad. T. Jacobs. 15.08.2012 Режим доступа: http://www.creativitypost.com/education/to_boost_creativity_study_abroad 16.11.2013