

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»

На правах рукописи



ЯКУШЕВА Кристина Николаевна

**ФОРМИРОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ
СПО К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ ПОСРЕДСТВОМ ИММЕРСИВНОЙ
КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ**

5.8.7. Методология и технология профессионального образования

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата педагогических наук

Научный руководитель:
доктор технических наук, доцент,
Феоктистов Андрей Владимирович

Екатеринбург – 2026

Оглавление

Введение.....	4
1 Теоретические основы формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	23
1.1 Теоретико-методологические подходы и ориентиры процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, ее сущность и структурные компоненты	23
1.2 Иммерсивная культурно-образовательная практика как технология применения ситуативно-иммерсивного предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности.....	50
1.3 Модель формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	63
Выводы по первой главе	74
2 Опытно-поисковая работа по формированию готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	76
2.1 Организация и проведение опытнo-поисковой работы по формированию готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	76
2.2 Верификация модели формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий	106
2.3 Результаты опытнo-поисковой работы по формированию готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	123

Выводы по второй главе.....	138
Заключение	141
Список литературы	144
Приложение А Общие и профессиональные компетенции в соответствии с квалификацией «дизайнер» (из ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям))	165
Приложение Б Примеры соответствия областей креативных (творческих) индустрий и специальностей СПО	167
Приложение В Анкета для работодателей и выпускников	168
Приложение Г Место иммерсивной культурно-образовательной практики в структуре основных образовательных программ.....	170
Приложение Д Портфолио (возможный перечень документов).....	172
Приложение Е Деловая игра «От идеи к финансовому успеху»	173

Введение

Актуальность исследования. В настоящее время в экономике России активно развивается сектор творческих (креативных) индустрий (далее – креативных индустрий), который признан ключевой точкой развития России до 2030 года [70]. Здесь увеличивается количество малых и средних предприятий, растет число предпринимателей и самозанятых, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья. Экономическая продуктивность данного сектора связана с его низкой материалоемкостью, гибкой структурой бизнес-процессов, способностью интегрироваться в городскую и региональную среду. Усиление значимости креативного бизнеса в регионах содействует устойчивому территориальному развитию.

Для удовлетворения потребностей креативных индустрий в кадрах сегодня в России действует многоуровневая система подготовки. В рамках деятельности Министерства просвещения Российской Федерации реализуются различные проекты, направленные на создание образовательных учреждений нового типа – школ и колледжей креативных индустрий. Институтом развития профессионального образования (ИРПО) разработана концепция подготовки кадров [67], в которой обоснована необходимость реализации различных мероприятий в системе профессионального образования (далее – СПО).

Несмотря на предпринимаемые меры и действующую систему подготовки, сегодня в креативном секторе экономики отмечается дефицит кадров. Исполнение возникшего запроса на подготовку специалистов для сферы креативных индустрий затруднено рядом факторов, в том числе несимметричностью отношений между динамично развивающейся креативной экономикой и системой СПО, отсутствием механизмов обновления образовательных программ, преобладанием в профессиональном обучении традиционных подходов, форм и методов.

Исследования, посвященные вопросам подготовки выпускников к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, становятся все более

актуальными. Теоретико-методологические основы изучения процесса и моделей подготовки будущих специалистов креативных индустрий представлены в работах И. М. Аликуперова, Л. М. Андриюхиной, В. А. Ворошилова, С. З. Гончарова, А. Г. Кислова, И. В. Клиндухова, Л. М. Табатадзе, Д. О. Труфанова и др. Вместе с тем приходится констатировать, что готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий до настоящего времени не изучалась, условия, обеспечивающие эффективность процесса формирования данной готовности и технологии их реализации, специально не рассматривались.

Основная идея исследования заключается в том, что в сложившейся социально-экономической ситуации специалист сферы креативных индустрий должен не только профессионально действовать с учетом существующих требований, норм и стандартов производства товаров и услуг, но и обоснованно и успешно решать профессиональные задачи, обусловленные противоречиями и постоянно изменяющимися экономическими и организационными условиями. Подготовка такого специалиста требует корректного отражения специфики деятельности в этой сфере, что возможно осуществить посредством иммерсивной культурно-образовательной практики, полностью или частично погружающей обучающихся в профессиональную среду, тем самым способствующей их вовлечению в творческую, профессиональную, предпринимательскую деятельность. Выполнение профессиональных задач (от выявления проблем до разработки собственных решений, в том числе связанных с созданием востребованных продуктов) обеспечивает синхронизацию процесса обучения с экономическими запросами, делает процесс формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности более эффективным.

Ключевые понятия исследования:

– *готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий* – интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности, основанное на ценностях, культурных и правовых нормах, мотивации к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху, отражающее его способность применять приобретенные в профессиональной образовательной ор-

ганизации компетенции для создания конкурентоспособных инновационных продуктов, продвижения их на рынке, распространения и (или) реализации и обеспечивающее регулирование и оптимизацию деятельности, преодоление внешних (обусловленных ситуационными условиями) и внутренних препятствий в достижении целей и задач деятельности;

– *иммерсивная культурно-образовательная практика* – современная технология ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности в процессе формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Степень разработанности проблемы. К настоящему времени в науке накоплен значительный потенциал для разработки теоретических и прикладных аспектов проблемы формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Становление креативных индустрий рассмотрено в работах Т. Адорно, Г. М. Маклюэна и М. Хоркхаймера, которые впервые объединили в одном термине культуру и индустрию. Дж. Хокинсом было описано понятие креативной экономики, а Р. Флорида выделил особый «креативный класс» – носителей творческих способностей. Данное направление нашло продолжение в отечественных научных трудах Е. В. Зеленцовой, О. В. Лазаревой, В. Ю. Яковлева. Важный вклад в развитие понятия культурных индустрий внес А. Я. Флиер. В работах И. М. Аликперова, Л. М. Андрюхиной, Н. О. Вербицкой, В. А. Ворошилова, С. З. Гончарова, А. Г. Кислова, И. В. Клиндухова, Л. М. Табатадзе, Д. О. Труфанова рассмотрены различные аспекты подготовки специалистов для сферы креативных индустрий. Содержание и различные модели построения процесса подготовки ремесленников представлены в трудах А. В. Ефанова, Д. П. Заводчикова.

Готовность к деятельности и условия ее формирования изучены в работах педагогов и психологов Ю. К. Бабанского, А. А. Деркача, Е. А. Климова, Е. А. Кокшеневой, О. В. Михайлова, В. В. Серикова и др. Применительно к отдельным видам деятельности и деятельности в особых ситуациях готовность рас-

смотрена в работах психологов: спортивных (Е. Г. Козлов, А. А. Новиков и др.) и военных (М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович и др.), а также представлена в исследованиях по инженерной психологии и психологии труда (В. Н. Пушкина, Л. С. Нерсисян и др.).

Специфика иммерсивных образовательных сред как саморазвивающихся систем описана в исследованиях С. Ф. Сергеева, О. А. Федоренко, В. А. Чупиной, условия использования иммерсивных технологий описаны в работах А. И. Азевич, В. Ф. Белова, Е. Ф. Черняка.

Интерес представляет опыт применения культурно-образовательных практик, рассмотренный в работах Л. М. Ванюшкиной, Т. А. Зятеминой, Е. А. Коробковой, Н. Б. Крыловой, Л. В. Мрочко, Н. Ю. Сосуновой.

Кроме того, для нашей работы особое значение имеют исследования, в которых рассмотрены возможности прогнозирования и построения сценариев развития СПО, – труды В. И. Блинова, И. С. Сергеева, Е. Ю. Есениной, В. А. Федорова, Н. К. Чапаева.

Анализ нормативно-правовых источников в области развития креативной экономики в России, нормативных актов, определяющих порядок организации образовательного процесса в СПО, научных публикаций, затрагивающих различные аспекты проблемы подготовки кадров для креативной экономики, и опыт педагогической деятельности определили необходимость более глубокого изучения обозначенной проблемы. Несмотря на наличие значительного количества работ, актуализирующих вопросы подготовки специалистов креативных индустрий, остаются недостаточно изученными сущность понятия «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий», особенности процесса ее формирования, условия, обеспечивающие его эффективность, и технологии их реализации.

Таким образом, актуальность настоящего исследования обусловлена следующими **противоречиями**:

– *в социально-педагогическом аспекте*: между потребностями государства и работодателей в специалистах креативных индустрий и недостаточной готовно-

стью выпускников колледжей и техникумов к осуществлению профессиональной деятельности в данном сегменте экономики;

– *в научно-методологическом аспекте*: между развитием теории профессиональной подготовки специалистов креативных индустрий и недостаточной разработанностью методологических основ и научно обоснованных моделей формирования готовности данных специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

– *в научно-методическом аспекте*: между потребностью в научно-методическом обеспечении процесса формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и недостаточной разработкой условий и технологий, обеспечивающих этот процесс.

С учетом обозначенных противоречий была выделена **проблема исследования**, которая заключается в поиске условий и технологии их реализации, позволяющих в процессе подготовки выпускников СПО к профессиональной деятельности отразить специфику деятельности в сфере креативных индустрий и тем самым обеспечить формирование готовности к ней.

Ограничение в исследовании: формирование готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий рассмотрено в процессе профессиональной подготовки обучающихся профессиональных образовательных организаций по специальностям «Дизайн», «Архитектура» и «Информационные технологии», опытно-поисковая работа проводилась в рамках учебных практик.

Цель исследования – научное обоснование, разработка и проверка результативности иммерсивной культурно-образовательной практики в процессе формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Объект исследования – процесс профессиональной подготовки будущих специалистов креативных индустрий.

Предмет исследования – иммерсивная культурно-образовательная практика в процессе формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

В соответствии с проблемой, целью, объектом и предметом была выдвинута **гипотеза исследования**: формирование готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий будет результативным, если:

- определена сущность понятия готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий как динамично развивающегося в процессе профессиональной подготовки интегративного качества человека как личности и субъекта деятельности, разработаны компоненты готовности и уровни ее развития;

- основу формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий составляют социокультурный, полисубъектный (диалоговый), деятельностный и контекстный подходы, конкретизируемые и развиваемые совокупностью соответствующих принципов;

- организация процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий соответствует принципам: культуросообразности, деятельного участия, последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности, адекватности форм организации образовательной деятельности, интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий, рефлексии хода и результатов образовательного процесса;

- процесс формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий осуществляется поэтапно в соответствии со структурно-функциональной моделью, включающей совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов: целевого, методологического, содержательно-технологического, результативно-оценочного;

- для эффективной реализации модели на третьем этапе формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий используется иммерсивная культурно-образовательная практика как технология ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности.

В соответствии с целью исследования и выдвинутой гипотезой решались следующие **задачи**:

1. Определить теоретико-методологические подходы к процессу формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, охарактеризовать принципы его организации.

2. Конкретизировать сущность понятия «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий» применительно к проблеме исследования, изучить степень разработанности различных аспектов исследуемой проблемы в теории профессионального обучения и практике.

3. Определить специфику иммерсивной культурно-образовательной практики, технологические особенности ее реализации в процессе формирования готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

4. Разработать научно обоснованную и верифицируемую структурно-функциональную модель формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, предусматривающую иммерсивную культурно-образовательную практику как технологию ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности.

5. Осуществить верификацию и оценку результативности структурно-функциональной модели подготовки специалистов для креативных индустрий на основе разработанного критериально-оценочного инструментария.

Теоретико-методологическая основа исследования.

Теоретическую основу исследования составили: теории профессионального становления и закономерности профессионального обучения специалистов различного профиля (Э. Ф. Зеер, В. В. Кузнецов, Н. В. Кузьмина, А. М. Новиков, В. В. Сериков и др.); идеи и подходы к описанию процесса формирования готовности к профессиональной деятельности (А. А. Деркач, М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович, Н. В. Кузьмина, О. В. Михайлов и др.); концепции организации и модели обучения ремесленным профессиям (Е. Ю. Бычкова, А. В. Ефанов,

Д. П. Заводчиков, И. А. Колобков, Д. А. Куприков, Н. К. Чапаев и др.); социокультурная теория креативности (Л. М. Андрюхина, С. З. Гончаров, А. Г. Кислов и др.). Их изучение позволило уточнить степень актуальности проблемы исследования, определить понятийный аппарат работы, конкретизировать основную идею исследования, выявить сущность ключевого понятия исследования, разработать методологическую основу для изучения процесса формирования готовности к профессиональной деятельности, определить его закономерности и соответствующие принципы организации.

Методологическую основу исследования составили следующие подходы:

- социокультурный подход, позволяющий осмыслить креативные индустрии и подготовку кадров для них как специфический социокультурный феномен (А. С. Ахиезер, Г. В. Драч, Л. Г. Ионин, Н. И. Лапин, Ю. М. Резник, П. А. Сорокин, А. Я. Флиер, Й. Хёйзинга, А. В. Яровой и др.);

- полисубъектный подход, согласно которому личность будущего специалиста креативных индустрий может рассматриваться как продукт и результат его взаимодействия с субъектами образовательного процесса и профессиональным сообществом сферы креативных индустрий (А. А. Варжавин, И. В. Вачков, З. Л. Венкова, С. Д. Дерябко, Т. Ф. Сергеева, В. А. Петровский, Е. В. Фалунина и др.);

- деятельностный подход, позволяющий представить профессиональную подготовку специалиста креативных индустрий как процесс овладения целостной профессиональной деятельностью с присвоением ее объектных характеристик, что обеспечивает становление личности субъектом деятельности (В. В. Давыдов, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, Н. Ф. Талызина, Г. П. Щедровицкий, Д. Б. Эльконин и др.);

- контекстный подход, устанавливающий смыслообразующее влияние познавательных и профессиональных мотивов и определяющий необходимость включения в процесс формирования готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий социокультурного со-

держания данной деятельности (А. А. Вербицкий, Т. Д. Дубовицкая, В. Г. Калашников, О. Г. Ларионова, Т. М. Сорокина и др.).

Для проверки выдвинутой гипотезы и решения поставленных задач использовались следующие **методы**:

– *теоретические*: анализ научных источников по теме исследования в области профессиональной педагогики, психологии, философии; анализ нормативной базы и федеральных государственных образовательных стандартов в области СПО для обнаружения противоречий, определяющих проблему исследования, возможных путей ее решения, а также для комплексного описания предмета исследования; метод моделирования для разработки модели исследуемого процесса, определения места иммерсивной культурно-образовательной практики в данной модели;

– *общенаучные*: анализ, синтез и обобщение с целью систематизации и обобщения научных данных при создании и обосновании модели формирования готовности к профессиональной деятельности посредством иммерсионной культурно-образовательной практики;

– *эмпирические*: метод экспертных оценок, анкетирование, наблюдение, анализ результатов деятельности обучающихся для определения исходного и итогового уровня готовности испытуемых к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий; изучение опыта подготовки специалиста креативных индустрий, изучение нормативной и учебно-методической документации для организации опытно-поисковой работы;

– *статистические* для проведения количественного и качественного анализа полученных данных.

База исследования. Опытно-поисковая работа проводилась на базе образовательных организаций профессионального образования Кемеровской области – Кузбасса, Свердловской области, сотрудничающих на основании договоров о сетевом взаимодействии: ГПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий» (г. Новокузнецк), ГПОУ «Профессиональный колледж» (г. Новокузнецк), ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный

университет» (Университетский колледж) (г. Новокузнецк), ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» (г. Екатеринбург). В исследовании принял участие 241 человек (12 экспертов – потенциальных работодателей выпускников сферы креативных индустрий (директора, HR-специалисты, владельцы компаний), 229 обучающихся по специальностям, связанным с подготовкой в области творческих (креативных) индустрий (креативных индустрий).

Этапы исследования. Исследование осуществлялось с 2021 по 2026 год в три этапа.

На первом – *поисково-теоретическом* – этапе (2021–2023 гг.) анализировались научная литература и нормативно-правовые источники по проблеме исследования, устанавливались противоречия, разрабатывалось понятийное поле, категориальный аппарат, выявлялись теоретико-методологические основы исследования.

На втором – *опытно-исследовательском* – этапе (2023–2025 гг.) разрабатывалась структурно-функциональная модель формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, опытно-поисковым путем проверялась ее эффективность, разрабатывался критериально-диагностический инструментарий, необходимый для установления уровней сформированности готовности будущих специалистов креативных индустрий к профессиональной деятельности.

На третьем – *обобщающем* – этапе (2025–2026 гг.) обрабатывались и интерпретировались данные, полученные по итогам опытно-поисковой работы, подводились итоги и формулировались выводы, оформлялись результаты проведенной работы.

Научная новизна исследования:

1. Определены методологические подходы к формированию готовности будущего специалиста креативных индустрий к профессиональной деятельности: социокультурный (рассматривает креативные индустрии и подготовку кадров для них как специфический социокультурный феномен), полисубъектный (диалоговый) (определяет обучающегося как творчески активного субъекта, способного к преобразованию окружающего мира и себя), деятельностный (характеризует про-

цесс профессиональной подготовки специалиста креативных индустрий как процесс овладения целостной профессиональной деятельностью), контекстный (обеспечивает реализацию социокультурного содержания профессиональной деятельности будущего специалиста креативных индустрий). Доказано, что использование данных подходов в совокупности позволяет рассматривать процесс формирования готовности к профессиональной деятельности к сфере креативных индустрий как целостную систему, обладающую закономерностями, обусловленными взаимосвязью между компонентами готовности будущего специалиста креативных индустрий к профессиональной деятельности и внешними социальными и педагогическими условиями, которые оказывают влияние на степень эффективности процесса.

2. В соответствии с особенностями профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий, с учетом профессиональных, технологических и социальных взаимоотношений, свойственных данной сфере, конкретизировано понятие «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий», которое представляет собой динамично развивающееся в процессе профессиональной подготовки интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности, основанное на ценностях, культурных и правовых нормах, мотивации к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху; отражающее его способность применять приобретенные в профессиональной образовательной организации компетенции для создания конкурентоспособных инновационных продуктов, продвижения их на рынке, распространения и (или) реализации; обеспечивающее регулирование и оптимизацию деятельности, преодоление внешних (обусловленных ситуационными условиями) и внутренних препятствий в достижении целей и задач деятельности.

3. Выявлены принципы, выступающие исходными позициями в организации процесса формирования готовности специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и определяющие концептуальную основу и содержательно-процессуальные особенности иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии, обеспечивающей эффективность этого

процесса: *культуросообразности*, ориентирующий на освоение ценностей, культурных и правовых норм креативных индустрий и опыта социокультурного взаимодействия с экспертами, работодателями, заказчиками сферы креативных индустрий; *деятельного участия*, предусматривающий включение будущего специалиста в сознательную и активную деятельность, требующую оригинальных, нестандартных решений культурологических и предпринимательских задач; *последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности*, связанный с организацией обучения, которая отражает логику технологических процессов будущего труда специалистов и особенности профессиональной коммуникации в сфере креативных индустрий; *адекватности форм организации образовательной деятельности*, устанавливающий выбор форм, соответствующих целям и содержанию, разворачиванию процесса формирования готовности к будущей профессиональной деятельности; *интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий*, направленный на использование технологий, погружающих обучающегося в контекст будущей профессиональной деятельности; *рефлексии хода и результатов образовательного процесса*, требующий создания условий для развития понимания будущим специалистом себя как субъекта образовательной и будущей профессиональной деятельности, а также субъекта самостоятельной культурной деятельности.

4. Разработана структурно-функциональная модель формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, предусматривающая иммерсивную культурно-образовательную практику. Данная модель включает компоненты: *целевой* (основанный на требованиях к выпускнику СПО как будущему специалисту, которые конкретизируются ФГОС СПО и профессиональными стандартами, а также заказом общества на подготовку специалистов в сфере креативных индустрий); *методологический* (представленный социокультурным, полисубъектным (диалоговым), деятельностным и контекстным подходами); *содержательно-технологический* (состоящий из структуры готовности к профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий и иммерсив-

ной культурно-образовательной практики как технологии формирования готовности); *результативно-оценочный* (предусматривающий оценку результата моделируемого процесса и эффективности иммерсивной культурно-образовательной практики, соотнесение их с целью).

5. Определены концептуальные, содержательные и процессуальные характеристики иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии применения ситуативно-иммерсивного предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности в процессе формирования готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении научных представлений о значении, содержании и закономерностях процесса формирования готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий с учетом существующих условий СПО в части:

- выявления теоретико-методологических подходов к процессу формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий;
- конкретизации понятия «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий»;
- обоснования принципов формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий;
- разработки структурно-функциональной модели формирования готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности;
- концептуальной основы и содержательно-процессуальных характеристик иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии, обеспечивающей результативность процесса формирования готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Практическая значимость подтверждается следующим:

- 1) положительными результатами, которые были получены по итогам реализации процесса, построенного в соответствии со структурно-функциональной моделью формирования готовности будущего специалиста к профессиональной

деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики, в профессиональных организациях, реализующих ООП СПО, соответствующих областям креативных индустрий (подтверждено актами внедрения);

2) возможностью применения организационного и методического обеспечения учебных практик, прошедших опытно-поисковую проверку в реализации ООП СПО, соответствующих областям креативных индустрий;

3) возможностью использования разработанного критериально-оценочного инструментария диагностики сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий;

4) опубликованными 14 научными работами (из них 6 в рецензируемых научных журналах, включенных в реестр ВАК РФ), в которых рассмотрены условия, повышающие результативность процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, обоснована необходимость использования в данном процессе иммерсивной культурно-образовательной практики, охарактеризованы ее концептуальные основы и содержательно-процессуальные особенности.

Положения, выносимые на защиту:

1. Теоретико-методологическими подходами к процессу формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий выступают: *социокультурный*, рассматривающий креативные индустрии и подготовку кадров для них как специфический социокультурный феномен; *полисубъектный (диалоговый)*, определяющий будущего специалиста как творчески активного субъекта, способного к преобразованию окружающего мира, а его личность – как продукт и результат его взаимодействия с субъектами образовательного процесса и профессиональным сообществом; *деятельностный*, характеризующий процесс профессиональной подготовки специалиста креативных индустрий через овладение целостной профессиональной деятельностью; *контекстный*, обеспечивающий реализацию социокультурного содержания профессиональной деятельности будущего специалиста креативных индустрий. В совокупности данные подходы

определяют процесс формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий как целостную систему, обладающую закономерностями, обусловленными взаимосвязью между компонентами готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и внешними социальными и педагогическими условиями.

2. Готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий представляет собой динамично развивающееся в процессе профессиональной подготовки интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности, которое основано на ценностях, культурных и правовых нормах, мотивации к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху; отражает его способность применять приобретенные в профессиональной образовательной организации компетенции для создания конкурентоспособных инновационных продуктов, продвижения их на рынке, распространения и (или) реализации; обеспечивает регулирование и оптимизацию деятельности, преодоление внешних (обусловленных ситуационными условиями) и внутренних препятствий в достижении целей и задач деятельности.

3. Исходными установками для организации процесса формирования готовности специалиста креативных индустрий к будущей профессиональной деятельности и определения концептуальной основы и содержательно-процессуальных особенностей иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии, обеспечивающей эффективность этого процесса, является система принципов: *культуросообразности*, ориентирующий на освоение ценностей, культурных и правовых норм креативных индустрий, которые выступают социокультурными детерминантами профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий, формирование опыта социокультурного взаимодействия с экспертами, работодателями, заказчиками сферы креативных индустрий; *деятельного участия*, требующий включения будущего специалиста в сознательную и активную деятельность, связанную с оригинальными, нестандартными решениями культурологических и предпринимательских задач, обусловленных постоянно изменяющимися экономическими и организационными условиями креативной экономики;

последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности, направленный на организацию обучения, отражающую логику технологических процессов будущего труда специалистов и особенности профессиональной коммуникации в сфере креативных индустрий; адекватности форм организации образовательной деятельности, связанный с выбором форм, соответствующих целям и содержанию, развертыванию процесса формирования готовности к будущей профессиональной деятельности; интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий, предусматривающий использование технологий, позволяющих погрузить будущего специалиста в социокультурное пространство сферы креативных индустрий; рефлексии хода и результатов образовательного процесса, направленный на создание условий для развития понимания будущим специалистом себя как субъекта образовательной и будущей профессиональной деятельности, принятия себя в социокультурном пространстве сферы креативных индустрий как субъекта самостоятельной культурной деятельности.

4. Формирование готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий эффективно осуществлять в соответствии со структурно-функциональной моделью, включающей совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов: *целевой* (основанный на требованиях к выпускнику СПО как будущему специалисту, которые конкретизируются ФГОС СПО и профессиональными стандартами, а также заказом общества на подготовку специалистов в сфере креативных индустрий); *методологический* (представленный социокультурным, полисубъектным (диалоговым), деятельностным и контекстным подходами); *содержательно-технологический* (состоящий из структуры готовности к профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий и иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии формирования готовности); *результативно-оценочный* (предусматривающий оценку результата моделируемого процесса и эффективности иммерсивной культурно-образовательной практики, соотнесение их с целью).

5. Содержательно-технологический компонент модели включает иммерсивную культурно-образовательную практику, которая представляет собой современную технологию применения ситуативно-иммерсивного предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Ее концептуальной основой выступает позиция обучающегося как творчески активного субъекта, способного к инновационной профессиональной деятельности, а также ориентация практики на создание условий для освоения профессиональных норм, ценностей и ценностных ориентаций специалиста креативных индустрий, развития неформальных связей с профессиональными сообществами и представителями креативных индустрий; в содержательной части предусмотрено использование спонтанных или специально созданных проблемных ситуаций, приближенных к профессиональным и требующих от будущего специалиста активных ответных действий; процессуальная часть технологии отражена в формах и методах, стимулирующих познавательную деятельность обучающегося и включающих его в социокультурное взаимодействие, вызывающие эффект «культуры участия» и способствующие получению обратной связи от экспертов – представителей сферы креативных индустрий; оценивание и контроль осуществляются посредством фиксации траектории индивидуальных достижений обучающегося; предусмотрено использование различных форм рефлексии (рефлексивный полилог, рефлексивное эссе).

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивается разработанностью теоретико-методологических подходов к процессу формирования готовности к профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий, принципов, обеспечивающих его эффективность; комплексным применением теоретических и эмпирических методов исследования; проверкой теоретических положений исследования в ходе опытно-поисковой работы; верификацией разработанной модели; статистическим подтверждением результатов исследования в опытно-поисковой работе.

Личный вклад автора состоит в разработке идеи исследования, конкретизации применительно к гипотезе и задачам исследования понятия «готовность к

профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий», определении ее компонентов; в уточнении понятия «иммерсивная культурно-образовательная практика» и разработке технологических основ ее реализации; теоретическом обосновании, разработке и верификации структурно-функциональной модели формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий; в разработке критериально-оценочного инструментария, в опытной проверке результативности процесса; в аналитической обработке полученных результатов, в соотнесении результатов с целью исследования и их обобщении.

Апробация и внедрение результатов исследования. По проблеме диссертационного исследования опубликованы 14 научных работ, в числе которых 6 статей в журналах, входящих в перечень ВАК РФ. Ход исследовательской работы и ее основные результаты обсуждались на международных конференциях (Москва, 2024; Брянск, 2024; Томск, 2024; Санкт-Петербург, 2024; Астрахань, 2025; Ульяновск, 2025), всероссийских конференциях (Новокузнецк, 2024; Ульяновск, 2024; Кемерово, 2025; Курган, 2025). Результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры методологии профессионально-педагогического образования РГППУ (Екатеринбург, 2024-2025).

Рабочие программы учебных практик внедрены в учебный процесс ГПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий» (г. Новокузнецк), ГПОУ «Профессиональный колледж» (г. Новокузнецк), ФГБОУ ВО «СибГИУ» (Университетский колледж) (г. Новокузнецк), ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» (г. Екатеринбург) по специальностям: 54.02.01 Дизайн (по отраслям), 07.02.01 Архитектура, 09.02.07 Информационные системы и программирование.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертация соответствует научной специальности 5.8.7. Методология и технология профессионального образования, в том числе пунктам:

– п. 5. Обновление содержания, методик и технологий профессионального образования в изменяющихся (современных) условиях. Обновление трудовых

функций и компетенций специалистов как фактор влияния на профессиональное образование;

– п. 13. Теоретико-методологические проблемы проектирования содержания профессионального образования, взаимосвязь содержания, методов и технологий;

– п. 18. Подготовка кадров в образовательных организациях среднего профессионального образования.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы (194 источника, из них 14 – зарубежных авторов) и шести приложений. Текст сопровождается 30 рисунками, 12 таблицами.

1 Теоретические основы формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики

В данной главе представлены результаты поисково-теоретического этапа работы, которые использовались для моделирования процесса формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

В ходе изучения различных источников (нормативных, научных) определялись методологические подходы к моделированию исследуемого процесса, устанавливались его закономерности, принципы организации; выявлялось содержание ключевых понятий исследования; рассматривались концептуальные основы и содержательно-процессуальные особенности иммерсивной культурно-образовательной практики; разрабатывалась модель процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики.

1.1 Теоретико-методологические подходы и ориентиры процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, ее сущность и структурные компоненты

В Федеральном законе от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» представлена характеристика сферы креативных индустрий, согласно которой она является экономической дея-

тельностью, направленной на создание, продвижение креативного продукта, его распространение и (или) реализацию [148].

Сегодня выделяют многообразные виды креативных индустрий (рисунок 1).



Рисунок 1 – Виды креативных индустрий [70]

Данный сектор экономики основан на интеллектуальном труде, его ядро составляют творческие люди [73, с. 34], поэтому большое значение для развития креативных индустрий приобретает подготовка соответствующих специалистов [73, с. 33]. Инновационная экономика нуждается в выпускниках, готовых к созданию креативной российской продукции и ее продвижению на новых рынках [67].

Как утверждают эксперты, профессиональная подготовка подобных специалистов должна отражать специфику деятельности в этой сфере [67, с. 16-17]. Отсюда в соответствии с целеустановкой настоящего исследования возникла необходимость определить ее своеобразие и функциональные особенности – ее *differentia specifica*. Рассмотрим, какими сведениями о креативных индустриях располагает научная литература, каковы стратегии производства и особенности деятельности специалистов, занятых сегодня в креативных индустриях.

Как следует из различных источников, феномен креативных индустрий часто описывается в связи с осмыслением историософской периодизации и возникающих изменений на каждом этапе развития общества. Особенности последнего этапа – постиндустриального (информационного) – связаны с наличием интеллек-

та и использованием наукоемких технологий, что стимулирует творческую инициативу работников или требует ее [35; 150; 171; 182]. Креативный работник становится ключевым элементом производственного процесса. Это позволяет считать креативные индустрии аутентичной формой организации производства в постиндустриальную эпоху.

В исследованиях понятия «креативные индустрии» и «культурные индустрии» нередко используются как синонимичные, что объясняется исторически сложившейся последовательностью формирования двух концепций – от культурных к креативным индустриям [8; 23]. Так, впервые в середине прошлого века М. Хоркхаймер и Т. Адорно, соединив в одном понятии культуру и индустрию, ввели термин «die Kulturindustrie» [184]. Со временем он получил широкое распространение, а в результате его дальнейшего переосмысления появились другие понятия: «креативная экономика», «арт-экономика», «культурная экономика», «арт-индустрии» и др. [73; 185; 189]. Значение понятия «The Creative Industries» как деятельности возникло в Великобритании в конце XX века [194]. В работах того времени обращалось внимание на проявление индивидуального творческого начала, навыка или таланта и обсуждались возможности соединения культуры, экономики и социальной политики.

В ряду понятий «экономика», «креативная экономика», «культурная экономика» более широким является «экономика», содержание которого связано с разнообразным спектром хозяйственной деятельности. Креативная экономика предусматривает использование творческих и интеллектуальных ресурсов, что вызвано постоянными изменениями технологических основ производства [183; 187; 191; 193]. Как отмечено в работах Р. Флориды, для продуцирования инноваций требуется так называемый креативный класс, состоящий из носителей творческих и интеллектуальных способностей [151; 181]. Представители этого класса обладают высоко востребованными в контексте экономической ситуации навыками [151, с. 54], стремятся к творческой и интеллектуальной самореализации. Для креативного работника важно, чтобы в его деятельности присутствовал инновацион-

ный компонент, направленный на продуцирование идей и их дальнейшее воплощение в новых продуктах, услугах, технологиях и др.

Для работника креативной экономики значимой специфической трудовой ценностью является «не карьера, престиж и высокая зарплата, а ценность созданных условий для работы и жизни, раскрытие своего творческого потенциала, в том числе толерантная атмосфера и творческие стимулы» [84, с. 199]. Ему требуются условия, позволяющие оставаться независимым и мобильным [78; 131; 169; 171]. Ценностные смыслы влияют на деятельность работника креативных индустрий [17, с. 51-52], ему важно получать интеллектуальное удовлетворение от труда.

Кроме того, в работах Р. Флориды обращается внимание на то, что креативный класс выступает стимулом развития экономики, поскольку его «составляют люди, занятые в научной и технической сфере, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания» [151, с. 54]. Он «по-новому, в соответствии со своими потребностями, сегментирует рынок труда и общество» [17, с. 50]. Эта деятельность осуществляется за счет творческого подхода с опорой на ценностные установки и амбиции, в соответствии с условиями конкретной культурной ситуации. Так как она начинается с потребности получения прибыли, то можно заключить, что «это изначально экономическое действие, и это действие в качестве эффекта своего существования оказывает влияние на формирование вариантов решений в культурной сфере, в том числе» [17, с. 50].

В научных источниках представлены различные характеристики креативных индустрий, среди которых отдельное внимание уделяется тем, которые связаны с инновационными процессами, ростом творческих индустрий и тесно переплетаются с понятием «креативность» [84, с. 198]. Данное понятие «уже не рассматривается только в контексте создания благ с творческим (культурным) содержанием» [84, с. 198], а все чаще используется в связи с характеристикой процесса генерирования идей, включающего «качества, которые люди обычно подразумевают под новаторством и предпринимательством, и одновременно искусство

порождения новых идей от их возникновения до стадии воплощения в ценности» [84, с. 198].

Очевидно, термин «креативность» сегодня стал отождествляться с инновацией, обменом знаниями и информацией [23]. Такая трансформация понятия объясняется потребностью осмыслить не только производство в креативных индустриях товаров и услуг, идей, но и дальнейший процесс их преобразования [23, с. 10]. Сравнивая роль инновации в традиционных отраслях и креативной сфере экономики, можно заключить, что для первых инновация – это инструмент для удержания рынка в борьбе за потребителя, инновационная деятельность традиционной отрасли экономики вызвана экономической и финансовой необходимостью. Для креативной индустрии инновация является не средством достижения какой-либо цели, а целью самой по себе [23, с. 19-20].

Интерес к креативности на современном этапе объясняется стремительными изменениями в социально-экономических сферах и области технологических разработок. Так как «человек стоит перед необходимостью быстрой адаптации к новым комбинациям перемен во всех сферах» [84, с. 204], то он «должен быть креативным, чтобы быть готовым принять новое, уметь импровизировать, отвечать и соответствовать изменениям» [84, с. 201].

Как считает М. Матецкая, с точки зрения адресанта – индивидуального или коллективного – можно говорить о существовании первичной и вторичной креативности [84, с. 202]. Первичная предполагает новое открытие и связана с продуцированием новых идей, ей свойственны инсайт и озарение. Вторичная креативность возникает тогда, «когда обычные люди, работая сообща, опираясь на опыт предшественников, могут творить и совершать открытия» [84, с. 202], то есть «выступает своего рода аналогом продуктивности» [84, с. 202].

Особенности и формы реализации креативности являются критерием для разграничения понятий «креативные индустрии» и «культурные индустрии», при этом вторые признаны разновидностью первых [57; 194]. При разграничении данных понятий обращается внимание на то, что культурные индустрии выделяются в структуре творческих, а их специфика обусловлена деятельностью, направленной

ной на «сохранение культурного наследия, исполнительских искусств и т. д.» [84, с. 198]. Культурные индустрии представляют собой массовое и высоко стандартизированное производство [8; 9; 23; 150; 193]. Это их принципиально отличает от культурного творчества, обладающего новационностью, штучностью, уникальностью и др. [73]. Креативные индустрии «предполагают реализацию творческого и интеллектуального ресурса в „творческий продукт“» [84, с. 198]. В них производство имеет нестандартный, нетрадиционный, неавтоматизированный характер [67]. Кроме того, в культурных индустриях происходит трансляция ценностей, традиций, нравственно-эстетических идеалов, тогда как креативные индустрии фокусируются на создании уникального образца, который в дальнейшем будет тиражирован.

В ряде научных источников отмечается, что в настоящее время наблюдается новая волна индустриализации [142], связанная с отказом от единообразного стандартизированного производства и широким распространением разнообразных продуктов. Сегодня говорят о востребованности особой уникальности, обусловленной не материальными и формальными характеристиками продукта, а той реакцией (впечатлениями, ощущениями, эмоциями), которую он вызывает у потребителя. Предметом продажи становится «не товар и услуга, а стиль и образ жизни» [59, с. 78]. Это дает основания считать современные креативные индустрии, креативную экономику индустрией (экономикой) впечатлений, переживаний (*experience economy*).

Как видно, специалист креативных индустрий осуществляет деятельность, связанную с воспроизводством или созданием инновационных продуктов (новых или основанных на уже существующих решениях). Ее специфика объясняется креативностью – направленностью на новые идеи «от их возникновения до стадии воплощения в ценности» [84, с. 198].

Процесс реализации креативности можно представить поэтапно: после производства нового выделяют этапы автоматизации, стандартизации и унификации. Стремление скопировать производственные решения или воплотить инновационную идею реализуется в так называемой стадии вдохновенного подражания. Так

как она требует определенного времени и пространства, ее можно считать хроно-топом креативных индустрий. Для ее осуществления особое значение имеет образец креативного продукта (эталон, прототип, рецепт, шаблон и др.), воспроизведение которого совершается по алгоритму репродуктивных действий; он и определяет возможности дальнейшей автоматизации или творческой (креативной) импровизации.

Процесс воспроизводства может развиваться по двум сценариям:

- образец наделяется сакральным смыслом, поэтому процесс его создания скрыт от посторонних;
- свободное воспроизведение образца, в том числе предусматривающее творческое преобразование.

Сценарии воспроизводства могут переходить друг в друга. Бóльшими возможностями для массового распространения продукта обладает второй сценарий.

Сегодня реализуются различные стратегии производства и воспроизводства [17; 59; 169; 190], например, связанные с ритуализованным воспроизводством (традиционным ремесленничеством), которое осуществляется мастерами, посвященными в его секреты и др. В ремесленном труде проявляется креативность, степень которой зависит от потенциала мастера и его увлеченности работой. Сегодня ремесленник, осуществляющий инновационную деятельность, становится фактически работником интеллектуального труда, а ремесленное производство из производства по преимуществу ручного и механизированного превращается в высокотехнологичное [123]. Очевидно, каждый этап ремесленной деятельности реализуется на творческой основе.

Для производства креативного продукта и новаций требуется специалист, свободный в выборе целей, технологий, ресурсов, инструментов, заказчиков и клиентов и т. д., осуществляющий данный выбор в соответствии с нормами профессиональной этики и законодательства. Как видно, в подготовке такого специалиста должны быть предусмотрены компоненты, связанные со спецификой технологий и ресурсов, возможностями оборудования, законодательными ограничениями, особенностями коммуникативного взаимодействия. Дальнейшее продви-

жение продукта или услуги требует от работника знаний законов бизнеса, его правовой, экономической, социологической, культурологической основы.

Подводя итог осмыслению феномена креативных индустрий, отметим, что креативная экономика основана на интенсивном использовании творческих и интеллектуальных ресурсов. Фактором экономического развития выступает креативность, которая является элементом человеческого, культурного капитала. Работник креативных индустрий занимается разработкой или переосмыслением новых производственных идей, продвижением и реализацией нового продукта, услуги на рынке. Его деятельности присущи специфичные ценностные установки, культурные и правовые нормы, которые выработаны в сфере креативных индустрий.

Очевидно, креативные индустрии можно рассматривать как специфичное социокультурное пространство, имеющее свои границы (установленные ценностями и нормами) и предусматривающее социальное, культурное, личностное взаимодействие различных субъектов [65]. Так, например, одной из организационных форм взаимодействия креативных индустрий является кластер, в котором значительную роль играют «культурные сети, союзы, ассоциации, развитые неформальные связи и опыт сотрудничества друг с другом» [84, с. 201]. Кластер – это открытая творческая среда для коммуникации и сотрудничества, в которой формируются новые сети взаимоотношений, происходит обмен идеями. Обладая кумулятивным эффектом, они оказывают существенное влияние на развитие креативных индустрий [84, с. 201], тем самым задают новую современную модель производства и бизнеса, интегрирующую культуру и творчество.

Обратимся к понятиям «социокультурный», «социокультурный подход». Сегодня сложились разные трактовки понятия «социокультурный», что свидетельствует о вариативности аспектов его изучения. Согласно первой, нашедшей отражение в трудах П. А. Сорокина и Т. Парсонса, конкретизировать понятие «социокультурный» можно при решении вопроса о взаимодействии терминов «культурный» и социальный» [125]. При этом подчеркивается: многие явления и процессы современного мира недостаточно определить исключительно как культурные либо социальные. Следовательно, дефиницирование их как социокуль-

турных дает возможность составить всестороннюю характеристику. Кроме того, по мнению Е. Г. Ефимова, именно человеку отведена первостепенная роль в объединении культурного и социального, так как лишь на основе его непрерывной деятельности осуществляются преобразования окружающего мира [51].

В соответствии со второй трактовкой, взаимопроникновение социального и культурного – это одно из условий прогресса общественной жизни. Как отмечается в работах А. С. Ахиезера, при определенных условиях потенциал культурного может быть более значительным [7].

Как видно, существование разных трактовок термина «социокультурный» обусловлено стремлением ученых осмыслить культурную и социальную составляющие данного понятия, возможности их взаимопроникновения.

Понятие «социокультурный подход» также не получило однозначного толкования [7; 60; 121; 139; 154]. Современное «социокультурное движение» предлагает авторские интерпретации социокультурного подхода, поэтому сегодня это понятие стало зонтичным для целой линейки экспликаций, которые имеют разное концептуальное содержание [109].

В исследованиях социокультурного подхода можно выделить три направления:

– классическое направление, представленное в работах П. А. Сорокина, где социокультурное явление рассматривается как взаимодействие двух и более индивидов, в котором выделяются компоненты: субъекты взаимодействия; значения, ценности и нормы; открытые действия и материальные артефакты как двигатели и проводники, с помощью которых объективируются и социализируются нематериальные значения, ценности и нормы [133];

– деятельностно-структурное направление, которое изучает вопросы соотношения и взаимопроникновения социального и культурного. Здесь к культурному относится всё, что касается деятельности, в том числе способы ее осуществления, формы, результаты. Человек рассматривается как субъект, обладающий определенными ценностями и выполняющий различные социальные роли [7];

– субъектно-объектное направление, согласно которому социальную сторону жизни можно представить через призму внешних объективно заданных условий, в которых существует индивид, а его субъективное восприятие признано частью его культурной идентичности [139].

Таким образом, в социокультурном подходе объединены три взаимосвязанных компонента: человек и его связь с обществом, социальные отношения и формы проявления культуры.

Поскольку в процессе анализа научных источников нами был сделан вывод о необходимости осмысления креативных индустрий как социокультурного пространства, важно определить возможности использования понятия «социокультурный» в характеристике особенностей деятельности работника данной сферы. Уточним, что в настоящем исследовании под социокультурным пространством понимаются связи и отношения субъектов креативных индустрий, способы и формы осуществления взаимодействия, а также ценности, культурные и правовые нормы, которые вырабатываются в совместной, в том числе творческой, деятельности.

Иллюстрируя организацию социокультурного пространства креативных индустрий, можно предположить, что она представляет собой иерархию различных субъектов и связей между ними. Всех субъектов следует разделить на две группы: субъекты творческой деятельности (автор или группа авторов) и субъекты, деятельность которых связана с извлечением прибыли (посредники, производители, получатели конечного продукта или услуги и др.). Субъекты первой группы одновременно обладают общей и частной культурой. Общая проявляется в социально значимых личностных характеристиках, которые реализуются в профессиональной деятельности, частная (субкультура) определяется условиями взаимодействия, родом деятельности, принадлежностью субъекта к конкретному социально-профессиональному сообществу [177; 179]. Связи и различные формы взаимодействия между субъектами (кластеры, коллаборации и др.) задают смыслы социокультурного пространства, способствуют аккумуляции и реализации креативных идей.

Формирование и изменение смыслов социокультурного пространства креативных индустрий обусловлено агональностью (от греч. «агон» – состязание, борьба), которая неразрывно связана с культурой, инициирующей «возникновение множества феноменов агонального типа, отличающихся своим игровым, состязательным, конкурентным характером» [177, с. 63].

Следует заметить, что в настоящее время наблюдается интерес к интерпретации агонистики в рамках сферы экономики [177; 179]. Как отмечается в исследованиях, агональность как социокультурный универсалий стимулирует механизмы, обеспечивающие их развитие, то есть ее можно считать источником развития экономических сфер [45; 82; 108; 164].

В работах А. В. Ярового отмечается, что благодаря агональности в культурной системе создаются и вырабатываются смыслы, служащие образцами для социальных коммуникаций, происходит освоение этих образцов, что позволяет функционировать социальной системе, сохраняются и передаются образцы для репродукции культуры во времени [177, с. 61-62]. Агональность создает культуру «агонального типа» [177, с. 64], основанную на состязании, что является «прямым выражением ее истинной сущности» [177, с. 64]. Присущее ей «внутреннее горение» является движущей силой развития культуры [177, с. 63-64].

Чаще всего агональность связывают со стремлением человека к самоутверждению. Поскольку потребность в агональности сильна, в исследованиях утверждается, что она имеет биологическую природу и может проявляться в агрессивных формах, которые, «будучи упорядочены ритуалами подчинения и жертвоприношения, образуют область сакрального в культуре, переводят деструктивную агрессию в состояние сакральной одержимости, собирая и стабилизируя социум, с одной стороны, а с другой – мобилизуя индивида для активных действий» [178, с. 9-10]. Примерами проявлений агональности являются борьба за власть, конкуренция в экономике и т. п. [177].

Несмотря на то, что агональности посвящено достаточное количество исследований, дискуссия о ее сути не завершена. Й. Хёйзинга, изучающий агональность в пространстве игры и рассматривающий игру как превращенную агональ-

ность, в своих работах обосновал необходимость использования понятия «агональный инстинкт», тем самым обозначил потребность человека в состязательных действиях, которые могут быть реализованы в пространстве культуры [108]. По мнению А. В. Ярового, в системе социокультурных отношений, где участники взаимодействия рассматриваются исключительно как носители идей, состязательность следует рассматривать важнейшей характеристикой любого дискурса [177].

В изучении агональности можно выделить относительно самостоятельные тематические и проблемные блоки, например: агональность как самостоятельный социокультурный феномен, агональность в пространстве игры, агональность в психологии, естествознании, педагогике, экономике, социологии, воинской культуре, политологии [108].

Агональность выводится из законов эволюции и распространяется на сущностные характеристики бытия, культуры, цивилизации и др. Так, Й. Хёйзинга считает, что «агональность происходит от естественной внутривидовой борьбы за существование, что проявляется в виде сил Танатоса и Эроса, которые в рамках ритуалов представляют собой уже не природное явление, а социокультурное. Эти силы являются выражением стремления человека к собственному благу... Стремление человека к благу полагает и состязание между людьми в обладании этого блага. Состязание представляется стремлением к цельному и радостному самоосуществлению человека, то есть в агональности можно видеть самоутверждение личности в собственном существовании» [153, с. 13].

По мнению ряда ученых, подход к рассмотрению агональной деятельности исключительно в аспекте игры является ограниченным и недостаточно разработанным [82, с. 34]. Определяя суть агональной деятельности как состязание, они обосновывают возможности использования данного понятия применительно не только к игре, но и соревнованию, конкуренции. Согласно мнению Й. Хёйзинга, «всякая игра есть прежде всего и в первую голову свободная деятельность. Игра по приказу уже больше не игра. В крайнем случае, она может быть некой навязанной имитацией, воспроизведением игры» [153, с. 23]. Представление об игре

как свободной деятельности и концепция агона позволяет выделить признаки агональной деятельности: борьба, состязательность, целеустремленность [82, с. 33].

Связь игры и конкуренции применительно к экономическим сферам деятельности рассмотрена в работах Р. Фёлькера и сформулирована следующим образом: «Стратегическое поведение, конкуренция, кооперация, риск и неопределенность являются ключевыми в теории игр и непосредственно связаны с управленческими задачами» [149, с. 86]. Согласно его исследованию, понятия «игрок» и «конкурент», «этапы игры» и «этапы конкурентного состояния», «выигрыш» и «прибыль», «проигрыш» и «убыток» можно считать синонимичными [149].

Присваивая конкуренции социокультурный статус, ученые-философы утверждают, что она институализирует в рыночном духе сферу духовного производства – искусство, науку, политику и др. [164, с. 13]. Кроме того, конкуренция реализуется в формах межличностного и межорганизационного взаимодействия, то есть сотрудничества [83; 164], поскольку факторы, побуждающие к конкуренции, могут побуждать индивидов к установлению сотрудничества и созданию объединений [82].

Итак, характеристика креативных индустрий как социокультурного пространства позволяет говорить о системной ее организации, в которой функционирует производственная цепочка и взаимодействуют акторы-носители определенных ценностей, культурных и правовых норм, выработанных в совместной, в том числе творческой, деятельности. Как видно, в результате профессиональной подготовки будущий специалист выступает как субъект, обладающий определенной культурой и ценностями, который способен:

- реализовать многоплановую, персонифицированную деятельность, связанную с созданием или воспроизводством инновационных продуктов, продвижением их на рынке, распространением и (или) реализацией;

- выполнять культуротворческие и бизнес-задачи, которые возникают из-за противоречий и динамично изменяющихся экономических и организационных условий;

– устанавливать партнерские отношения с акторами, организовывать формальные и неформальные коммуникации в профессиональном сообществе для обмена информацией и организации сотрудничества.

Чтобы определить, отражена ли социокультурная специфика сферы креативных индустрий в нормативных актах, устанавливающих порядок подготовки специалистов, были проанализированы федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО). В соответствии с ними готовность выпускника к профессиональной деятельности формируется через интеграцию общих и профессиональных компетенций (на примере квалификации «дизайнер» они представлены в приложении А).

Поскольку креативная экономика представляет собой динамично меняющийся сектор, можно говорить о том, что особую значимость в процессе подготовки специалистов для данной сферы должны иметь общие компетенции. Они позволят будущему работнику как субъекту многоплановой деятельности преодолевать противоречия и адаптироваться к экономическим и организационным изменениям, устанавливать формальные и неформальные связи с другими субъектами, осуществлять с ними профессиональную коммуникацию и др. Вместе с тем изучение содержания ФГОС СПО показало, что общие компетенции связаны с универсальными способами деятельности, которые являются инвариантными для значительной части профессий и специальностей СПО.

Профессиональные компетенции, соответствующие квалификации «дизайнер», включают способы деятельности, обеспечивающие решение конкретных профессиональных задач в соответствии с каждым отдельным видом деятельности (например, вид деятельности «контроль за изготовлением изделий на производстве в части соответствия их авторскому образцу ПК» и профессиональные компетенции: «контролировать промышленную продукцию и предметно-пространственные комплексы на предмет соответствия требованиям стандартизации и сертификации», «осуществлять авторский надзор за реализацией художественно-конструкторских (дизайнерских) решений при изготовлении и доводке опытных образцов промышленной продукции, воплощении предметно-

пространственных комплексов.», «составлять конкретные технические задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт» и др.) [115].

В ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) предусмотрена вариативная часть, позволяющая дополнять перечень видов профессиональной деятельности и компетенций, тем самым адаптировать образовательную программу к требованиям рынка труда, экономическим и технологическим изменениям, а также обеспечивать конкурентоспособность будущего специалиста. Вместе с тем проведенный нами анализ основных образовательных программ по специальностям, связанным с подготовкой в области креативных индустрий, свидетельствует, что зачастую данная часть используется для расширения федеральной.

Очевидно, профессиональные организации испытывают трудности в выявлении кадровых потребностей и квалификационных запросов экономической сферы и формировании соответствующего содержания основных образовательных программ. Возможно, поэтому основные образовательные программы редко обновляются, в том числе не пересматриваются условия и технологии их реализации, что является одним из факторов, провоцирующих несимметричность в отношениях между быстроразвивающейся сферой креативных индустрий и системой подготовки кадров [67, с. 10].

Так как результатом профессиональной подготовки специалиста креативных индустрий признана его готовность к осуществлению будущей деятельности, в рамках настоящего исследования возникла необходимость определить сущность и содержание понятия «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий». Поскольку в доступных нам психолого-педагогических работах не удалось обнаружить исследований, посвященных данному понятию, потребовалось обратиться к более широким терминам – «готовность», «готовность к деятельности», «готовность к профессиональной деятельности».

Экскурс в историю изучения понятия «готовность» показывает, что данный термин впервые появился в научных работах в начале XX века. В 60-е годы в трудах спортивных и военных психологов стала изучаться готовность к профессиональной деятельности [68; 100; 118], почти в это же время она была выделена в

предмет специальных исследований по инженерной педагогике и психологии [42], позднее стала рассматриваться в педагогической и социальной психологии [43; 66; 92; 130].

Поскольку феномен «готовность» изначально стал изучаться разными науками и с разных методологических позиций, наряду с данным понятием используются другие, синонимичные: подготовленность к деятельности [117; 140], отношение к деятельности [97], синтез качеств личности, установка [144], уровень ценностных или личностных ориентаций [168]. Кроме того, сложились подходы, которые позволяют говорить о многомерности данного понятия: функциональный, личностный, личностно-деятельностный. Кратко охарактеризуем каждый из них.

В центре внимания функционального подхода – состояние мобилизации, которое характеризуется определенными установками, управляющими поведением личности. Согласно данному подходу, предстартовая готовность связана с психическими функциями, работоспособностью, а также качествами, которые являются значимыми для осуществления деятельности. Так, например, в исследованиях Л. С. Нерсисян и В. Н. Пушкина [100], посвященных поведению человека в экстремальных условиях, выделяется состояние бдительности как ведущая позиция, определяющая способность реагировать на определенные сигналы.

С точки зрения другого – личностного – подхода готовность изучается как совокупность личностно значимых профессиональных качеств и свойств, которые определяются выполняемой ими ролью в регуляции профессиональной деятельности. Среди них ведущее значение отводится личностным качествам, поскольку именно от них зависит психическая мобилизованность и направленность на деятельность. Так, А. Ц. Пуни считает, что готовность представляет собой сложное структурное образование, а степень ее сформированности зависит от уровня развития личностных и социально ценных качеств человека [118].

В личностно-деятельностном подходе основной акцент сделан на целостности личности в деятельности. По мнению ученых, развивающих данный подход, готовность обеспечивается личностными особенностями субъекта, его знаниями, умениями, навыками и опытом [42, с. 76].

Стремление исследователей обобщить разные подходы приводит к формированию представления о готовности как об интегративном качестве личности и определенном уровне развития субъекта. В этом случае она представляет собой целостную структурированную систему компонентов, основанных на совокупности интеллектуальных, мотивационных и волевых способностей, которые обеспечивают направленность на выполнение деятельности и достижение ее результата [18, с. 15].

Для конкретизации ключевого понятия настоящего исследования – «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий» – особое значение имеет акмеологическая трактовка, согласно которой готовность рассматривается как «первичное, фундаментальное исходное условие успешного выполнения деятельности любой сложности» [91, с. 3]. Феномен готовности рассматривается в соответствии с профессиональной деятельностью (в том числе в особых ситуациях), общением, обучением и др. [91, с. 4]. Это «полимодальное состояние, отдельные модальности которого, существуя и проявляясь в единстве, взаимодействуют в процессе выполнения задачи и определяют возможность для человека достичь заданного результата в заданных условиях, то есть возможность эффективно решить возникшую задачу» [91, с. 6].

По мнению О. В. Михайлова, готовность связана с возможностями человека адаптироваться к профессиональной среде и возникающим условиям труда, его способностями регулировать проявление индивидуальных, личностных состояний с учетом возникающих задач профессиональной деятельности. Она представляет собой систему «взаимосвязанных, взаимозависимых и взаимопроникающих структурно-функциональных компонентов» [91, с. 7], которые в совокупности обеспечивают «целостное согласование характеристик человека как индивида, личности и субъекта с целями той или иной деятельности и обеспечивает актуализацию возможностей человека, адаптацию к окружающей среде и возникающей ситуации, регуляцию индивидуальных состояний в связи с задачами деятельности, оптимизацию процесса решения возникающих задач и достижение наилучшего результата за счет наименьших энергозатрат» [91, с. 7]. Процесс формирова-

ния готовности к деятельности – это «процесс освоения социального опыта в целях его последующего применения для решения специфических задач» [91, с. 20-21]. Факторами, обеспечивающими его результативность, являются: «реалистичность ожиданий человека в отношении осуществляемой им деятельности; адекватность самооценки уровня готовности к деятельности; высокий уровень креативности и гибкости» [91, с. 10].

Данная трактовка позволяет учесть влияние условий социокультурной среды на личностно-профессиональное развитие будущего специалиста креативных индустрий, в том числе на развитие способностей, обеспечивающих гибкость профессионального поведения в постоянно изменяющихся условиях [91]. Кроме того, в соответствии с акмеологическим направлением обнаруживается связь готовности с конкурентоспособностью, что позволяет считать готовность интегральным критерием в оценке конкурентоспособности выпускника [91, с. 13].

В трудах В. И. Андреева [3], Е. В. Евпловой [48], Л. В. Львова [83], В. А. Оганесова [103], Р. А. Фатхутдинова [146], Л. И. Шепталиной [163] и др., посвященных конкурентоспособности выпускника, данная способность рассматривается в связи с требованиями профессиональной деятельности и возможностями достигать цели с учетом конкретной социально-экономической ситуации в условиях конкурентности [3, с. 64]. Важная роль отводится личностным волевым качествам будущего специалиста, прежде всего целеустремленности, а также наличию мотивов к деятельности [152].

Представим структурные компоненты готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в виде схемы (рисунок 2).

Каждый компонент в данной структуре выполняет соответствующую функцию. Так, ценностно-мотивационный компонент отражает «соответствие личностного смысла объективному значению деятельности» [91, с. 7]. Он реализует побудительную функцию, связанную с формированием у выпускника мотивации, то есть положительного отношения к будущей профессиональной деятельности, интереса к профессиональным задачам, потребности в их успешном решении.

Компоненты готовности выпускника
СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

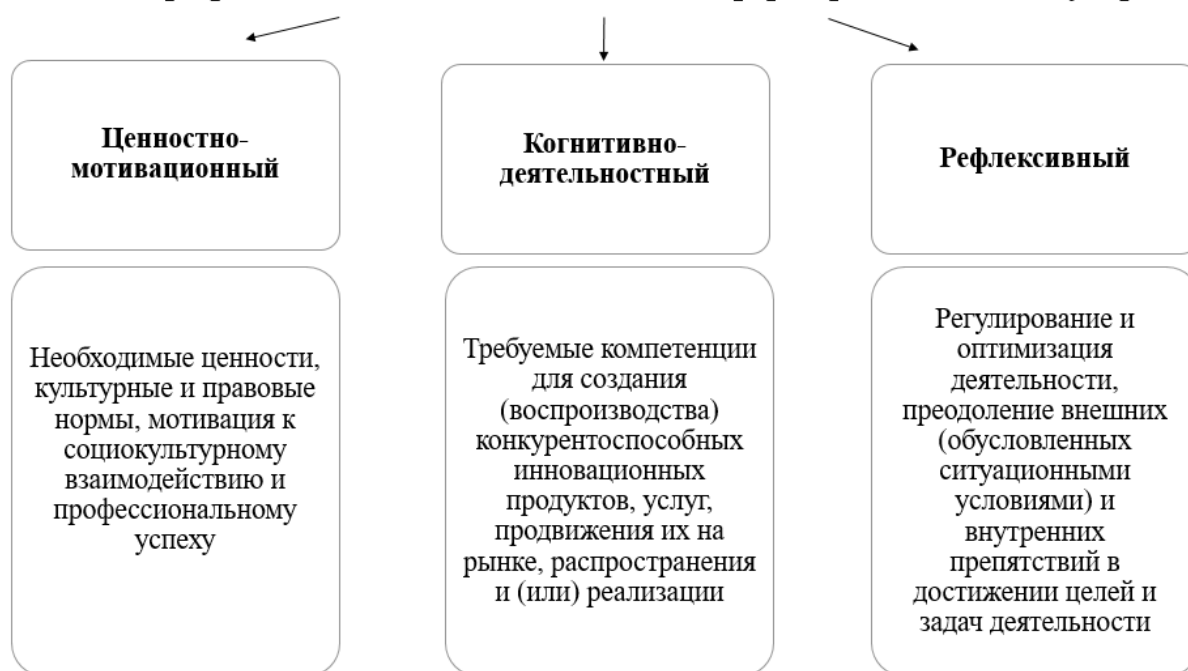


Рисунок 2 – Компоненты готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

Данный компонент важен в структуре готовности, поскольку доказано, что мотивация является одним из главных факторов, стимулирующих творчество в профессиональной деятельности и вызывающих удовлетворение от профессионального труда [64; 106]. Она «становится фундаментом для формирования личности в деятельности, определяющим ее осознанность и показывающим цели для активной деятельности, становясь основой индивидуального и социального поведения, способствуя формированию профессионального удовлетворенности определенной профессиональной деятельностью» [38, с. 41].

Функция второго компонента – когнитивно-деятельностного – исполнительская, так как он обеспечивает достижение целей профессиональной деятельности. Этот компонент включает теоретическую и практическую подготовку к конкретному виду деятельности. На рисунке 2 указано, что для специалиста креативных индустрий такая подготовленность связана с разработкой инновации (продукта, услуги, технологического решения и т. д.), а также с последующей ее коммерциализацией.

Для реализации регулирующей функции в структуре готовности выделен рефлексивный компонент, благодаря которому осуществляется «регулирование и оптимизация деятельности на сознательном и бессознательном уровне, преодоление внешних и внутренних препятствий» [91, с. 15].

Соотнесение компонентов готовности специалиста креативных индустрий к профессиональной деятельности с их функциями позволяет рассматривать данное понятие как целостное структурное образование, которое представляет собой динамично развивающееся в процессе профессиональной подготовки интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности [172], которое:

- основано на ценностях, культурных и правовых нормах, мотивации к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху;
- отражает его способность применять приобретенные в профессиональной образовательной организации компетенции для создания конкурентоспособных инновационных продуктов, продвижения их на рынке, распространения и (или) реализации;
- обеспечивает регулирование и оптимизацию деятельности, преодоление внешних (обусловленных ситуационными условиями) и внутренних препятствий в достижении целей и задач деятельности.

Чтобы определить условия, обеспечивающие эффективность процесса формирования готовности к профессиональной деятельности, возникла необходимость составить характеристику данного процесса и определить его закономерности. В связи с этим потребовалось выбрать методологические подходы, которые могли бы служить научными ориентирами для составления многоаспектного и комплексного описания [173].

В результате были определены следующие подходы: полисубъектный (диалоговый), деятельностный и контекстный. Остановимся на их особенностях и определим возможности каждого в исследовании процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

По мнению А. А. Варжавина [21], И. В. Вачкова [22], З. Л. Венковой [24], С. Д. Дерябо [44], В. А. Петровского [107], Т. Ф. Сергеевой [129], Е. В. Фалуни-

ной [145], в описании явлений и различных процессов современного образования нельзя обойтись без полисубъектного подхода [129, с. 27], так как благодаря ему появляется возможность осмыслить и объяснить недавно возникшие реалии, обосновать необходимость использования новых образовательных технологий, определить пути поиска решения образовательных проблем [22, с. 37].

Полисубъектный подход «направлен на взаимодействие субъектов, самореализацию, стремление к освоению нового, осуществление рефлексии и прогнозности» [21, с. 144]. В центре внимания исследователей находятся условия, принципы, закономерности и психологические механизмы взаимодействия [22]. Полисубъектное взаимодействие представляет собой «движение навстречу» друг другу, благодаря которому происходит взаимообогащение участников ценностями и индивидуальными смыслами.

Данный подход позволяет рассматривать образовательный процесс как полисубъектную общность, то есть иерархическую систему, состоящую из различных взаимно влияющих друг на друга субъектов. Ключевая роль полисубъектного подхода проявляется в организации полисубъектов («субъект – субъект», «педагог – обучающийся», «наставник – обучающийся», «работодатель – обучающийся» и др.), что достигается за счет использования различных технологий, методов и форм работы.

Приоритетная задача полисубъектного подхода – научно обосновать концепции и технологии, обеспечивающие становление обучающегося как полноценного субъекта саморазвития. Сущность полисубъекта «проявляется в способности к творческой активности, к осознанию системы отношений между субъектами, к образованию общего семантического пространства, а также в способности к преобразованию окружающего мира и себя, способности выступать как целостный субъект, развивая субъект-субъектные отношения с другими общностями» [22, с. 36]. При этом в рамках данного подхода разводятся понятия «личность» и «субъект»: «личность является формой существования субъектности, „лицом“ субъекта, реализацией конкретных способов его презентации себе и другим» [22, с. 39].

Включение в систему подготовки различных форм взаимодействия обучающихся друг с другом, с педагогами, экспертами, работодателями, заказчиками сферы креативных индустрий, создает «взаимообусловленность, особую степень близости отношений между субъектами» [30, с. 149]. В процессе такого взаимодействия происходит профессиональное развитие, которое представляет собой процесс обогащения потребностей и мотивов, усвоения ценностей и норм деятельности, формирования профессиональных компетенций [129, с. 28].

Отсюда профессиональное становление будущего специалиста креативных индустрий можно рассматривать как специально организованное диалогическое и полилогическое пространство, в котором за счет социального партнерства взаимодействуют субъекты образования и субъекты креативной экономики [24, с. 27]. В условиях креативной экономики ее работник выступает как творчески активный субъект, преобразующий себя и окружающую реальность [129, с. 28], что способствует освоению им культуры сообществ креативных индустрий, тем самым обеспечивает его профессиональное становление [102].

В соответствии с другим – деятельностным – подходом основным условием и средством формирования личности является деятельность. Научное обоснование данного подхода представлено в работах В. В. Давыдова [39], А. Н. Леонтьева [81], С. Л. Рубинштейна [124], Д. Б. Эльконина [166] и др. Так, в работах В. В. Давыдова отмечается: «Категория деятельности выделяет специфику жизни людей, которая состоит в том, что они целенаправленно преобразуют природную и социальную действительность» [39, с. 143]. По его мнению, деятельность человека имеет социальную основу как специфически человеческую форму отношения к миру и заключается в его преобразовании в соответствии с замыслом, произвольно и сознательно поставленной целью [39]. Источником индивидуальной деятельности является коллективная деятельность.

Исследовательский интерес к данному подходу объясняется потребностью современного образовательного процесса в формах организации и управления деятельностью обучающегося, обеспечивающих его становление и развитие. С точки зрения деятельностного подхода, в процессе обучения происходит переход от

совместных с педагогом (или выполненных под руководством педагога) действий к самостоятельным, от выполнения действий по предложенному образцу (алгоритму) к творческому продуцированию собственных способов и решений и т. д. Таким образом, усложнение деятельности переводит обучающегося в субъектную позицию.

Доказано, что развитие сознания и процесс формирования определенного вида деятельности будет успешным, если субъект осуществляет деятельность, адекватную формируемой [105]. Очевидно, процесс формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий требует использования определенных условий, технологий и средств, с помощью которых возможна организация «интенсивной, постоянно усложняющейся деятельности, содержащей новые для развивающейся личности элементы, обеспечивающие решение определенных профессионально важных задач» [105].

Для овладения профессиональной деятельностью ориентировочной основой и средством ее осуществления выступают знания [28, с. 52]. Кроме того, в данном процессе важны целенаправленность, сознательность деятельности [124] и рефлексия будущего специалиста своей деятельности [80], то есть направленность на целостность, системность и взаимосвязь всех компонентов готовности. Учитывая, что деятельность выступает условием формирования смыслов [80, с. 251-261], можно утверждать: именно в процессе осуществления деятельности будущего специалиста креативных индустрий происходит освоение ценностей и правовых норм сферы креативных индустрий.

Контекстный подход представлен в работах научной школы А. А. Вербицкого (Т. Д. Дубовицкая [46], В. Г. Калашников [61], О. Г. Ларионова [79] и др.). Нередко данный подход применяется для моделирования содержания образовательного процесса, поскольку он позволяет выявлять многовариантные взаимосвязи субъекта и его окружения [27].

Свое наименование подход получил благодаря ключевому понятию «контекст», позволяющему описать «психический процесс семантизации всех содержаний психики за счет соотнесения некоторого объекта с соответствующим

окружением» [26, с. 22]. По мнению А. А. Вербицкого, феномен контекста обладает различными смыслами, прежде всего личностным, отсюда в процессе обучения необходимо учитывать культурные влияния на образовательную среду и личность. Контекстом может выступать будущая профессиональная деятельность с ее ценностными ориентациями, установками, выработанными социальными отношениями [26].

А. А. Вербицким и Т. Д. Дубовицкой предложены возможные формы контекстов образования [27], в том числе контекст профессиональных действий и ролей, который, по их мнению, может реализовываться в моделирующем изложении материала, создающем для обучающегося проблемную ситуацию, тем самым развивающем способности и навыки ее решения [26; 27].

С учетом социокультурных особенностей сферы креативных индустрий можно утверждать, что в условиях подготовки специалиста для данного сектора экономики необходим профессиональный контекст, связанный с проявлением ценностных и культурных смыслов будущей профессиональной деятельности. Создание профессионального контекста в образовательном процессе предполагает системное и последовательное моделирование предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий [27]. Постепенный переход к профессиональной деятельности расширяет представления обучающегося о профессиональном будущем, увеличивает количество учитываемых внешних контекстов [79, с. 92]. Для этого необходимо «наложить усвоение обучающегося теоретических знаний на «канву» профессиональной деятельности» [28, с. 56].

В соответствии с социокультурным подходом и представленной в п. 1.1 характеристикой креативных индустрий контекст профессиональной деятельности специалиста данной сферы следует рассматривать как социокультурное взаимодействие, которое интегрирует:

- систему представлений о профессиональной деятельности, ее ценностях, культуре и нормах;

- компетенции, связанные с реализацией профессиональных видов деятельности;
- комбинации профессионально значимых личностных качеств.

В организации контекста профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий основными методическими конструкторами выступают деятельностные модули, которые на определенном содержании обучения (понятийном, предметном, социальном) обеспечивают диалогическое общение и межличностное взаимодействие субъектов образовательного процесса, а также взаимодействие с субъектами – представителями сферы креативных индустрий и направлены на формирование опыта профессиональной деятельности.

Опираясь на теорию контекстного обучения, назовем базовые формы деятельности для подготовки специалистов креативных индустрий:

- учебная деятельность, направленная на усвоение обучающимися учебной информации;
- квазипрофессиональная деятельность, моделирующая содержание и динамику производства интеллектуально-творческого продукта, его продвижения и монетизации, характерных для современной креативной экономики, а также социокультурное взаимодействие занятых в ней людей;
- учебно-профессиональная деятельность, связанная с реализацией отдельных видов профессиональной деятельности будущего специалиста.

Отсюда можно выделить следующие модели в подготовке специалиста креативных индустрий:

- семиотическая (предполагающая использование различных источников и способов освоения деятельности и профессиональной культуры);
- имитационная (предусматривающая включение обучающегося в моделируемую ситуацию будущей профессиональной деятельности и требующая анализа ее условий и поиска или продуцирования способа решения);
- социальная (представляющая собой проблемную задачу или фрагмент профессиональной деятельности, которые преобразуются в формах совместной деятельности обучающихся).

В практике профессионального обучения данные модели сосуществуют и могут реализовываться одновременно.

Разработчики контекстного обучения утверждают, что профессиональный контекст может задаваться различными технологиями и методами обучения. Особое внимание уделяют технологиям проблемного обучения, позволяющим трансформировать «статичное содержание обучения в динамично развертываемое» [28, с. 56], то есть устанавливать преемственные межпредметные и внутрипредметные связи и создавать профессионально ориентированные проблемные ситуации. Поиск решения учебных проблем и задач ставит обучающегося на позицию субъекта, тем самым побуждает к освоению различных стратегий профессионального поведения специалиста креативных индустрий и новых инновационных способов деятельности. Включение будущих специалистов в активную деятельность, требующую оригинальных решений, нестандартных действий, стимулирует развитие профессионального нешаблонного мышления, необходимого для осуществления креативной и инновационной будущей деятельности.

Экспериментальные исследования показали, что применение контекстного подхода дает возможность преобразовывать познавательные мотивы в профессиональные [28, с. 70], что является определяющим в развитии личности будущего специалиста. Стимулом для взаимовлияния и трансформации мотивов выступает появление побочных продуктов собственно учебной, квазипрофессиональной и учебно-профессиональной деятельности [28, с. 69]. Следовательно, эффективность результата процесса подготовки специалиста креативных индустрий обеспечивается условиями, при которых обучающийся сам определяет средства, способы деятельности, что возможно при переносе «предмета познания как основной цели и мотива учебной деятельности студента на предмет профессиональной деятельности» [28, с. 69].

Таким образом, использование идей контекстного обучения в процессе формирования готовности, связанных с созданием контекста будущей профессиональной деятельности, расширяет границы образовательного пространства, до-

полняет его социокультурным содержанием, специфичным для сферы креативных индустрий.

Обобщая сказанное, сформулируем закономерности процесса формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий (рисунок 3).



Рисунок 3 – Группы закономерностей процесса формирования готовности специалиста креативной экономики

Представленное изображение носит условный характер, оно позволяет показать, что закономерности касаются различных уровней образовательного процесса. Так, из рисунка 3 следует, что центральное место занимает группа закономерностей, обусловленных субъектной позицией обучающегося. Следующая группа направлена на создание условий, обеспечивающих целостность, системность и взаимосвязь всех компонентов готовности. К ним следует отнести требования к содержанию, формам и условиям реализации процесса, которые связаны с отражением социокультурных особенности профессиональной деятельности. Тре-

тая группа закономерностей связана с установлением отношений и связей с экономической средой, расширением границ образовательного пространства.

Подведем итог. Подготовка кадров сферы креативных индустрий в профессиональных образовательных организациях СПО требует включения целенаправленного и поэтапного процесса формирования готовности выпускников к профессиональной деятельности. Данная готовность представляет собой динамично развивающееся в процессе профессиональной подготовки интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности и состоит из компонентов: ценностно-мотивационного, когнитивно-деятельностного и рефлексивного. В соответствии с социокультурным, полисубъектным, деятельностным и контекстным подходами выделяются закономерности процесса формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности, которые обусловлены субъектной позицией обучающегося, взаимосвязью между компонентами готовности и внешними условиями, оказывающими влияние на степень эффективности процесса формирования исследуемой готовности.

1.2 Иммерсивная культурно-образовательная практика как технология применения ситуативно-иммерсивного предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности

В результате изучения научных источников были определены сущность и структурные компоненты готовности будущего специалиста к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, установлены закономерности процесса ее формирования. Полученные данные дали возможность перейти к характеристике условий организации данного процесса и технологии их реализации.

Как показал анализ современной научной литературы, для погружения обучающихся в социокультурное пространство сферы креативных индустрий необходимы условия, которые могут быть созданы посредством иммерсивной куль-

турно-образовательной практики [20; 175]. Сегодня ее педагогическая сущность и специфика исследуются в русле утверждения новых трендов в образовании и поиске соответствующих инноваций, направленных на организацию социокультурных действий [101].

Рассмотрим особенности иммерсивной культурно-образовательной практики. Прежде всего, определим содержание смежных понятий: «культурные практики», «культурно-образовательные практики».

Указывая на значимость понятия «культурные практики» для современной системы образования, ученые обращают внимание на связь понятий «культура» и «образование». Поскольку культура входит в содержание образования, то процесс обучения и воспитания можно исследовать с помощью культурных практик, представляющих собой способы реализации культуры в ее непосредственной действительности [20, с. 190], а также «пробы (апробацию) новых способов и форм деятельности и поведения в целях удовлетворения разнообразных потребностей и интересов» [20, с. 190].

Сегодня интерес к культурным практикам обусловлен поисками нового формата образования, опережающего вызовы времени [54] и способного «превратить человека в субъект социума и культуры» [55, с. 90], что, по мнению исследователей, требует такой организации образовательного процесса, которая позволяла бы превратить его в гибкую и культуроемкую систему [157]. В связи с этим культурные практики рассматриваются как инструмент создания новых образовательных пространств – культурологических (локальных) образовательных и культуросообразных метаобразовательных. В них обучающиеся занимают позицию активного, социально ответственного деятеля [40, с. 359], а информация, циркулирующая в процессе обучения между педагогом и обучающимся, носит характер «живого знания» [94, с. 18].

Культурные практики позволяют не только формировать представление о ценностях, образцах поведения и способах деятельности, но и приобретать социокультурный опыт [72, с. 12], что дает возможность будущим специалистам самостоятельно задавать векторы для формирования новой реальности и управ-

лять ею [20]. Культурные практики развивают самостоятельность и самореализацию обучающегося как «сотворение собственного внутреннего мира культуры» [95, с. 188], поскольку создают условия для проявления личной инициативы и осмысления своего опыта, разработки авторских артефактов и творческих работ [95, с. 188]. В процессе работы над новым культурным продуктом (проектом) у обучающегося актуализируются знания и умения, обусловленные выполнением различных видов деятельности, при этом возникает потребность в освоении ценностей, культурных норм и образцов поведения [95, с. 188]. Поскольку культурные практики направлены на деятельностное освоение культурных ценностей и норм, их считают концептом культууроориентированного образования [20; 55; 71].

Возможности культурной практики в аспекте задач профессионального обучения определяются в контексте поля культуры, обусловленной спецификой будущей профессиональной деятельности, что предполагает разработку «культурной матрицы», где необходимо предусмотреть многообразие видов деятельности, в процессе которых осваиваются культурные нормы и образцы поведения, формируется культурный и социальный опыт [20].

Дискуссионным является вопрос о видах профессионально-культурных практик специалиста креативной экономики. Принимая во внимание особенности данного сектора экономики, можно предположить, что существуют общие культурные практики, свойственные деятельности любого специалиста сферы креативных индустрий, и специальные, которые отражают виды деятельности, характерные для конкретных профессий. Так, к общим культурным практикам следует отнести коммуникативные, проектные, правовые и др.

Применение понятия «культурные практики» к характеристике концептуальной основы образовательного процесса способствовало появлению другого смежного понятия – «культурно-образовательная практика», где ценностями культуры выступают «реальные объекты, подвергшиеся дидактической переработке, реальные продукты деятельности человека, созданные предшествующими поколениями людей, с которыми происходит деятельное соприкосновение обу-

чающихся» [55, с. 1066]. В ходе такой практики происходит освоение «разнообразия способов существования культуры и способов существования в культуре» [20, с. 198].

Выделим характеристики культурно-образовательных практик, которые соотносятся с закономерностями процесса формирования готовности к профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий.

1. Субъектность, которая в культурно-образовательных практиках связана с внутренними изменениями, вызванными внешними факторами. Такие изменения обусловлены способностью личности к генерации новых культурных форм и смыслов [20, с. 198]. Это обеспечивает направленность обучающегося на профессиональное становление, осознание ценностей и культуры профессиональной деятельности, освоение правовых норм и способов профессионального поведения [11]. В условиях культурно-образовательной практики данный процесс реализуется не традиционно – по готовому и предъявленному в образовательной системе сценарию, а в ответ на конкретные, приближенные к профессиональным ситуации, «путем самостоятельного исследования, выдвижения собственных версий, гипотез, предположений и их обоснование (своих текстов культуры)» [20, с. 198].

Результаты культурно-образовательных практик можно проследить как в продукте, разработанном обучающимся, так и в изменениях, связанных с динамикой развития компонентов готовности к профессиональной деятельности.

2. Культуросообразность, благодаря которой культурно-образовательная практика вписывается в реальные и естественные процессы, в том числе обусловленные профессиональным контекстом. Разворачиваясь в социокультурном пространстве, приближенном к сфере креативных индустрий, она может быть нацелена на инициирование тех процессов, которые происходят в данной сфере, их преобразование, творческое осмысление. В процессе практики профессиональные знания, умения и навыки осваиваются не абстрактно, а в реальных (или приближенных к реальным) условиях, что дает возможность будущему специалисту осваивать актуальные стратегии и модели профессиональной деятельности.

3. Итеративность, возникающая благодаря тому, что культурно-образовательная практика в системе профессиональной подготовки основана на творческом взаимодействии обучающихся, педагогов, представителей сферы креативных индустрий и не имеет четких завершающих границ. Благодаря непредсказуемости с точки зрения реализации она обеспечивает «согласованность, упорядоченность и устойчивость связей между различными элементами образовательного процесса» [20, с. 199], то есть способствует целостности, последовательности реализации процесса формирования готовности, одновременному и взаимосвязанному развитию всех ее компонентов.

Содержание культурно-образовательной практики отбирается с учетом интересов и образовательных потребностей обучающихся, а также тех закономерностей профессиональной деятельности, которые обусловлены спецификой сферы креативных индустрий и которые невозможно освоить путем алгоритмизации в процессе собственно-учебной деятельности [176]. Отсюда важно, что культурно-образовательная практика как формализованная единица учебного плана реализуется в неформальных условиях [20, с. 199]. При использовании ее в процессе профессиональной подготовки необходимо поэтапно выстраивать деятельность обучающихся и на каждом новом этапе учитывать опыт, приобретенный на предыдущем. Движущим элементом здесь выступает «живая ситуация» (проблемная ситуация), которая переживается обучающимся как неопределенная, непредсказуемая, не имеющая единственно верного готового решения [20, с. 199]. Такая ситуация может возникнуть спонтанно или в результате моделирования профессиональных ситуаций, содержащих какое-либо противоречие, разрешение которого требует от будущего специалиста поиска и применения новых средств, способов профессиональной деятельности. Значит, можно говорить о нелинейной системе организации культурно-образовательной практики, которая имеет «матричную структуру, наполняемую в зависимости от опыта и потребностей участников практики и с учетом возникающих обстоятельств» [20, с. 199].

4. Деятельностное участие, поскольку культурно-образовательные практики предполагают активное, деятельное, свободное и осознанное участие обучающихся. Как установлено, это является ключевым условием для того, чтобы практика могла считаться культурно-образовательной [55]. В условиях профессиональной подготовки она направлена на удовлетворение образовательных потребностей обучающихся и связана с реальными профессионально ориентированными их действиями. При этом деятельность отдельного обучающегося рассматривается как часть совместной деятельности различных субъектов – других обучающихся, преподавателей профессиональной образовательной организации, представителей профессиональных сообществ сфер креативных индустрий, индивидуальных предпринимателей и др.

В ходе реализации практики возникает эффект «культуры участия», который сегодня рассматривается как «явление современной общественной ситуации, когда в различные процессы вовлекаются аудитории, которые напрямую никогда не были участниками каких-либо социально значимых проектов и их реализации» [143, с. 38]. Кроме того, обучающийся, включенный в социокультурное взаимодействие, получает обратную связь. Отсюда одна из целей участия будущего специалиста креативных индустрий в культурно-образовательной практике – это установление неформальных контактов с профессиональными сообществами, что помогает ему интегрироваться в профессиональную сферу, освоить актуальные формы коммуникации.

5. Творческая направленность, которая объясняется тем, что культурно-образовательная практика развивает способность будущего специалиста творчески мыслить. Сегодня творческое профессиональное мышление рассматривается как один из приоритетных факторов, обеспечивающих эффективность профессионального становления выпускников [29; 33]. В ходе культурно-образовательной практики будущие специалисты креативных индустрий осваивают профессиональные нормы деятельности, ценности и ценностные ориентации специалиста креативных индустрий. Кроме того, они выступают инициаторами поиска реше-

ния профессиональных задач, что стимулирует развитие у них способностей к инновационной профессиональной деятельности.

Таким образом, культурно-образовательная практика может использоваться для интеграции обучающегося в социокультурную среду креативных индустрий. Она позволяет создавать условия для активного, свободного, осознанного и рефлексивного участия будущего специалиста в решении профессиональных задач, адекватных формируемой профессиональной деятельности. Использование возможностей культурно-образовательной практики в подготовке специалиста креативных индустрий обеспечивает целенаправленность, целостность и последовательность процесса формирования готовности к профессиональной деятельности, позволяет одновременно и взаимосвязано развивать компоненты готовности.

В соответствии с выделенными особенностями культурно-образовательных практик потребовалось обратиться к способам и инструментам, позволяющим погрузить будущего специалиста в социокультурное пространство сферы креативных индустрий.

Как показал анализ научной литературы, сегодня данные способы исследуются в связи со спецификой иммерсивности (от англ. *immersion* – глубокое погружение), под которой понимают вовлечение обучающегося в определенную среду, где он получает предметный, социальный и коммуникативный опыт [2, с. 36]. История данного понятия в педагогике развивалась в русле поиска новых смыслов и подходов, вызванных свойствами образовательной среды [158]. Сегодня иммерсивность рассматривается как возможность среды вовлечь субъекта в систему отношений, определяемых ее содержанием [158, с. 491]. Благодаря иммерсивности у обучающегося возникает чувство присутствия: «...его „Я“ воспринимает себя включенным в процесс и взаимодействующим со средой, обеспечивающей ему непрерывный поток стимулов и опыта» [158, с. 491]. Различают физическое и социальное присутствие. Физическое связано с чувством обучающегося «физически находиться в каком-нибудь месте», социальное «отражает чувство «быть вместе (и связываться) с кем-то» [106, с. 112].

Для создания эффекта присутствия важно, чтобы участник действия был функционально активен, то есть выполнял определенные свои функции в моделируемой среде. Тогда он выступает как интрадигетический адресат, который является неотделимой частью воображаемого мира: «Проникая в суть изучаемого мира, участник лучше понимает свое место и свои возможности в этой среде, являясь одновременно и реципиентом, и частью сюжетной линии, и иногда даже автором» [86, с. 60]. Иммерсивностью определяется степень погружения обучающегося в среду: чем она выше, тем теснее связи погруженного в нее субъекта с содержанием среды и сильнее эффект от погружения [127, с. 112].

Создание иммерсивного действия связано с реализацией ряда принципов, среди которых выделяют:

- инклюзивность (нацеленность на вовлечение максимально возможного числа представителей субкультур из разных профессиональных групп);
- включение профессионально ориентированных ситуаций в общий контекст действий;
- использование локальной культурной среды;
- направленность на личностный потенциал участников и др. [86; 156].

Рассмотрим каждый из названных принципов применительно к иммерсивной культурно-образовательной практике. В соответствии с первым принципом – инклюзивностью – для создания у обучающегося эффекта присутствия в социокультурном пространстве сферы креативных индустрий необходимо его взаимодействие с работодателями, экспертами сферы креативных индустрий, представителями сообществ предпринимателей, которые в условиях культурно-образовательной практики могут выступать в роли наставников. Реальная история успеха является для обучающегося источником витагенного опыта. Знакомство с чужим профессиональным опытом обеспечивает мотивацию к социокультурному взаимодействию и стремление к высокому уровню профессиональных достижений. Наставник как «непосредственный носитель культуры, кода ее языков, держатель опыта жизни» [15, с. 21] выступает посредником между обучающимся и социокультурным пространством сферы креативных индустрий. Он

«владеет языками культуры и языком воспитанника (ребенка, студента, коллеги и др.), способен «представить» их друг другу и сделать для человека развивающегося личностно значимым само это взаимодействие [15, с. 21]. При этом возможными формами наставничества могут быть супервизия (построенная на контроле над деятельностью обучающегося), формальное наставничество (формирование перед будущим специалистом набора целей и способов организации работы), ситуационное наставничество (оказание помощи будущему специалисту в случае возникновения необходимости), демонстрация (личный показ наставником способов выполнения тех или иных работ), ролевая игра (наставник выступает виртуальным клиентом, разыгрывая с обучающимся различные ситуации, возможные в процессе реальной работы), творческий тандем (вовлечение будущего специалиста в производственный процесс на равных с наставником при его поддержке в случае необходимости).

С учетом следующего принципа – интеграции профессионально ориентированных ситуаций в общий сценарий действий – можно утверждать, что для организации и реализации иммерсивной культурно-образовательной практики необходим особый сценарий, направляющий познавательную деятельность обучающегося. В нем должны быть предусмотрены разные «точки познавательной активности», обусловленные следующими профессионально ориентированными ситуациями: а) ситуациями, для поиска решений которых от обучающегося требуются типичные действия, то есть характерные для профессионального взаимодействия сферы креативных индустрий; б) ситуациями, основанными на изменяющихся и (или) непредсказуемых условиях, направленных на продуцирование новых способов профессиональной деятельности.

Интегрирование данных ситуаций в единое пространство иммерсивной культурно-образовательной практики позволяет приблизить создаваемый профессиональный контекст к реальному. Обеспечить интеграцию возможно за счет проблемного, проектного обучения, кейс-метода и др. Их основу составляет специально организованная деятельность, нацеленная на решение определенной проблемы [88]. Включая субъект (обучающего) в социокультурное пространство кре-

ативных индустрий, названные методы способствуют «проживанию» знаний и организации творческой деятельности. Основная их задача «состоит в расширении собственного опыта обучающегося, способствующего его личностному и общекультурному росту» [96, с. 285].

Третий принцип, определяющий создание иммерсивного действия, – опора на локальный культурный контекст – предполагает использование «ментальной составляющей» города, включающей в себя нормы и ценностные ориентиры субъектов креативной среды, и характеризуемого особенностями психологической и социальной структуры креативного сообщества» [137, с. 51]. Так, по мнению Д. Н. Суховской, чтобы быть частью этого пространства, «индивиду необходимо освоить соответствующие социальные практики, принять на личностном уровне смысловые и ценностные ориентиры, нормы и паттерны коммуникации, сложившиеся в этой среде» [137, с. 51].

Очевидно, в иммерсивной культурно-образовательной практике необходимо предусмотреть формы образовательно-творческих активностей креативных городских пространств. Сегодня они имеют различные наименования: «пространство», «креативное пространство», «творческое пространство», «арт-пространство», «арт-центр», «творческий кластер», «арт-кластер», «точка кипения» и др. Это площадки, на которых происходят разнообразные события, в том числе в форме тренингов, семинаров, встреч с интересными специалистами, реализуются различные проекты (социокультурные, образовательные и др.) [37, с. 101]. В границах креативных публичных пространств происходит коммуникация между представителями различных профессиональных сообществ. Включение обучающегося в данную коммуникацию способствует его погружению в креативную среду и формирует у него новый социокультурный опыт.

Четвертый принцип создания иммерсивного действия – ориентация на раскрытие личностного потенциала, обучающегося как участника культурно-образовательной практики. Суть данного принципа заключается в реализации роли будущего специалиста: он одновременно выступает как реципиент и как соавтор разворачивающегося сценария социокультурного взаимодействия. Реа-

лизация различных ролей возможна за счет активных и интерактивных технологий обучения, в том числе геймификации [74, с. 63], которая предполагает использование игровых элементов и механик в неигровых контекстах.

Применение геймификации в иммерсивной культурно-образовательной практике требует соблюдения ряда условий: учета опыта решения каждой предыдущей задачи при постановке следующей; предоставление обучающемуся свободы в выборе темпа обучения, сложности задач, их количества; организации командной работы; создания условий для проявления лидерских качеств; использования игровых деталей (баллов, бейджей, виртуальных наград, рангов/статусов, лидербордов и др.) [155].

По мнению В. А. Чупиной, для иммерсивной среды важны самоорганизация, селективность, присутствие, когнитивная и личностная активность и субъектная опосредованность [160, с. 92]. Данные особенности «соотносимы с параметром рефлексивности, строятся на ее основе, поскольку субъектами образовательного процесса в иммерсивной среде фиксируются параметры и ценности развития и саморазвития, его причины и цели» [160, с. 92]. Отсюда большое значение приобретает рефлексия, которая «является источником новаций и развития» [87, с. 50]. Благодаря рефлексии человек обращается к культуре, способен на преобразующую деятельность, на саморазвитие [50]. Опора на рефлекслируемый опыт в условиях иммерсивной среды эффективна, поскольку способна «создать эффективные межсубъектные отношения между участниками образовательного процесса» [160, с. 92].

Таким образом, под иммерсивностью культурно-образовательной практики следует понимать совокупность используемых для ее организации и проведения форм и методов, которые активизируют познавательную деятельность будущего специалиста и обеспечивают участие обучающихся в профессионально значимых коммуникативных и межличностных взаимодействиях, характерных для сферы креативных индустрий.

Представим особенности иммерсивной культурно-образовательной практики в таблице 1.

Таблица 1 – Компоненты иммерсивной культурно-образовательной практики и их характеристики

Компонент	Характеристика
Цели	1. Вовлечение будущего специалиста в социокультурное пространство креативных индустрий и создание условий для освоения профессиональных норм деятельности, ценностей и ценностных ориентаций специалиста креативных индустрий, а также для получения опыта использования различных стратегий профессиональной деятельности. 2. Развитие неформальных связей с профессиональными сообществами и представителями креативных индустрий, освоение актуальных форм профессиональной коммуникации, развитие нового понимания профессионального взаимодействия. 3. Развитие творчески активной личности, способной к инновационной профессиональной деятельности в постоянно меняющихся условиях сферы креативных индустрий
Содержание обучения	Социокультурное взаимодействие, характерное для сферы креативных индустрий, закономерности профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий
Деятельность обучающегося	Активное, свободное и осознанное участие во взаимодействии (выполнение роли соавтора, сопроектировщика, технологического хранителя традиций и создателя новых ценностей), направленном на решение профессиональных задач (с другими обучающимися, преподавателями, представителями профессиональных сообществ сферы креативных индустрий, индивидуальными предпринимателями)
Деятельность преподавателя	Наблюдение и активное участие во взаимодействии с обучающимися, другими педагогами, представителями сферы креативных индустрий. Использование своего опыта для изменения наблюдаемых параметров социокультурного взаимодействия
Формы обучения	Стимулирующие познавательную деятельность обучающего и включающие его в социокультурное взаимодействие, вызывающие эффект «культуры участия» и способствующие получению обратной связи: наставничество, кейс-стади, образовательно-творческие активности городских креативных пространств, геймификация, формы проблемного и проектного обучения и др.
Особенности условий реализации	Предусмотрено создание неформальных условий, использование спонтанных или специально созданных проблемных ситуаций, приближенных к профессиональным и требующих от будущего специалиста активных ответных действий (поиска и применения новых средств, способов профессиональной деятельности)
Оценивание и контроль	Оценивание разработанного продукта (как результата участия во взаимодействии и результата решения профессиональных задач) через развернутую обратную связь от экспертов; фиксация траектории индивидуальных достижений обучающегося (как результатов опыта обучения), использование различных форм рефлексии

Как видно из материалов таблицы, иммерсивная культурно-образовательная практика представляет собой целостную дидактическую систему, то есть технологию ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Ее концептуальной основой выступает субъектная позиция обучающегося, направленная на продуцирование инноваций, освоение профессиональных ценностей и норм, установление и развитие неформальных связей с профессиональными сообществами и представителями креативных индустрий. В содержательной части технологии предусмотрено использование спонтанных или специально созданных проблемных ситуаций, приближенных к профессиональным и требующих от будущего специалиста активных ответных действий. Процессуальная часть технологии отражена в формах и методах, стимулирующих познавательную деятельность обучающегося и включающих его в социокультурное взаимодействие, вызывающие эффект «культуры участия» и способствующие получению обратной связи. Оценивание и контроль проводится через фиксацию траектории индивидуальных достижений обучающегося. Предусмотрено использование различных форм рефлексии.

Подведем итог. Процесс формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий требует корректного отражения специфики деятельности в этой сфере. Образовательными возможностями для эффективной организации данного процесса обладает иммерсивная культурно-образовательная практика, которая представляет собой технологию ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Она позволяет погрузить обучающегося в социокультурное пространство профессиональной сферы, сделать субъектом профессиональной деятельности. Для организации и проведения иммерсивной культурно-образовательной практики используются формы и методы, стимулирующие познавательную деятельность обучающегося и включающие его в профессиональное взаимодействие.

1.3 Модель формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики

По итогам поисково-теоретического этапа исследования были определены теоретико-методологические основы формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, выделены особенности иммерсивной культурно-образовательной практики, что позволило осуществить переход к следующему – опытно-исследовательскому – этапу.

Для разработки модели формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики потребовалось: определить содержание и этапы моделирования; выбрать тип модели, соответствующий цели и гипотезе исследования; сконструировать и графически оформить модель, составить ее описание.

В психолого-педагогических исследованиях понятие «модель» используется в значении «и как система, и как искусственно созданный образец, и как аналог природного или социального явления» [99, с. 61]. Принципиальным отличием данного метода от других является «опосредованное изучение объекта, проводимое с помощью исследования другого объекта, аналогичного первому» [180, с. 34]. При этом «аналогия рассматривается как существенная связь между этими объектами, основанная на сходстве ключевых признаков отношений между ними» [180, с. 34]. Выступая аналогом исследуемого объекта, модель «отображает и воспроизводит в более простом и обобщенном виде структуру, свойства, взаимосвязи и отношения между элементами этого объекта» [180, с. 61]. В результате «более простой по структуре и доступный изучению объект становится моделью более сложного объекта» [14, с. 95]. Процесс моделирования позволяет осуществлять перенос информации, добытой при использовании модели, по аналогии на прототип [14, с. 95].

Значит, модель – это система, которая, «отображая или воспроизводя объект исследования, способна в определенном отношении замещать его так, что ее изучение дает нам информацию об этом объекте» [58, с. 37]. Важно, что изображение можно назвать моделью только в том случае, если она, «с одной стороны, фиксирует именно всеобщее отношение некоторой системы, с другой – обеспечивает его дальнейшее изучение» [58, с. 37]. Практическая ценность модели связана с ее «адекватностью изучаемым сторонам объекта, а также тем, насколько правильно применены основные принципы моделирования – наглядность и определенность» [99, с. 61].

В нашей работе обращение к моделированию как методу научно-педагогического исследования вызвано рядом причин.

Во-первых, данный метод помогает составить описание объекта исследования, а абстрагирование позволяет обобщить теоретические данные о предмете исследования (об иммерсивной культурно-образовательной практике), сделать его наглядным, установить важные малоизученные аспекты [99, с. 41].

Во-вторых, по мнению Ю. К. Бабанского, моделирование «не стоит изолированно от других методов научного познания. Очевидна его связь с экспериментами. Сама гипотеза, выдвигаемая в начале экспериментальной работы, воплощает некоторое модельное представление о ходе предполагаемой работы или ее результатах» [10, с. 144]. Следовательно, благодаря моделированию можно реализовать теоретическую и практическую направленность исследования, то есть на основе разработанной научно-теоретической абстракции составить содержание и ход экспериментальной части работы.

В-третьих, известно, что построение моделей дает возможность установить пути улучшения изучаемых явлений и процессов, способы совершенствования их характеристик или управления ими [58, с. 42]. Моделирование всегда завершается этапом «восхождения к оригиналу». После формирования и корректировки модели обращение к реальному процессу является важнейшим аспектом исследования, поскольку способствует познанию реальной действительности, ее закономерностей и взаимозависимостей, прогнозированию поведения изучаемого объекта в

контексте последствий решений [58, с. 40]. Как видно, моделирование дает возможность рассмотреть процесс формирования готовности как систему, определить место иммерсивной культурно-образовательной практики как элемента данной системы.

В научных источниках по-разному представлены этапы моделирования педагогических явлений и процессов, что объясняется влиянием их специфики на сам процесс разработки модели. В соответствии с исследованиями А. Н. Дахина [41] были выделены этапы разработки модели (рисунок 4).

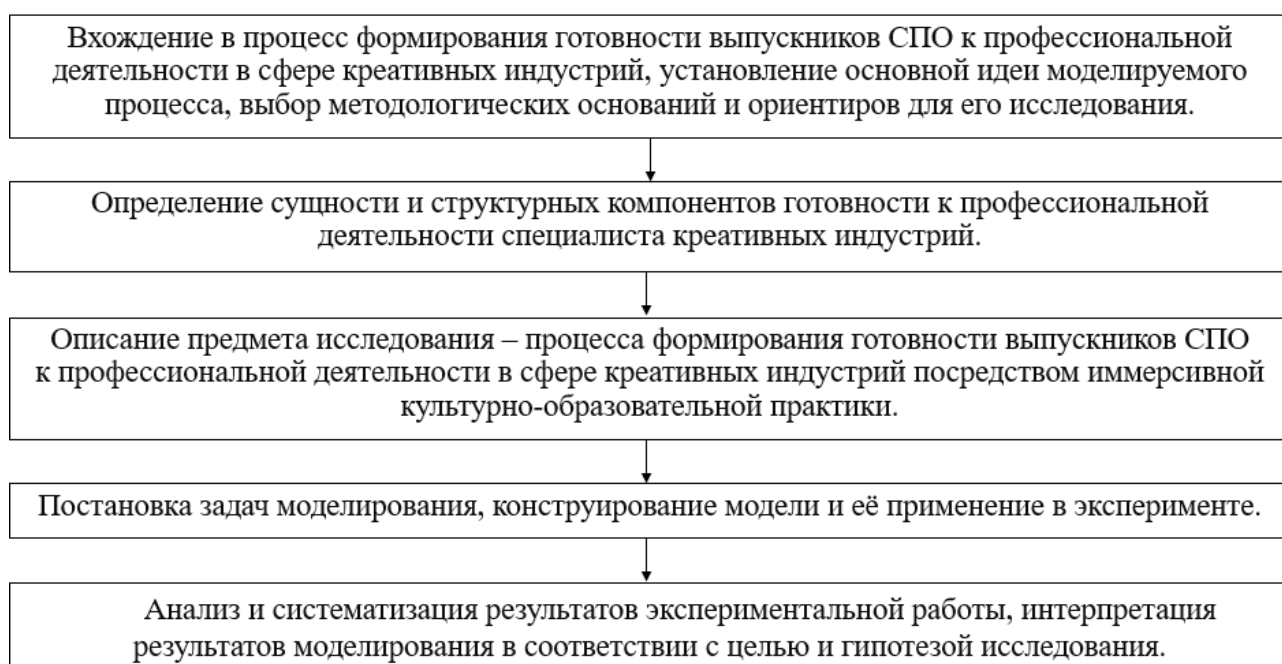


Рисунок 4 – Этапы разработки модели процесса формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

В аспекте цели и задач данного исследования был выбран структурно-функциональный тип модели. Одновременное использование структурного (отображающего структуру педагогического объекта или явления) и функционального (воссоздающего процессуальные особенности педагогических процессов или явлений) компонентов отвечает целеустановке настоящей работы, связанной с изучением процесса формирования готовности к профессиональной деятельности

специалиста креативных индустрий. Данный тип модели, во-первых, позволяет представить исследуемый процесс как систему, предусматривающую элементы; во-вторых, дает возможность установить связи между ними, тем самым описать динамику развития компонентов готовности; в-третьих, определить место и условия использования иммерсивной культурно-образовательной практики [174].

В обобщенном виде структурно-функциональная модель представлена на рисунке 5. Ее компонентами являются целевой, методологический, содержательный-технологический, результативно-оценочный.

Будучи системообразующим, *целевой компонент* выполняет прогностическую функцию, способствующую формированию готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Данная готовность обеспечит соответствие выпускника требованиям профессиональной деятельности, позволит ему адаптироваться к условиям креативной экономики и достигать поставленных целей в разных, быстро меняющихся социально-экономических ситуациях [16].

Целевой компонент формируется исходя из требований к выпускнику СПО как будущему специалисту, которые определены в ФГОС СПО и профессиональных стандартах, а также социальным заказом на подготовку специалистов для креативной экономики.

Сегодня отмечается противоречие между необходимостью реализации задач опережающей подготовки кадров для креативных индустрий и неполной адаптацией системы профессионального постиндустриального общества и креативной экономики [138, с. 3]. Высокая скорость обновления процессов, технологий в сфере креативных индустрий вызывает трудности при разработке модели образовательного процесса, синхронизированной с запросами данной сферы.

Отсюда возникла смысловая идея моделируемого процесса, определяющая его предназначение в рамках подготовки будущих специалистов: процесс формирования готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий требует корректного отражения специфики деятельности в этой сфере.

1. ЦЕЛЕВОЙ КОМПОНЕНТ		
ФГОС СПО, Требования к квалификации профессиональных стандартов, нормативно-правовая база РФ в области развития креативных индустрий, социальный заказ, обусловленный трендами развития креативных индустрий		
Цель: формирование готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий		
2. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ		
Социокультурный подход	Деятельностный подход	Контекстный подход
Полисубъектный (диалоговый) подход		
Принципы: 1. Культуросообразности. 2. Деятельностного участия. 3. Последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности. 4. Адекватности форм организации образовательной деятельности. 5. Интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий. 6. Рефлексии хода и результатов образовательного процесса.		
3. СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ		
Компоненты готовности:		
Ценностно-мотивационный	Когнитивно-деятельностный	Рефлексивный
Иммерсивная культурно-образовательная практика как технология ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности		
Организационно-педагогические условия:		
1. Использование спонтанных или специально созданных ситуаций	2. Вовлечение обучающегося в профессиональное взаимодействие (формальное, неформальное)	3. Обеспечение активной позиции студентов в имитируемой ролевой деятельности
4. Создание эффекта «культуры участия»	5. Актуализация потребности в профессиональном и личностном самоопределении	
4. РЕЗУЛЬТАТИВНО-ОЦЕНОЧНЫЙ КОМПОНЕНТ		
Компоненты, критерии, показатели и уровни сформированности профессиональной готовности		
Высокий	Средний	Низкий
1. Ценностно-мотивационный компонент		
Сформированность у обучающегося интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности		
Стойкий интерес к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности	Ситуативное проявление интереса обучающегося к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности	Отсутствие интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности
Наличие мотивации к социокультурному взаимодействию		
Устойчивая потребность в социокультурном взаимодействии	Слабая потребность в социокультурном взаимодействии	Несформированность потребности в социокультурном взаимодействии
Стремление добиться успеха		
Высокий уровень мотивации к успеху, стремление преодолевать трудности в выполнении нестандартных профессиональных заданий	Средний уровень мотивации к успеху, стремление достичь определенных позитивных результатов в решении нестандартных профессиональных задач	Низкая или средняя мотивация к успеху, неуверенность в себе
2. Когнитивно-деятельностный компонент		
Понимание задач деятельности, знание способов их решения		
Полное понимание задач деятельности, знание способов их решения	Понимание задач деятельности, отсутствие достаточных знаний о способах решения профессиональных задач	Непонимание задач деятельности, отсутствие знаний о способах решения профессиональных задач
Владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов		
Владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов	Наличие трудностей при создании (воспроизводстве) конкурентоспособных инновационных продуктов	Несформированность умений в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов
Владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации		
Владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации	Наличие трудностей в продвижении конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации	Несформированность умений в продвижении конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации
3. Рефлексивный компонент		
Проявление умений самооценки и самоанализа результатов профессиональной деятельности		
Высокая способность осуществлять анализ и рефлексию результатов деятельности	Частичная способность осуществлять анализ и рефлексию результатов деятельности	Низкая способность проводить самооценку и самоанализ результатов деятельности
Способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности		
Наличие способности определять задачи для достижения целей деятельности	Проявление сложностей в определении задач для достижения целей деятельности	Отсутствие способности определять задачи для достижения целей деятельности
Результат: сформированность готовности к профессиональной деятельности на более высоком уровне		

Рисунок 5 – Структурно-функциональная модель формирования готовности

Как было установлено в п. 1.1, сфера креативных индустрий обладает специфичным назначением и следующими особенностями:

- нацеленностью на воспроизводство или создание конкурентоспособных инновационных продуктов (заимствованных или изобретенных), продвижение их на рынке, распространение и (или) реализацию;
- многоплановостью, персонифицированностью профессиональной деятельности, связанной с культурологическими и предпринимательскими задачами, обусловленными постоянно изменяющимися экономическими и организационными условиями;
- ориентацией на профессиональные, технологические, культурные стандарты, мировые инновации;
- значимостью горизонтальных, сетевых коммуникаций, профессионального обмена в сообществе профессионалов.

Чтобы установить методологические подходы к процессу формирования готовности специалистов креативных индустрий к будущей деятельности, в модель включен *методологический компонент*. В него вошли подходы, которые соответствуют разным уровням исследования:

1) *социокультурный подход*, позволяющий осмыслить креативные индустрии и подготовку кадров для них как специфический социокультурный феномен. Реализация социокультурной направленности моделируемого процесса требует учета смыслов социокультурного пространства сферы креативных индустрий, аккумулирующих творческий и креативный человеческий потенциал для создания (воспроизводства) инновационных продуктов. Выделенный в аспекте данного подхода агонально-эволюционистский ориентир дает возможность увидеть в креативных индустриях социокультурное начало и определить ведущий параметр в характеристике деятельности специалиста креативных индустрий: специалист креативных индустрий – это не специалист-исполнитель, а творец-разработчик и инициатор креативной (инновационной) деятельности, способный достигать поставленных целей в разных, быстро меняющихся социально-экономических ситуациях, занимать лидерские позиции в условиях состязательности, соперничества и напряженной конкуренции;

2) *полисубъектный (диалоговый) подход*, рассматривающий личность будущего специалиста креативных индустрий как продукт и результат его взаимодействия с субъектами образовательного процесса и профессиональным сообществом сферы креативных индустрий. В процессе формирования готовности к профессиональной деятельности обучающийся рассматривается как творчески активный субъект, способный к преобразованию окружающего мира и себя;

3) *деятельностный подход*, определяющий процесс профессиональной подготовки специалиста креативных индустрий как процесс овладения целостной профессиональной деятельностью: присвоения обучающимся ее объектных характеристик и становления его в качестве субъекта деятельности. В аспекте данного подхода важны направленность на целостность, системность и взаимосвязь всех компонентов готовности;

4) *контекстный подход*, связанный со смыслообразующим влиянием познавательных и профессиональных мотивов и реализацией социокультурного содержания профессиональной деятельности будущего специалиста креативных индустрий. Данный подход направлен на достижение интегративной целостности моделируемого профессионального контекста будущей деятельности специалиста и реальной сферой креативно-индустриальных отношений.

Применение подходов в единстве позволило выделить закономерности процесса формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий (см. п. 1.1). С учетом данных закономерностей были определены следующие принципы:

1) принцип *культуросообразности* – ориентация на освоение ценностей, культурных и правовых норм креативных индустрий, выступающих социокультурными детерминантами профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий, формирование опыта социокультурного взаимодействия с экспертами, работодателями, заказчиками сферы креативных индустрий;

2) принцип *деятельного участия* – включение будущих специалистов в сознательную и активную деятельность, требующую оригинальных, нестандартных решений культурологических и предпринимательских задач, обусловленных по-

стоянно изменяющимися экономическими и организационными условиями креативной экономики;

3) принцип *последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности* – организация обучения, отражающего логику технологических процессов будущего труда специалистов и особенности профессиональной коммуникации в сфере креативных индустрий;

4) принцип *адекватности форм организации образовательной деятельности* – выбор форм, соответствующих целям и содержанию, развертыванию процесса формирования готовности к будущей профессиональной деятельности;

5) принцип *интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий* – использование технологий, позволяющих погрузить будущего специалиста в социокультурное пространство сферы креативных индустрий;

6) принцип *рефлексии хода и результатов образовательного процесса* – создание условий для развития понимания будущим специалистом себя как субъекта образовательной и будущей профессиональной деятельности, принятия себя в социокультурном пространстве сферы креативных индустрий как субъекта самостоятельной культурной деятельности.

Названные принципы представляют собой систему исходных установок для моделирования процесса формирования готовности специалиста креативных индустрий к будущей профессиональной деятельности.

В *содержательно-технологическом компоненте* модели предусмотрены структура готовности к профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий и иммерсивная культурно-образовательная практика как технология применения ситуативно-иммерсивного предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности.

Такое построение данного компонента обусловлено тем, что моделируемый процесс осуществляется поэтапно. Первый этап задает ориентировочную основу будущей профессиональной деятельности. Обучающийся знакомится с профессией, ее ценностями, культурой, одновременно у него формируются интерес и мо-

тивация к взаимодействию в профессиональной среде [69]. Как отмечается в научных источниках, ориентировочный этап стимулирует развитие ценностно-мотивационного и рефлексивного компонентов готовности [91, с. 17-18].

Содержательно-технологический этап реализуется в процессе изучения специальных модулей и дисциплин, направленных на освоение видов профессиональной деятельности. На данном этапе развиваются все компоненты готовности, из них более активно формируется когнитивно-деятельностный компонент [91, с. 18].

На креативно-прикладном этапе наблюдается устойчивая направленность на будущую профессиональную деятельность, что выражается в увлеченности профессией, проявлении социально значимых и профессионально важных качеств. На данном этапе будущий специалист осознает свой уровень подготовки, стремится прогнозировать стратегию и результат своей деятельности. Однако в ряде источников обращается внимание на то, что именно на данном этапе может возникать рассогласование между профессиональными ожиданиями от выпускника как специалиста, способного решать профессиональные задачи, и уровнем его готовности к профессиональной деятельности [47; 69]. Отсюда существует необходимость создавать условия для синхронного и взаимосвязанного развития всех компонентов готовности (ценностно-мотивационного, когнитивно-деятельностного, рефлексивного), придающие процессу ее формирования целенаправленность, целостность и последовательность.

По нашему мнению, таким образовательным потенциалом обладает иммерсивная культурно-образовательная практика, которая, как мы установили, представляет собой технологию ситуационно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности, направленную на получение обучающимся опыта профессионального взаимодействия (с экспертами и заказчиками креативных индустрий, индивидуальными предпринимателями), в котором будущий специалист креативных индустрий выступает в роли соавтора, сопроектировщика, технологического хранителя традиций и создателя новых ценностей.

Изучение характеристик данной технологии (см. п. 1.2) позволяет выделить организационно-педагогические условия, обеспечивающие эффективность ее применения:

1) использование спонтанных или специально созданных ситуаций, наполненных профессионально ориентированным и социокультурным содержанием, способствующим освоению ценностей и правовых норм специалиста креативных индустрий, а также получению опыта использования различных стратегий и моделей профессиональной деятельности;

2) вовлечение обучающегося в профессиональное взаимодействие (формальное, неформальное) с экспертами, работодателями, заказчиками сферы креативных индустрий;

3) обеспечение активной позиции студентов в имитируемой ролевой деятельности (соавтора, сопроектировщика, технологического хранителя традиций и создателя новых ценностей);

4) использование форм организации образовательной деятельности и средств обучения, создающих эффект «культуры участия» и направленных на получение обратной связи: наставничество, проблемное обучение, проектное обучение, кейс-стади, образовательно-творческие активности городских креативных пространств, геймификация и др.;

5) актуализация потребности в профессиональном и личностном самоопределении, рефлексии через развернутую обратную связь от экспертов, фиксацию траектории индивидуальных достижений.

Результативно-оценочный компонент модели представлен критериями и показателями, позволяющими проводить диагностику уровней сформированности готовности специалистов креативных индустрий к будущей профессиональной деятельности:

1) сформированность у обучающегося интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности, наличие потребности в социокультурном взаимодействии, стремление добиться успеха;

2) понимание задач деятельности, знание способов их решения, владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов, продвижения их на рынке, распространения и (или) реализации;

3) проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности, способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности.

В основе процесса формирования готовности к профессиональной деятельности лежит представление о переходе от одного уровня готовности обучающихся к другому, более сложному и высокому. Ожидаемый результат данного процесса – сформированность готовности к профессиональной деятельности будущих специалистов креативных индустрий на более высоком уровне.

Подведем итог. В соответствии с целью, задачами исследования и поставленной гипотезой потребовалось разработать структурно-функциональную модель процесса формирования готовности специалистов креативных индустрий к будущей профессиональной деятельности. Идеей моделируемого процесса стало отражение в нем специфики деятельности в сфере креативных индустрий. Модель представлена взаимосвязанными компонентами: целевым, методологическим, содержательно-технологическим, результативно-оценочным. Их функциональное назначение ориентировано на достижение результата. Целевой компонент выполняет прогностическую функцию, позволяет конкретизировать цели моделируемого процесса. Методологический компонент содержит подходы и ориентиры, на основе которых определяются установки для проектирования содержательно-технологического компонента. Данный компонент модели состоит из структуры готовности к профессиональной деятельности специалиста креативных индустрий и иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии применения ситуативно-иммерсивного предметно-технологического и социокультурного контекстов профессиональной деятельности. Результативно-оценочный компонент включает систематизированные элементы, позволяющие выявлять динамику развития компонентов готовности.

Выводы по первой главе

На теоретическом этапе исследования установлено следующее.

1. Сегодня деятельность специалиста креативных индустрий является многоплановой, персонифицированной. Ее отличает направленность на воспроизводство или создание конкурентоспособных инновационных продуктов (заимствованных или изобретенных), продвижение их на рынке, распространение и (или) реализацию. Она связана с решением культуротворческих и предпринимательских задач, выстраиванием горизонтальных и сетевых коммуникаций в сообществе профессионалов для обмена профессиональной информацией, установлением партнерских связей с акторами для организации сотрудничества. Выпускники среднего профессионального образования должны быть готовы не только профессионально действовать с учетом существующих требований, норм и стандартов производства товаров и услуг, но и обоснованно и успешно решать профессиональные задачи, вызванные постоянно изменяющимися экономическими и организационными условиями.

2. Подготовка кадров для сферы креативных индустрий требует корректного отражения специфики деятельности в этой сфере, что возможно при использовании социокультурного подхода, позволяющего рассматривать креативные индустрии и подготовку кадров для них как специфический социокультурный феномен, основанный на взаимодействии сообществ и акторов как носителей определенных традиций, систем ценностей.

3. Готовность выпускника СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий представляет собой динамично развивающееся в процессе профессиональной подготовки интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности, которое основано на ценностях, культурных и правовых нормах, мотивации к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху; отражает его способность применять приобретенные в профессиональной образовательной организации компетенции для создания конкурентоспособных инновационных продуктов, продвижения их на рынке, распространения и (или)

реализации; обеспечивает регулирование и оптимизацию деятельности, преодоление внешних (обусловленных ситуационными условиями) и внутренних препятствий в достижении целей и задач деятельности.

4. Применение полисубъектного, деятельностного и контекстного подходов к изучению процесса формирования готовности позволяет установить его закономерности, обусловленные взаимосвязью между компонентами готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности и внешними социальными и педагогическими условиями, оказывающими влияние на степень эффективности процесса формирования исследуемой готовности. Исходными установками моделируемого процесса выступают принципы: принцип культуросообразности, принцип деятельного участия, принцип последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности, принцип адекватности форм организации образовательной деятельности, принцип интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий, принцип рефлексии хода и результатов образовательного процесса.

5. Формирование готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий представляет собой поэтапный процесс, который будет эффективно осуществляться в соответствии со структурно-функциональной моделью, включающей совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов: целевого, методологического, содержательно-технологического, результативно-оценочного.

6. Содержательно-технологический компонент предусматривает использование иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Она позволяет погрузить обучающегося в социокультурное пространство профессиональной сферы, сделать субъектом профессиональной деятельности. Для организации и проведения иммерсивной культурно-образовательной практики используются формы и методы, стимулирующие познавательную деятельность обучающего и включающие его в профессиональное взаимодействие.

2 Опытнo-поисковая работа по формированию готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики

В ходе исследования была организована и проведена опытнo-поисковая работа, цель которой заключалась в проверке результативности разработанной структурно-функциональной модели.

В данной главе представлены задачи, содержание и методы каждого из этапов эксперимента, охарактеризован диагностический инструментарий, который использовался для диагностики уровня сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, приведены результаты анализа экспериментальных данных и сделаны выводы об эффективности использования иммерсивной культурно-образовательной практики в процессе формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

2.1 Организация и проведение опытнo-поисковой работы по формированию готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики

Опытнo-поисковая работа проводилась с 2022 по 2025 год на базе образовательных организаций профессионального образования Кемеровской области – Кузбасса, Свердловской области, сотрудничающих на основании договоров о сетевом взаимодействии:

- ГПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий», г. Новокузнецк;
- ГПОУ «Профессиональный колледж», г. Новокузнецк;

- ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса», г. Екатеринбург;
- ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» (Университетский колледж), г. Новокузнецк.

При ГПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий» функционирует Центр развития компетенций проектного управления «Точка кипения», который представляет собой современное коворкинг-пространство, объединяющее для совместной деятельности представителей общестественности, бизнеса, власти, IT-компаний, специалистов городского развития, людей из творческой сферы и сферы образования (педагогов, студентов, школьников), участвующих и формировании региональной экономики, экономики региона. Здесь проходят конференции, семинары, хакатоны, стратегические сессии, мозговые штурмы, лекции и другие форматы мероприятий по следующим ключевым направлениям работы: рынки и технологии НТИ; развитие городского пространства; туризм; проектная культура, лидерство; экосистема подготовки кадров, образование будущего; креативные индустрии и технологическое предпринимательство. Кроме того, руководство колледжа реализует региональный заказ на научное обоснование и системное представление концептуальных основ подготовки кадров по образовательным программам, соответствующим креативным индустриям.

Всего в эксперименте приняли участие обучающиеся из следующих образовательных организаций: ГПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий», г. Новокузнецк; ГПОУ «Профессиональный колледж», г. Новокузнецк; ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса», г. Екатеринбург; ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет» (Университетский колледж), г. Новокузнецк, по образовательным программам: 07.02.01 Архитектура, 54.02.01 Дизайн (по отраслям), 09.02.07 Информационные системы и программирование, связанным с подготовкой в области креативных индустрий. Примеры соответствия областей творческих индустрий и специальностей СПО представлены в приложении Б.

Общая численность задействованных в эксперименте составила 179 человек, из которых в контрольную группу (КГ) вошли 92 обучающихся, в экспериментальную группу (ЭГ) – 87 обучающихся.

Определение численного состава участников опытно-поисковой работы являлось принципиально важным этапом, обеспечивающим достоверность полученных выводов. Обоснование репрезентативности данных выборок относительно генеральной совокупности учащихся СПО креативных индустрий строится на комплексе взаимодополняющих критериев, учитывающих как статистические закономерности, так и специфику педагогических исследований в профессиональном образовании:

- соответствие структуре генеральной совокупности (принцип стратификации). Генеральная совокупность учащихся СПО креативных индустрий не является монолитной, она дифференцирована по ряду существенных признаков: направление подготовки, курс обучения, базовая подготовка на входе. Формирование выборки осуществлялось методом стратифицированного (районированного) отбора, при котором пропорции выделенных страт в выборочной совокупности соответствуют их распределению в генеральной совокупности. В рамках данного исследования в выборку вошли студенты II-III курсов, представляющие основные профили креативных специальностей, что позволило минимизировать систематическую ошибку, связанную с узкой специализацией. Контрольная (92 человек) и экспериментальная (87 человек) группы сопоставимы по указанным стратификационным признакам, что подтверждается первичным статистическим анализом отсутствия значимых различий на этапе констатирующего эксперимента;

- статистическая обоснованность объема для параметрических методов. Объем выборки определялся исходя из требований к мощности используемых статистических критериев. Поскольку в исследовании планировалось применение непараметрических методов, численность каждой из групп (92 и 87 человек) превышает пороговое значение (обычно принимаемое за 30-50 единиц наблюдения), необходимое для аппроксимации выборочного распределения к нормальному закону согласно центральной предельной теореме. При объеме более 60-70 единиц

на группу выборочные средние обладают достаточной устойчивостью, а риск ошибки второго рода (пропуска существующей закономерности) снижается до приемлемого уровня;

– учет гетерогенности признака в креативных индустриях. Специфика подготовки в сфере креативных индустрий заключается в высоком индивидуальном разбросе уровней сформированности профессиональных компетенций, творческих способностей и мотивации. Вариативность (дисперсия) изучаемых признаков в таких группах изначально выше, чем в более регламентированных профессиях. Для того чтобы «перекрыть» этот естественный шум и зафиксировать именно эффект экспериментального воздействия, необходим достаточный объем выборки. Численность экспериментальной группы в 87 человек позволяет нивелировать влияние индивидуальных особенностей отдельных студентов на общий результат и выявить статистически значимые закономерности, характерные для совокупности в целом;

– эффект кластеризации и организационная структура СПО. Образовательный процесс в СПО организован по учебным группам (кластерам). При формировании выборки мы сохраняли целостность учебных коллективов (группы включались в эксперимент целиком), что соответствует требованиям естественного эксперимента и повышает экологическую валидность. Общее количество задействованных учебных групп ($n = 6$) и общая численность (179 человек) достаточны для того, чтобы элиминировать влияние специфики конкретного мастера производственного обучения или куратора (так называемый «эффект учителя»), так как в исследовании участвовало несколько педагогов и несколько параллельных групп;

– соотношение с генеральной совокупностью. Согласно данным региональных органов управления образованием, совокупность обучающихся по направлениям креативных индустрий в регионе проведения исследования составляет порядка 600-800 человек. Таким образом, выборочная совокупность в 179 человек (что составляет около 20-25% от генеральной) является достаточно репрезентативной. В педагогических исследованиях, где не требуется сплошного охвата, доля выборки в 10-15% при условии соблюдения стратификации считается допу-

стимой для экстраполяции выводов. Полученный объем в 20% с запасом перекрывает эти требования.

Таким образом, соотношение численности контрольной (92 человек) и экспериментальной (87 человек) групп является не случайной величиной, а результатом методологически выверенного решения. Данный объем обеспечивает: статистическую мощность, достаточную для обнаружения педагогических эффектов средней и высокой интенсивности; пропорциональное представительство различных профилей подготовки внутри креативных индустрий; устойчивость выводов к индивидуальным вариациям испытуемых. Совокупность перечисленных факторов позволяет утверждать, что состав выборки адекватно отражает свойства генеральной совокупности учащихся СПО креативных индустрий, а результаты эксперимента могут быть генерализованы на более широкую выборку обучающихся данного профиля.

Экспериментальная часть исследования осуществлялась поэтапно. Задачи каждого этапа, содержание и используемые методы представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Структура организации и проведения опытно-поисковой работы

Этап	Задачи	Содержание	Методы
Констатирующий	Диагностика значимости проблемы формирования готовности специалистов для сферы креативных индустрий. Установление содержания компонентов готовности. Определение уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий у участников эксперимента	Изучение мнения потенциальных работодателей о содержании компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Выявление потребностей выпускников колледжей в готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Определение критериев, показателей оценивания сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Отбор диагностических методик. Разработка методики проведения констатирующего этапа эксперимента. Проведение констатирующего эксперимента, обобщение и систематизация полученных данных	Анализ психолого-педагогической литературы, метод экспертных оценок, психологическое тестирование, статистические методы обработки данных, анализ полученных результатов

Продолжение таблицы 2

Этап	Задачи	Содержание	Методы
Формирующий	Организация и реализация процесса формирования готовности посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	Внедрение в образовательный процесс и апробация технологии иммерсивной культурно-образовательной практики как условия формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий	Включенное наблюдение. Анализ продуктов деятельности обучающихся
Результативный	Анализ и оценка результатов реализации модели формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики	Определение уровня сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной и экспериментальной группах, статистическая обработка результатов, сравнение и анализ полученных данных, уточнение выводов исследования	Психологическое тестирование, статистические методы обработки данных, анализ полученных результатов

Задачи констатирующего этапа опытно-поисковой работы решались в следующем порядке:

1. Изучалось мнение потенциальных работодателей о содержании компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.
2. Выявлялось отношение выпускников колледжей к проблеме формирования готовности к профессиональной деятельности.
3. Определялись уровни, критерии, показатели оценивания сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.
4. Отбирались диагностические методики и разрабатывалась методика проведения констатирующего этапа эксперимента.
5. Определялся уровень готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий у участников эксперимента.
6. Обобщались и систематизировались полученные данные.

Первая и вторая задачи возникли в связи с необходимостью определить содержание компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Полученные сведения послужили основой для разработки про-

граммы иммерсивной культурно-образовательной практики, обеспечили синхронизацию ее содержания со спецификой и запросами сферы креативной экономики.

Прежде всего в ходе решения *первой задачи* на основе выявленных особенностей сферы креативных индустрий, представленных в п. 1.1 настоящего исследования, был определен обобщенный перечень элементов профессиональной деятельности специалиста. Далее методом экспертных оценок устанавливалась значимость каждого из них. Обращение к данному методу было вызвано тем, что он позволяет получить от компетентных специалистов уникальную информацию, представленную в виде их суждений, базирующихся на опыте и интуиции [162, с. 237], которая, как установлено, дает возможность исследовать сложные неформализуемые проблемы [162, с. 232].

В опросе приняли участие 12 экспертов – потенциальных работодателей выпускников сферы креативных индустрий (директора, HR-специалисты, владельцы компаний). Им была предложена анкета, построенная на основе модели попарного сравнения 15 компетенций по двум ключевым характеристикам: важности, значимости каждой компетенции в деятельности и ее доступности, встречаемости на рынке труда (образец анкеты приведен в приложении В). Полученная матрица представлена на рисунке 6.

Анализ результатов опроса свидетельствует, что сегодня существует запрос на конкурентоспособных специалистов сферы креативных индустрий, представителей нового образа современного производства и бизнеса, основанных на опыте культуры и творчества. Работодателю сферы креативных индустрий важно, чтобы у потенциального работника были сформированы коммуникативные компетенции, способность эффективно взаимодействовать с руководством, коллегами, клиентами (среднее значение 9,25), а также компетенции, связанные с принятием творческих, технологических и предпринимательских решений (среднее значение 9,25). Кроме того, приоритетные позиции заняли навыки в области самопрезентации, самопродвижения (среднее значение 8,92), эрудиция, начитанность, ориентация в культурном наследии (среднее значение 8,92), фундаментальные навыки в конкретной профессиональной сфере и смежных областях (среднее значение 8,83).

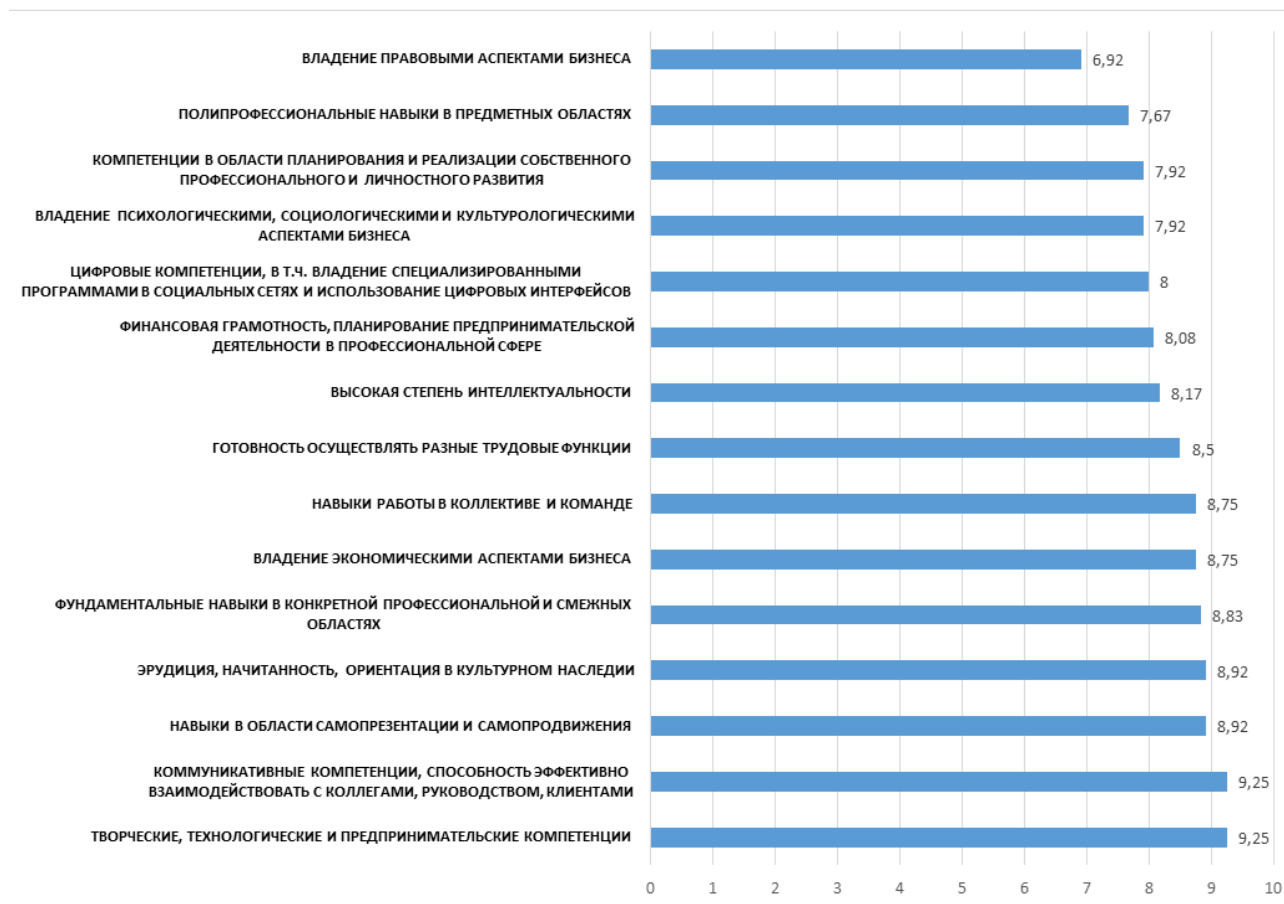


Рисунок 6 – Оценка компетенций экспертами: значимость/важность в профессиональной деятельности (среднее значение)

Очевидно, в собирательном образе специалиста креативных индустрий для работодателя особо ценными являются его способности решать разноплановые (творческие, технологические, предпринимательские) профессиональные задачи, выстраивать различные коммуникативные стратегии в вертикальных и паритетных отношениях, создавать определенное представление о своей профессиональной деятельности и ее результатах у потребителя, управлять его потребностями и интересом.

В ходе решения *второй задачи* выявлялось представление выпускников колледжей о своей профессиональной компетентности, то есть своих возможностях и способностях быть продуктивными при осуществлении предстоящей профессиональной деятельности. Таким образом определялось отношение будущих специалистов к проблеме настоящего исследования, устанавливалась их потреб-

ность в специально организованном процессе формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, дополнительно детализировался спектр дефицитов в спектре компетенций, необходимых для успешного вхождения выпускников на рынок труда.

Эксперимент проводился с 50 обучающимися ГАПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий» (г. Новокузнецк, Кемеровская область), осваивающими квалификации в сфере креативных (творческих) индустрий. Им был предложен тот же перечень компетенций, который использовался в опросе работодателей.

Данные, полученные по итогам опроса, представлены на рисунке 7.



Рисунок 7 – Самооценка компетенций студентами (вариант ответа – компетенция сформирована полностью) (количество ответов)

Как видно из представленных на рисунке 7 данных, большинство студентов считает, что у них сформированы навыки работы в коллективе и команде (50%), творческие, технологические и предпринимательские компетенции (50%), коммуникативные компетенции, способность эффективно взаимодействовать с коллегами (48%), компетенции в области планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития (44%), в меньшей степени – владение экономическими (12%), правовыми аспектами бизнеса (12%), эрудиция, начитанность, ориентация в культурном наследии (20%), владение психологическими, социальными и культурологическими аспектами бизнеса (24%), финансовая грамотность (26%).

Заметим, что выпускники, принимавшие участие в опросе, освоили образовательные программы и уже прошли процедуру итоговой государственной аттестации, то есть подтвердили достаточный уровень освоения профессиональных компетенций. Данные опроса свидетельствуют о наличии у них мотивации к будущей деятельности. Однако в то же время выпускники признают, что слабо осведомлены о реальных условиях и особенностях реализации бизнес-процессов в секторе креативной экономики. Возможно, это объясняется недостаточно полным представлением о социокультурных аспектах профессиональной деятельности, несформированностью компетенций для осуществления коммерциализации товаров и услуг, а также дефицитами в области правовой защиты и управления интеллектуальной собственностью.

Как удалось установить в результате анкетирования, запросы работодателей и обучающихся связаны с компетенциями, которые формируются в процессе реальной практической деятельности (владение правовыми аспектами бизнеса, финансовая грамотность, планирование предпринимательской деятельности и др.). Такой запрос объясняется тем, что в образовательном процессе не предусмотрено вовлечение обучающихся в решение конкретных производственных и предпринимательских задач и взаимодействие с реальными субъектами креативных индустрий.

Сделанные выводы подтверждают значимость проблемы настоящего исследования, позволяют говорить о необходимости и возможностях нейтрализации выявленного расхождения путем разработки эффективных условий формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. В результате опросов были определены содержательные основы для проектирования иммерсивной культурно-образовательной практики, которые нашли отражение в ее программе.

Третья задача констатирующего этапа заключалась в определении уровней, критериев, показателей оценивания сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Необходимость ее решения обусловлена предполагаемым результатом – сформированностью готовности к профессиональной деятельности будущих специалистов креативных индустрий на более высоком уровне.

В научных источниках не было обнаружено соответствующих исследований. При выборе критериев мы руководствовались, во-первых, представлением о формировании готовности выпускников колледжей к профессиональной деятельности как о поэтапном процессе, который проявляется в сформированности компонентов готовности; во-вторых, возможностью оценки: каждый показатель должен быть конкретным и диагностируемым.

Таким образом, для определения уровня сформированности готовности были сформулированы критерии и показатели в соответствии с каждым ее компонентом. Они позволили определить уровни сформированности готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий – низкий, средний, высокий. В процессе формирующего этапа эксперимента уровень рассматривался как степень проявления критериев и показателей ее сформированности.

В обобщенном виде критерии и показатели диагностики представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Критерии и показатели диагностики уровня сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

Критерий	Уровень сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий		
	высокий	средний	низкий
1. Ценностно-мотивационный компонент			
1.1. Сформированность у обучающегося интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности	Стойкий интерес к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности	Ситуативное проявление интереса обучающегося к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности	Отсутствие интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности
1.2. Наличие мотивации к социокультурному взаимодействию	Устойчивая потребность в социокультурном взаимодействии	Слабая потребность в социокультурном взаимодействии	Несформированность потребности в социокультурном взаимодействии
1.3. Стремление добиться успеха	Высокий уровень мотивации к успеху, стремление преодолевать трудности в выполнении нестандартных профессиональных заданий	Средний уровень мотивации к успеху, стремление достичь определенных позитивных результатов в решении нестандартных профессиональных заданий	Низкая или средняя мотивация к успеху, неуверенность в себе
2. Когнитивно-деятельностный компонент			
2.1. Понимание задач деятельности, знание способов их решения	Полное понимание задач деятельности, знание способов их решения	Понимание задач деятельности, отсутствие достаточных знаний о способах решения профессиональных задач	Непонимание задач деятельности, отсутствие знаний о способах решения профессиональных задач
2.2. Владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов	Владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов	Наличие трудностей при создании (воспроизводстве) конкурентоспособных инновационных продуктов	Несформированность умений в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов
2.3. Владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации	Владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации	Наличие трудностей в продвижении конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации	Несформированность умений в продвижении конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации

Продолжение таблицы 3

Критерий	Уровень сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий		
	высокий	средний	низкий
3. Рефлексивный компонент			
3.1. Проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности	Высокая способность осуществлять анализ и рефлекссию результатов профессиональной деятельности	Частичная способность осуществлять анализ и рефлекссию результатов профессиональной деятельности	Низкая способность проводить самооценку и самоанализ результатов профессиональной деятельности
3.2. Способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности	Наличие способности определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности	Проявление сложностей в определении задач для достижения целей профессиональной деятельности	Отсутствие способности определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности

В ходе решения *четвертой задачи* отбирались диагностические методики для оценки уровней сформированности готовности и разрабатывалась методика проведения констатирующего этапа эксперимента.

Диагностический инструментарий определялся с учетом необходимости отследить изменения в уровнях сформированности готовности на определяющем этапе и сделать выводы об эффективности использования иммерсивной культурно-образовательной практики.

Разработанный диагностический инструментарий представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Компоненты готовности и методики для оценки уровней сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

Компонент готовности	Методика диагностики
Ценностно-мотивационный	1. Морфологический тест жизненных ценностей В. Ф. Сопова, Л. В. Карпушиной. 2. Методика К. Замфир в модификации А. А. Реана. 3. Методика мотивации к успеху Т. Элерса
Когнитивно-деятельностный	1. Тест креативности Торренса. 2. Кейс-задача
Рефлексивный	1. Опросник рефлексивности А. В. Карпова. 2. Методика «Дифференциальный тип рефлексии»

Охарактеризуем результаты *пятой задачи* констатирующего этапа, в ходе решения которой определялся уровень готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий у участников эксперимента, обобщались и систематизировались полученные данные. С помощью табличного редактора данных Microsoft Excel строился дашборд как средство визуализации данных, которые автоматически загружались из расчетных программируемых систем.

В констатирующем эксперименте приняли участие 179 обучающихся, из них 92 составили контрольную группу и 87 – экспериментальную. С целью создания уравниваемых условий эксперимента состав испытуемых в экспериментальной и контрольной группах был примерно одинаковым.

Для изучения уровня сформированности *ценностного-мотивационного компонента* по критерию «сформированность у обучающегося интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности» участникам эксперимента был предложен морфологический тест жизненных ценностей, разработанный В. Ф. Соповым и Л. В. Карпушиной [132]. Данный тест направлен на определение мотивационно-ценностной структуры личности, служит для диагностики основных жизненных ценностей человека. Под термином «жизненная ценность» рассматривается отношение субъекта к явлению, жизненному факту и др., связанному с жизненной сферой, под которой понимается в том числе профессиональная и социальная сферы, где осуществляется деятельность человека. Разработчики теста предполагают, что именно на основе жизненных ценностей человек осуществляет выбор направлений собственных действий. В тесте приводятся 112 утверждений, каждое из которых испытуемый оценивает по пятибалльной шкале. При обработке результатов требуется суммировать баллы в соответствии с ключом.

Полученные данные по результатам проведения теста представлены на рисунке 8. Отметим, что выделенные авторами теста ценности поддаются группировке. Анализ результатов по группам свидетельствует, что у большинства обучающихся (84%) с низким уровнем проявления сформированности интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности

наблюдаются низкие показатели по всем шкалам, что позволяет говорить об отсутствии у них положительного отношения к профессиональной деятельности. У участников, продемонстрировавших высокий уровень, отмечаются высокие показатели по всем шкалам, что объясняется противоречивой, конфликтной направленностью личности. Более того, в результате анализа по группам ценностей нами были получены результаты о том, что по выборке выраженной направленности на жизненные ценности в профессиональной сфере отмечается преобладание низкого и среднего уровней.

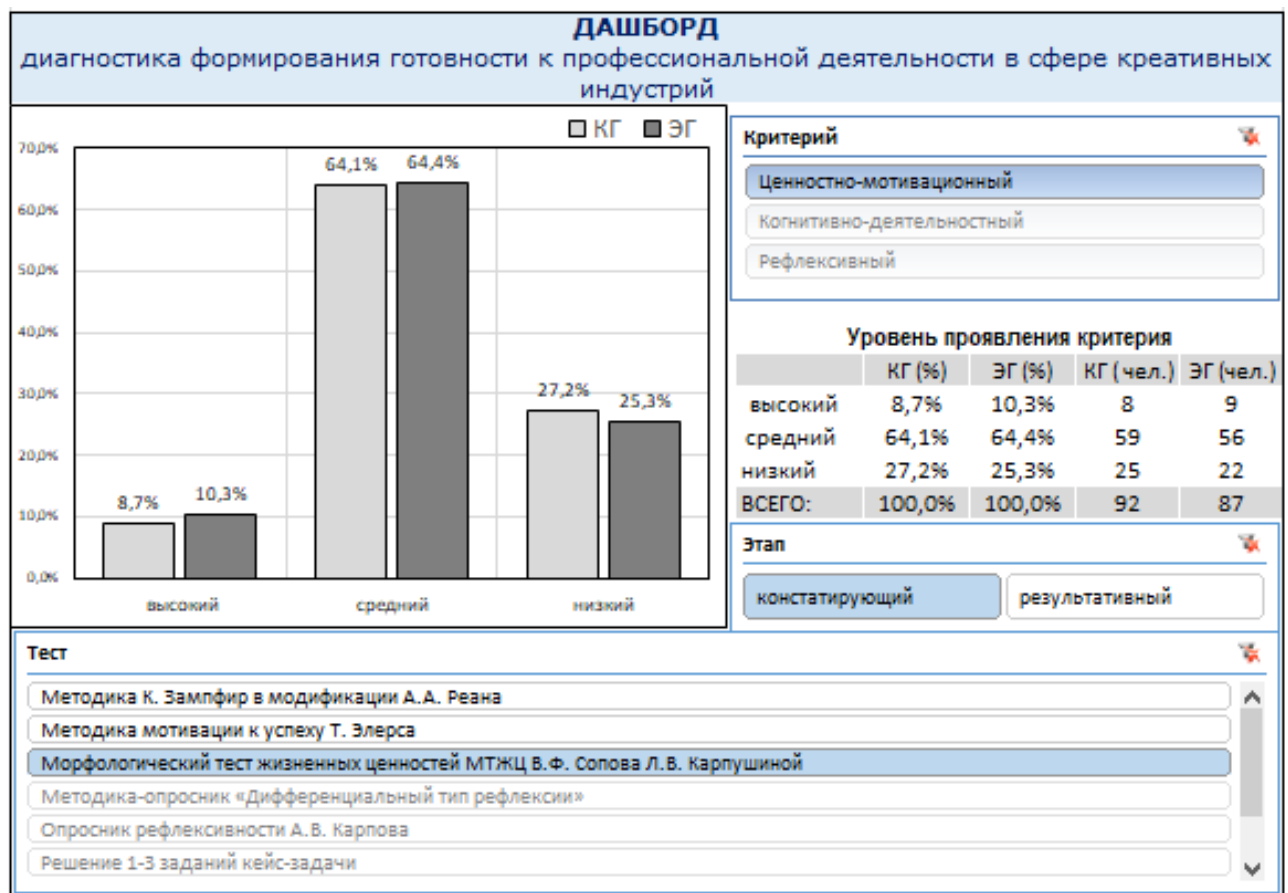


Рисунок 8 – Данные проявления ценностно-мотивационного критерия «сформированность интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности» (по результатам морфологического теста жизненных ценностей В. Ф. Сопова, Л. В. Карпушиной)

Для диагностики уровня сформированности *ценностно-мотивационного компонента* по критерию «наличие мотивации к социокультурному взаимодействию» использовалась методика К. Замфир в модификации А. А. Реана [119].

Данная методика позволяет определить уровень мотивации профессиональной деятельности. Основу ее концепции составляет идея о разграничении видов мотивации – внутренней (для личности имеет значение деятельность сама по себе) и внешней (в основе мотивации лежит стремление к удовлетворению внешних потребностей – внешних по отношению к содержанию самой деятельности). Цель методики – выявить степень выраженности трех видов мотивации: внутренней, внешней положительной и внешней отрицательной. Испытуемым предлагаются аргументы предстоящей профессиональной деятельности, требуется оценить важность каждого по пятибалльной шкале. Результаты диагностики обобщены и представлены на рисунке 9.

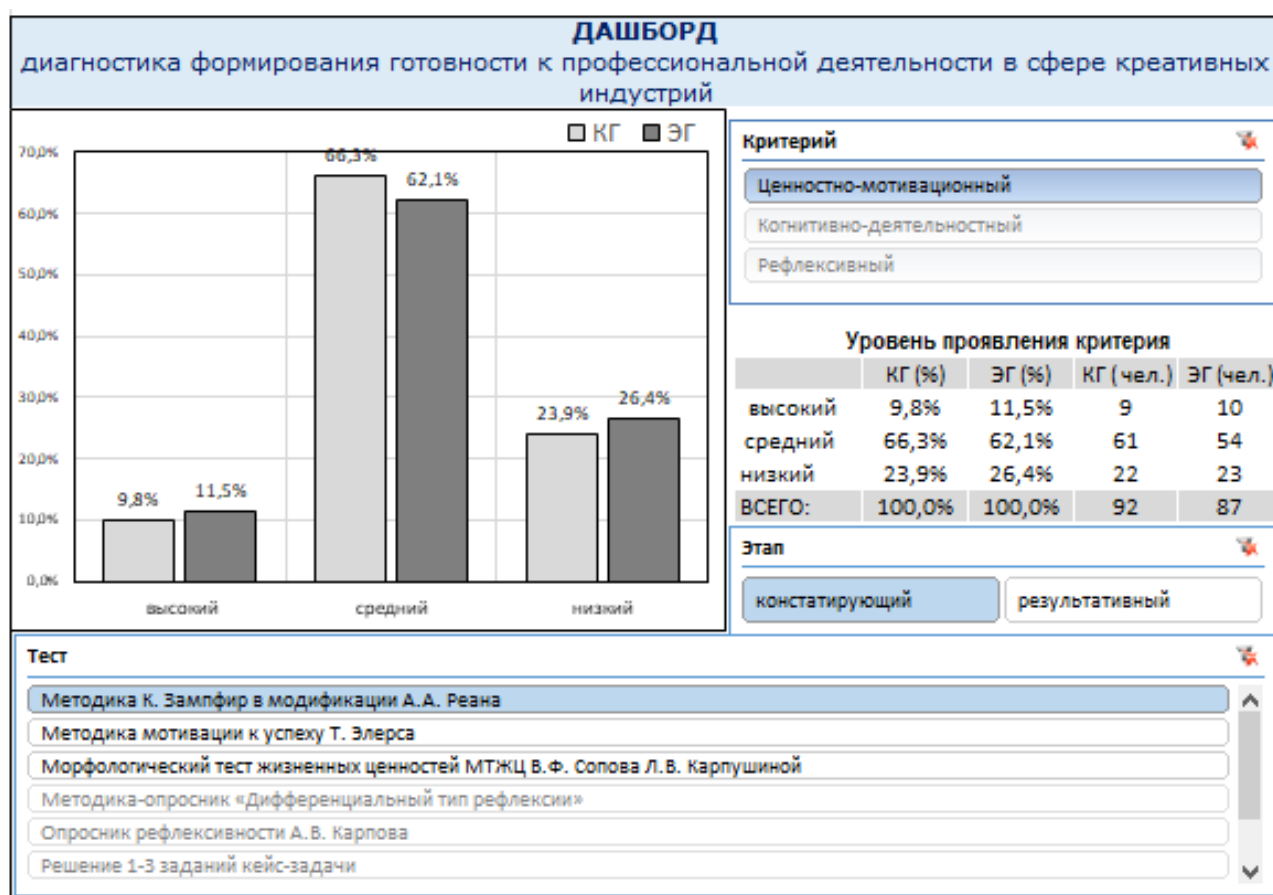


Рисунок 9 – Данные проявления ценностно-мотивационного критерия «наличие мотивации к социокультурному взаимодействию» (по результатам методики К. Замфир в модификации А. А. Реана)

Оговорим, что в представленных данных высокий уровень свидетельствует о проявлении внутренней мотивации, согласно которому для личности имеет зна-

чение удовлетворение от самого процесса социокультурного взаимодействия и его результата, возможность наиболее полной самореализации именно в сфере креативных индустрий. Средний уровень связан с внешней положительной мотивацией, потребностью в достижении социального престижа и уважения других, денежным заработком и пр. Низкий уровень обозначает повышенную внешнюю отрицательную мотивацию, отражающую стремление избежать проблем и критики со стороны профессионального сообщества.

Из данных рисунка 9 можно заключить, что высоким уровнем мотивации обладают лишь 11,5% обучающихся экспериментальной группы и почти столько же – 9,8% – контрольной. Большинство респондентов обладает средним уровнем (62,1% и 66,3%), иначе говоря, у них преобладает внешняя положительная мотивация.

Для оценки уровня проявления критерия *«стремление добиться успеха»* использовалась методика мотивации к успеху, разработанная Т. Элерсом [165]. Стимульный материал данного опросника представляет собой 41 утверждение, на которые испытуемому необходимо дать один из двух вариантов ответов – «да» или «нет». Степень выраженности мотивации к успеху оценивается количеством баллов, совпадающих с ключом.

Данная методика диагностики мотивации к достижению успеха помогла выявить следующее: у 8,1% участников экспериментальной группы и 14,1% респондентов контрольной группы наблюдается высокий уровень мотивации к достижению успеха, почти одинаковое количество опрошенных в обеих группах (44,8% и 44,6%) можно отнести к обучающимся со средним уровнем мотивации, остальных – с низким уровнем мотивации.

Результаты диагностики по данному критерию систематизированы и представлены на рисунке 10.

Для определения общего уровня сформированности ценностно-мотивационного компонента учитывались данные, полученные по результатам трех методов исследования (рисунок 11).

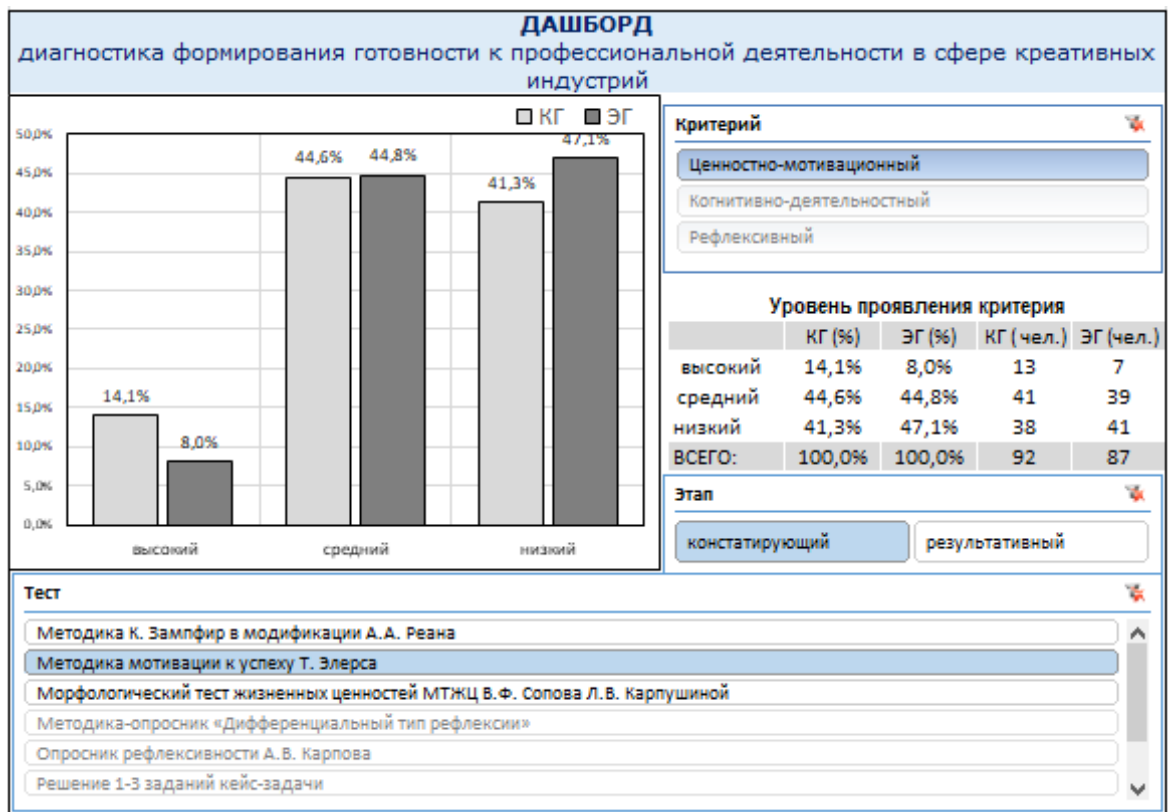


Рисунок 10 – Данные проявления ценностно-мотивационного критерия «стремление добиться успеха» (по результатам методики мотивации к успеху Т. Элерса)

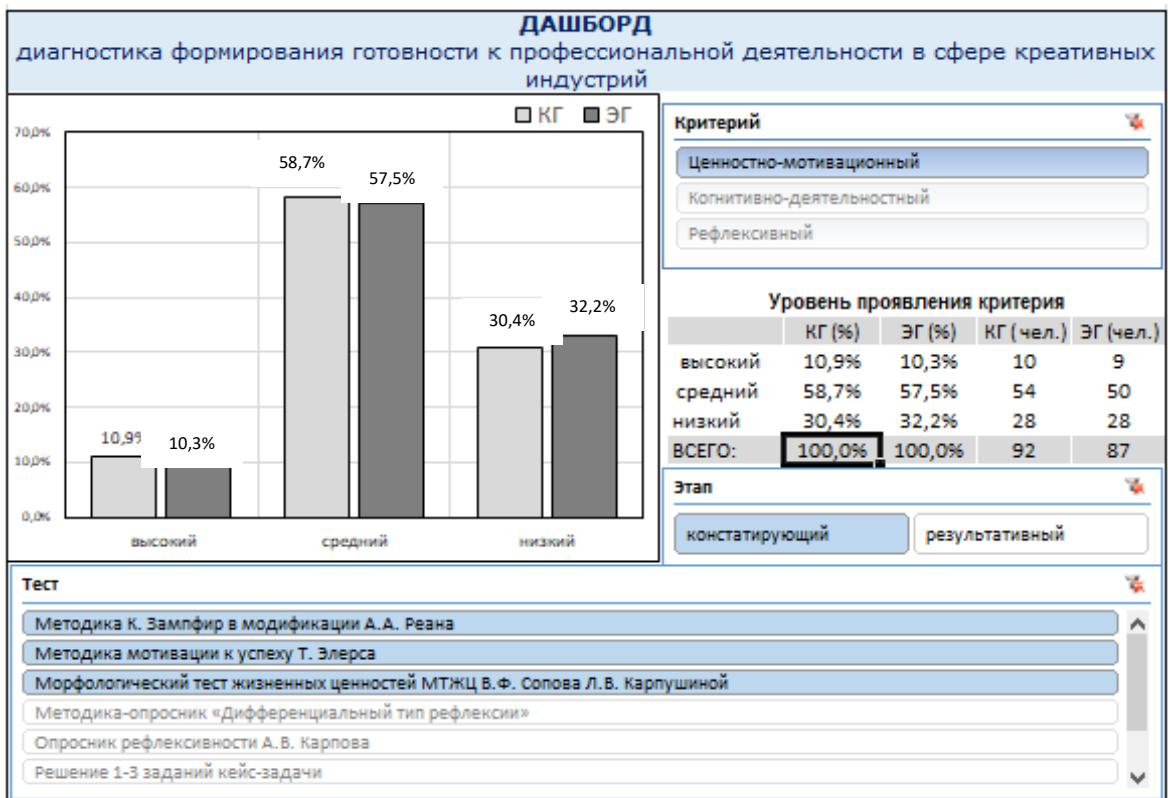


Рисунок 11 – Данные об общем уровне сформированности ценностно-мотивационного компонента готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

Таким образом, полученные результаты позволяют сделать вывод о недостаточной сформированности ценностно-мотивационного компонента готовности. Согласно полученным в ходе исследования данным, 89,7% участников экспериментальной группы и 89,1% – контрольной группы имеют низкие и средние показатели.

Вместе с тем, как было установлено на теоретическом этапе исследования, именно данный компонент определяет нацеленность на активную деятельность и креативность или инновационность, которые необходимы для успешной реализации профессиональных задач. Очевидно, существует необходимость целенаправленного формирования ценностно-мотивационного компонента готовности.

Для изучения уровня сформированности следующего компонента – *когнитивно-деятельностного* – по критерию «*понимание задач деятельности, знание способов их решения*» участникам эксперимента предлагался тест креативности Торренса. Автор-разработчик данного теста под креативностью понимает чувствительность к задачам, дефициту и пробелам знаний, стремление к объединению разноплановой информации, направленность на поиск возможных решений [161].

В тесте предусмотрены две части – вербальная и образная. В ходе его проведения производилась оценка уровня креативности по четырем параметрам: беглости, гибкости, разработанности и оригинальности.

По результатам теста были выявлены усредненные показатели, представленные на рисунке 12.

Полученные результаты свидетельствуют, что высоким уровнем понимания задач деятельности, знанием способов их решения обладают лишь 8% обучающихся экспериментальной группы и 10,9% – контрольной. Низкий уровень характерен для 43,7% участников экспериментальной и 40,2% контрольной групп соответственно.

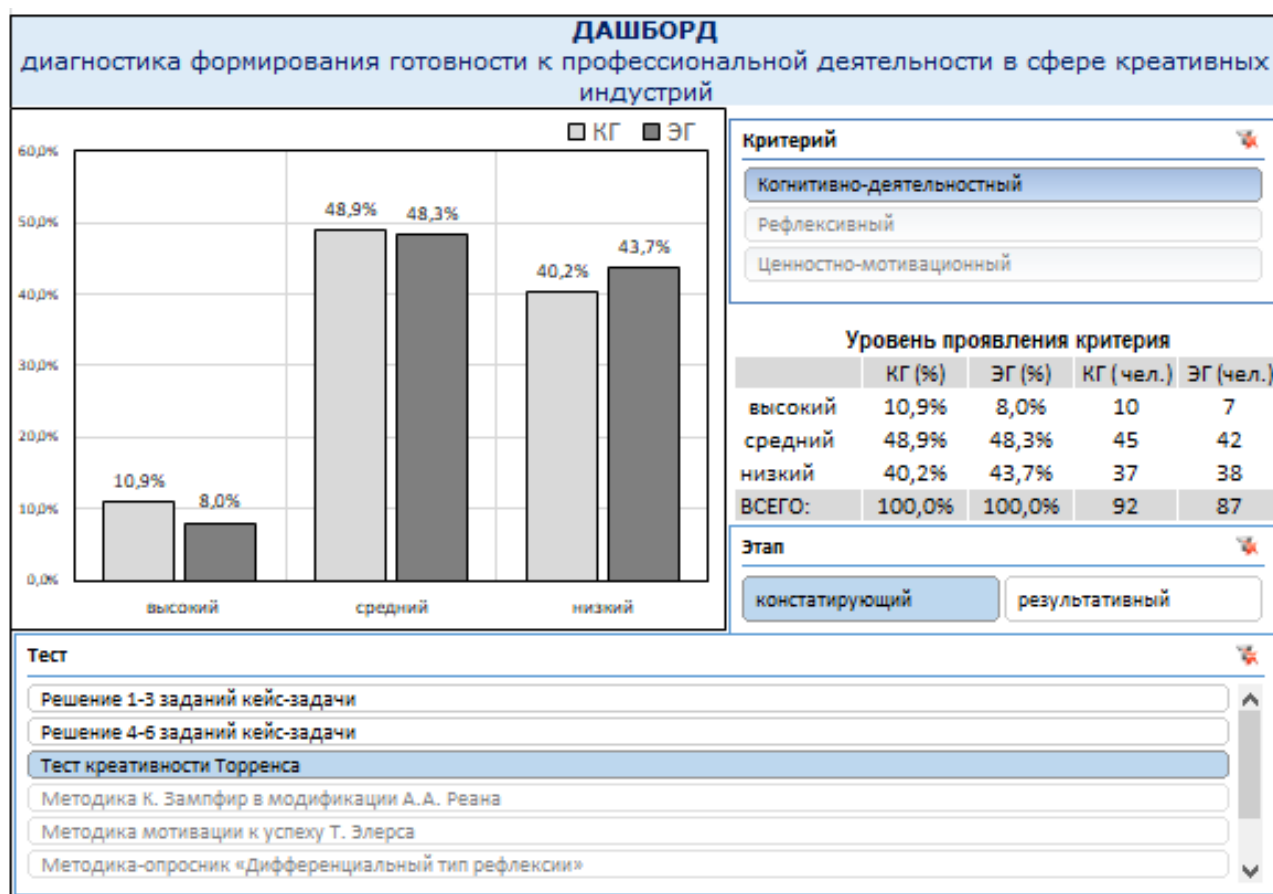


Рисунок 12 – Данные проявления когнитивно-деятельностного критерия
«понимание задач деятельности, знание способов их решения»
(по результатам теста креативности Торренса)

Диагностика по двум следующим критериям – «*владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов*» и «*владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации*» проводилась на основе кейс-задачи.

Кейс-задача носила комплексный характер и предусматривала выполнение шести заданий. Первые три задания были связаны с разработкой инновационных решений и оценивались по критерию «владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов». Следующие задания – четвертое, пятое и шестое – были направлены на разработку концепции маркетинговой кампании для инновационного продукта. Результаты их решения оценивались по критерию «владение умениями в области продвижения

конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации». Оценка проводилась следующим образом: решение одного задания – низкий уровень проявления критерия, двух заданий – средний уровень, трех заданий – высокий уровень. Задание считалось выполненным, если обучающийся в ответе учел все условия выполнения задания, а также проявил креативность и инновационность.

Приведем пример кейс-задачи, которая предлагалась обучающимся по специальности «Дизайн»:

«Ваше дизайнерское бюро получило заказ на разработку концепции дизайна нового экологического продукта (например, бутылки для воды с фильтром или многоразовой упаковки для еды).

Задание 1. Определите целевую аудиторию, сформулируйте потребности и проблемы, которые испытывает ваша целевая аудитория с текущими предложениями на рынке, охарактеризуйте сильные и слабые стороны конкурентных предложений.

Задание 2. Предложите несколько эскизов или концептов дизайна продукта.

Задание 3. Объясните, какие уникальные особенности продукта вы учли в дизайне, как он решает выявленные проблемы и потребности целевой аудитории.

Задание 4. Предложите слоган и USP (уникальное торговое предложение). Обоснуйте свой выбор.

Задание 5. Определите основные каналы продвижения продукта. Охарактеризуйте их возможности.

Задание 6. Опишите 2-3 мероприятия для продвижения продукта, определите, какие ресурсы вам понадобятся для их реализации».

Данные о результатах диагностики по критерию «владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов» представлены на рисунке 13.

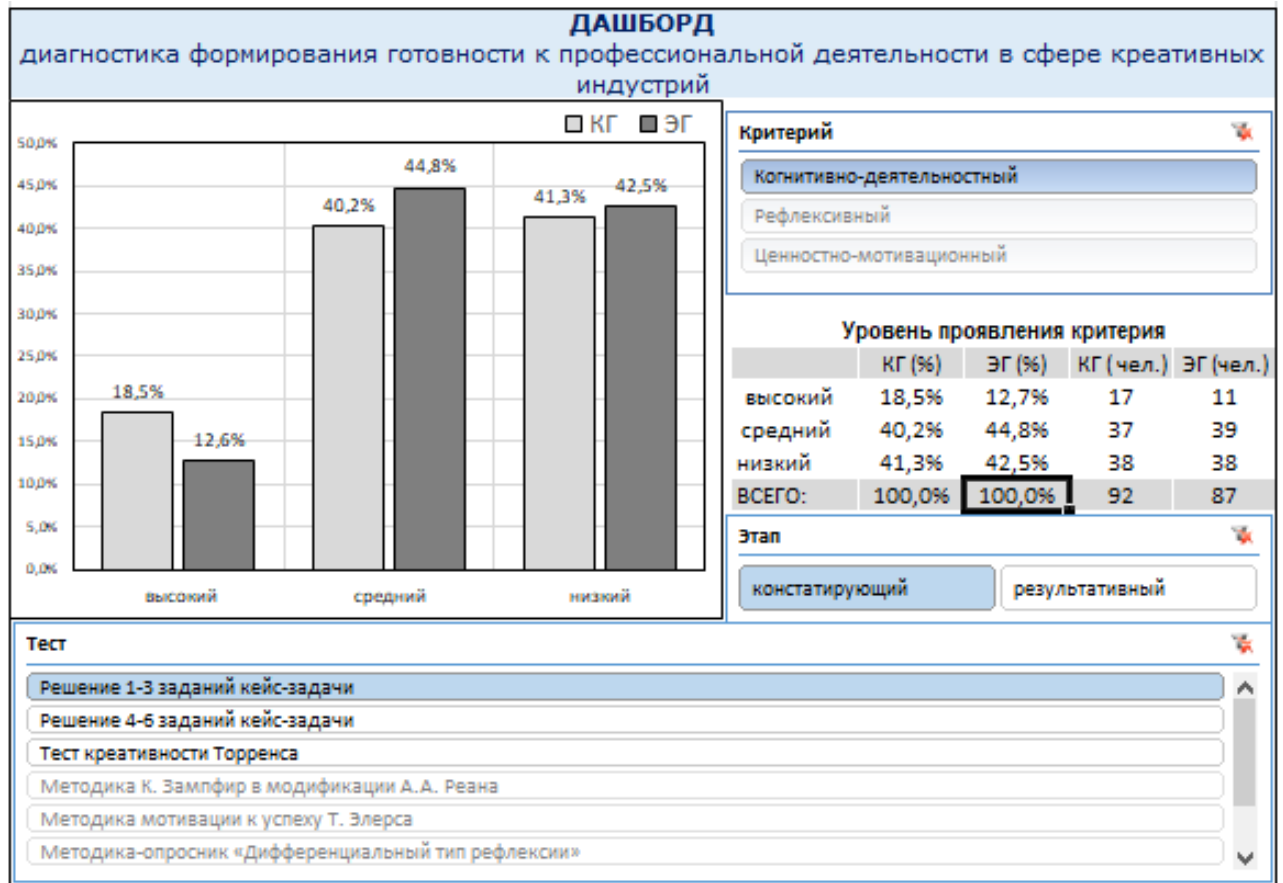


Рисунок 13 – Данные проявления когнитивно-деятельностного критерия «владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов» (по результатам решения кейс-задачи)

Результаты диагностики по критерию «владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации» систематизированы на рисунке 14.

Полученные данные позволили определить общий уровень сформированности когнитивно-деятельностного компонента (рисунок 15).

Результаты решения кейс-задачи показали, что по критерию «владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов» значительная часть участников эксперимента проявляют низкий (42,5% обучающихся в экспериментальной группе и 41,3% – в контрольной) и средний (44,8% обучающихся в экспериментальной группе и 40,2% – в контрольной) уровни.

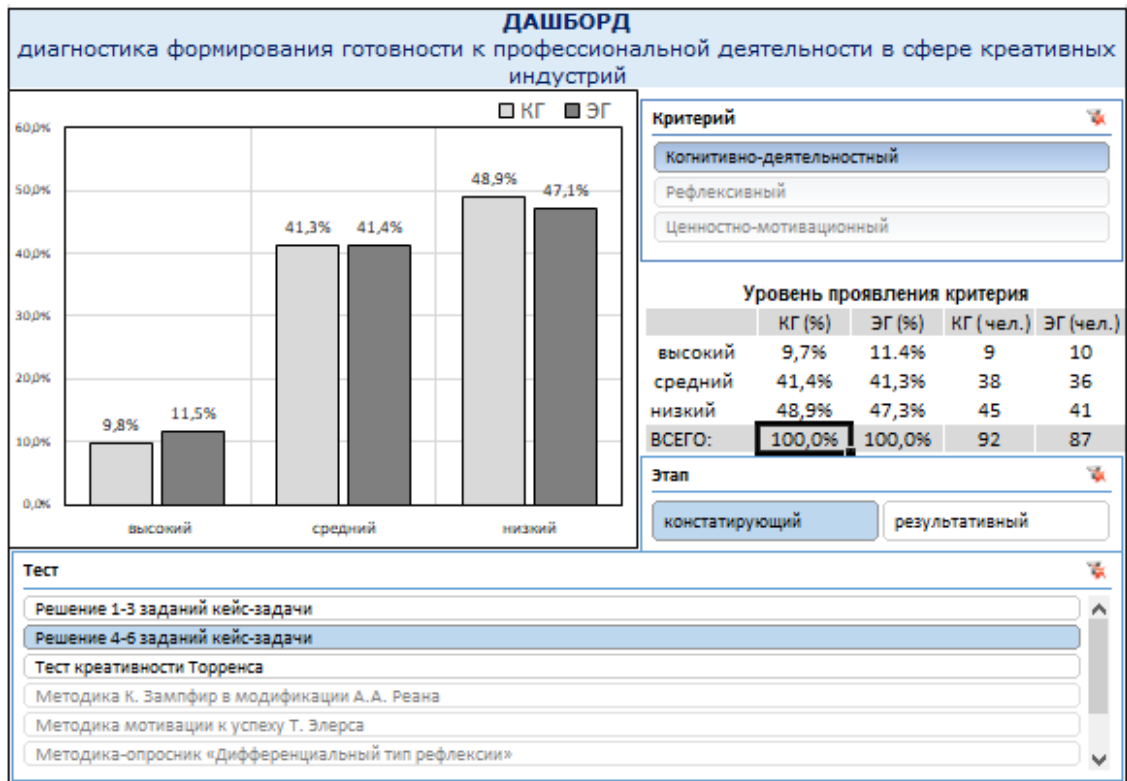


Рисунок 14 – Данные проявления когнитивно-деятельностного критерия «владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации» (по результатам решения кейс-задачи)

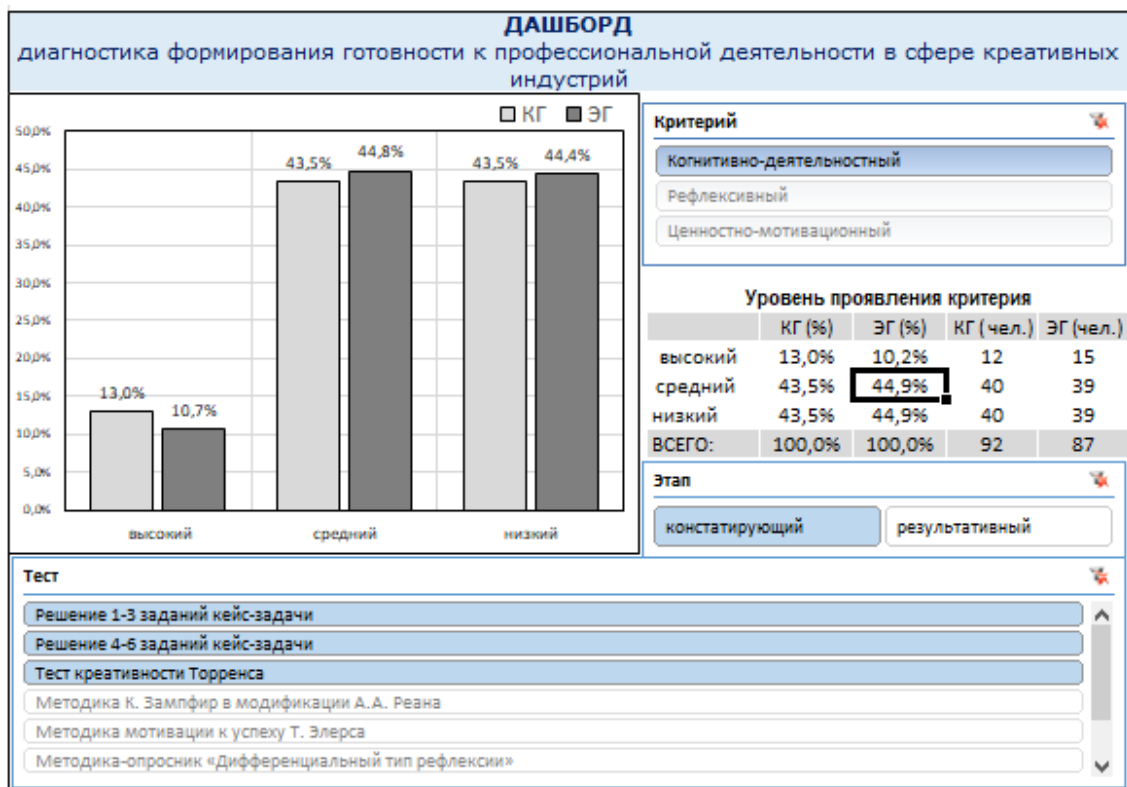


Рисунок 15 – Данные об общем уровне сформированности когнитивно-деятельностного компонента готовности

Данные проявления критерия «владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации» почти такие же: наблюдается низкий (47,3% обучающихся в экспериментальной группе и 41,4% – в контрольной) и средний (41,3% обучающихся в экспериментальной группе и 40,2% – в контрольной) уровни. Значительная часть респондентов представила полно и креативно решение одного задания. Затруднения вызвали те элементы заданий, которые требовали объяснения, характеристики, обоснования. С ними справились при решении первых трех заданий 12,7% участников экспериментальной группы, 18,5% – контрольной, при решении остальных заданий – 11,4% и 9,7% соответственно.

Оценка проявления когнитивно-деятельностных критериев свидетельствует о преобладании низкого и среднего уровней. Высокий уровень продемонстрировали 10,3% участников экспериментальной группы и 13% – контрольной.

Изучение уровня сформированности *рефлексивного компонента* проводилось по двум критериям: *«проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности»* и *«способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности»*. Для этого использовались опросник определения индивидуальной меры рефлексивности А. В. Карпова [63] и методика «Дифференциальный тип рефлексии», разработанная Д. А. Леонтьевым, Е. М. Лаптевой, Е. Н. Осиным и А. Ж. Салиховой [34].

В опроснике рефлексивности предусмотрено 27 утверждений, каждое из которых требовалось оценить по шкале от 1 до 7 (от «абсолютно неверно» до «совершенно верно»). По итогам ответов респондентов были выявлены уровни развития рефлексивности: высокий балл – высокий уровень развития; средний балл – средний уровень; низкий балл – низкий уровень. В обобщенном виде данные представлены на рисунке 16.

Интерпретация полученных данных позволяет говорить о том, что 82% участников в экспериментальной группе и 84,8% – в контрольной обладают средним и низким уровнями самооценки и самоанализа результатов деятельности.

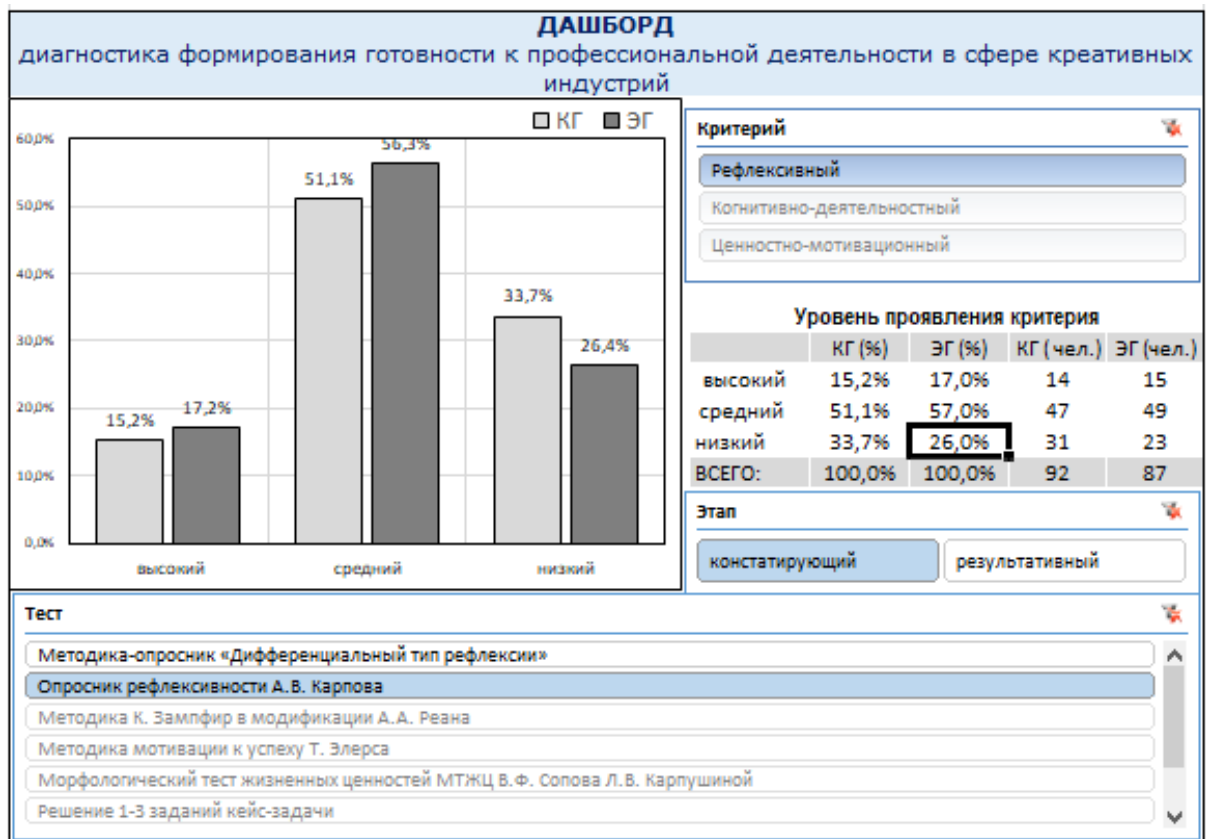


Рисунок 16 – Данные проявления рефлексивного критерия
«проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности»
(по результатам опросника рефлексивности А. В. Карпова)

Психодиагностическая методика-опросник «Дифференциальный тип рефлексии» направлена на диагностику типа рефлексии как устойчивой личностной черты. Она состоит из 30 вопросов, которые подразделяются на три шкалы: системная рефлексия (основанная на самодистанцировании и взгляде на себя со стороны, позволяет видеть одновременно полюс субъекта и полюс объекта), квазирефлексия (направленная на иной объект, уход в посторонние размышления), интроспекция (фокусом внимания является внутреннее переживание, состояние).

По результатам опроса были определены средние значения различных типов рефлексии у респондентов. Уровни типов рефлексии по числу набранных баллов в соответствии с данной методикой оцениваются в сравнении со средними нормативными значениями, для системной рефлексии они составляют 39,58, для интроспекции – 25,11, для квазирефлексии – 27,39. Результаты обработки данных представлены на рисунке 17.

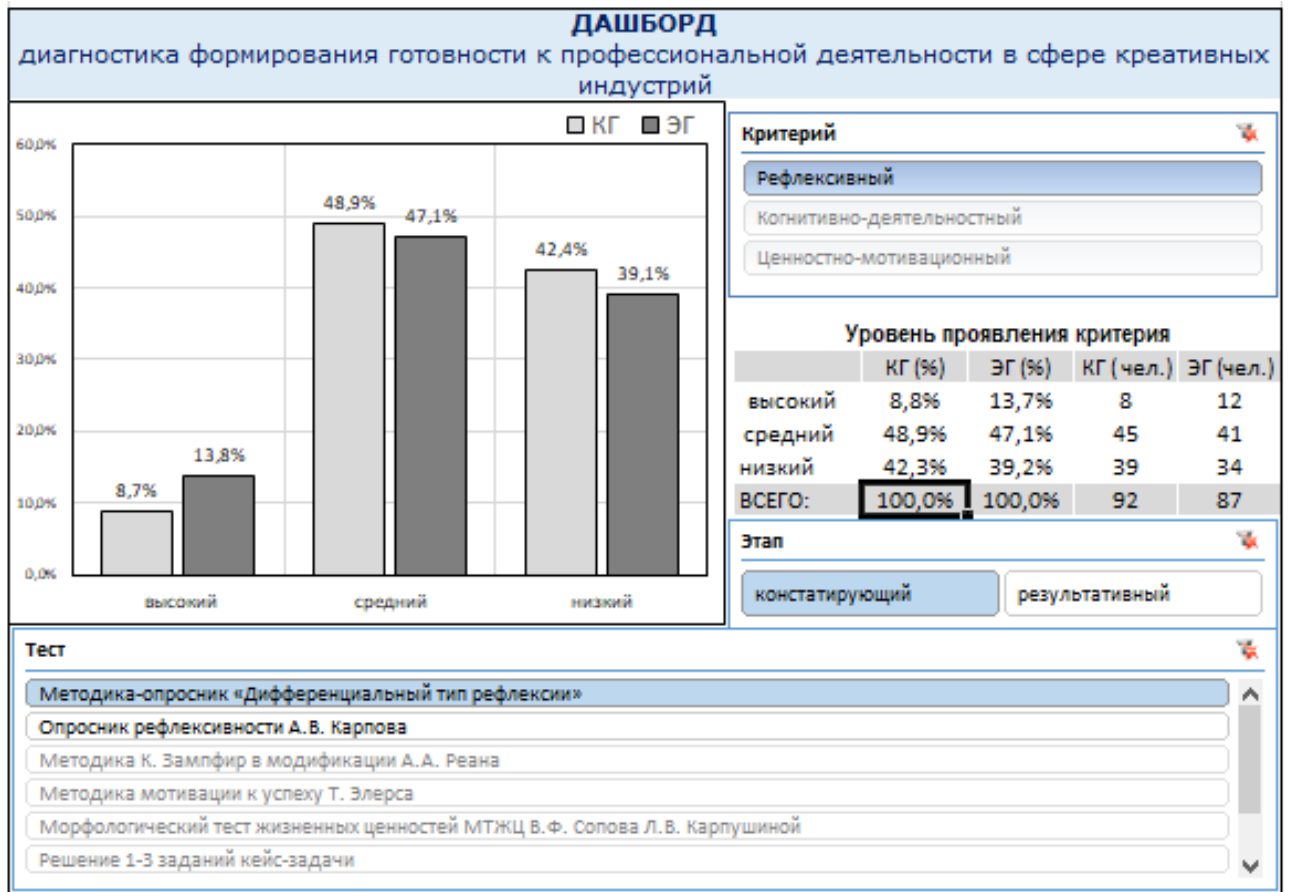


Рисунок 17 – Данные проявления рефлексивного критерия «способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности» (по результатам методики-опросника «Дифференциальный тип рефлексии»)

Как видно, только у 13,7% участников экспериментальной и 8,8% контрольной групп отмечается высокий уровень системной рефлексии, приближенный к нормативным значениям.

Общий уровень сформированности рефлексивного компонента оценивался по данным, полученным в результате применения двух методов исследования (рисунок 18).

Обобщая полученные данные, отметим, что высокий уровень сформированности рефлексивного компонента готовности к профессиональной деятельности наблюдается у 14,9% респондентов экспериментальной группы и у 12% участников контрольной группы. Почти треть обучающихся каждой группы обладает низким уровнем сформированности.

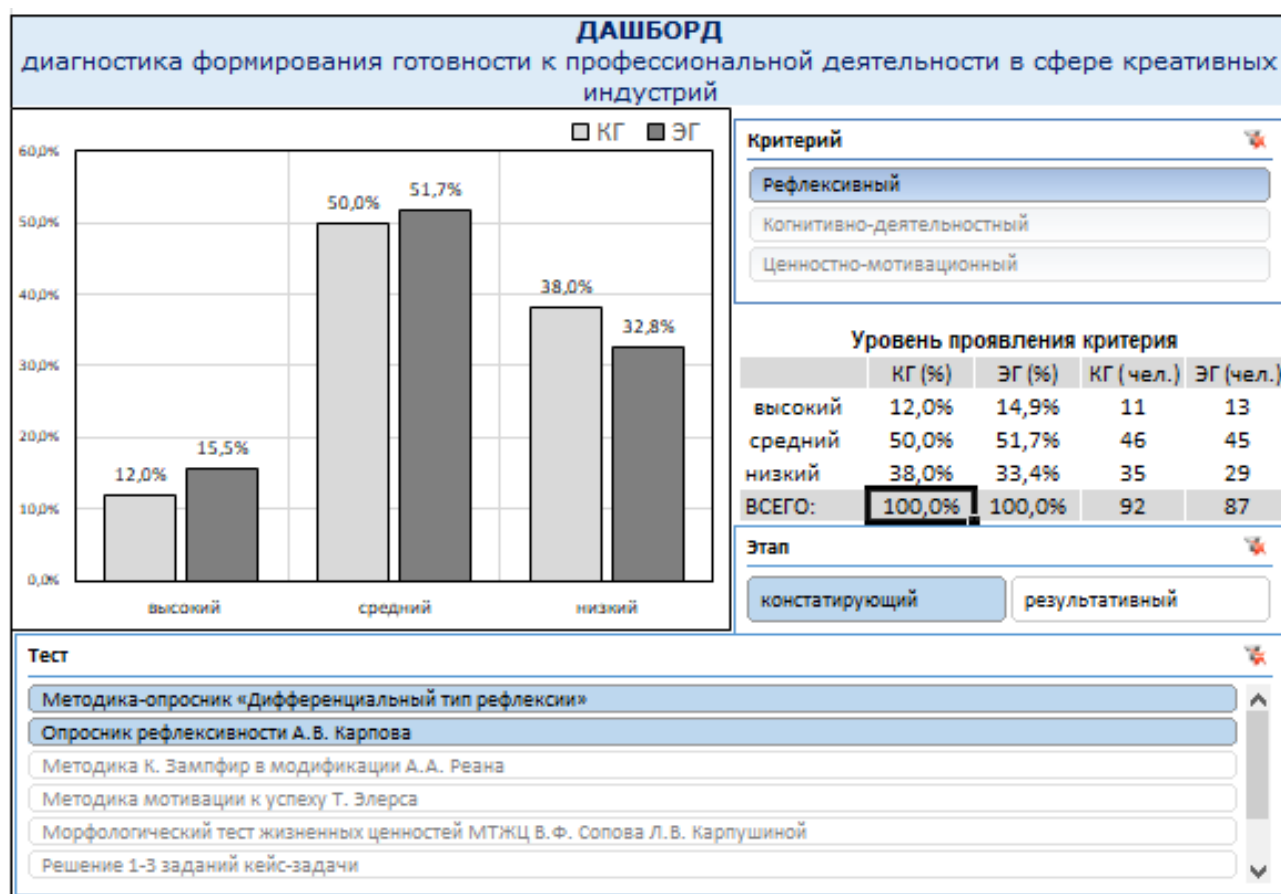


Рисунок 18 – Данные об общем уровне сформированности рефлексивного компонента готовности

Поскольку установлено, что существует закономерная и стабильная связь между уровнем развития рефлексивности и результативными параметрами и процессуальными характеристиками профессиональной деятельности [62], можно утверждать, что будущие специалисты испытывают трудности в решении профессиональных задач. Более того, невысокий уровень развития рефлексивного компонента препятствует формированию у них профессионально важных качеств, которые, в свою очередь, уже непосредственно определяют результат: благодаря рефлексивности «субъект оказывается в состоянии скоординировать и организовать все иные свои качества для эффективной реализации деятельности» [62, с. 16].

Результаты оценки уровня сформированности компонентов готовности будущих специалистов креативных индустрий к профессиональной деятельности обобщены на рисунке 19.

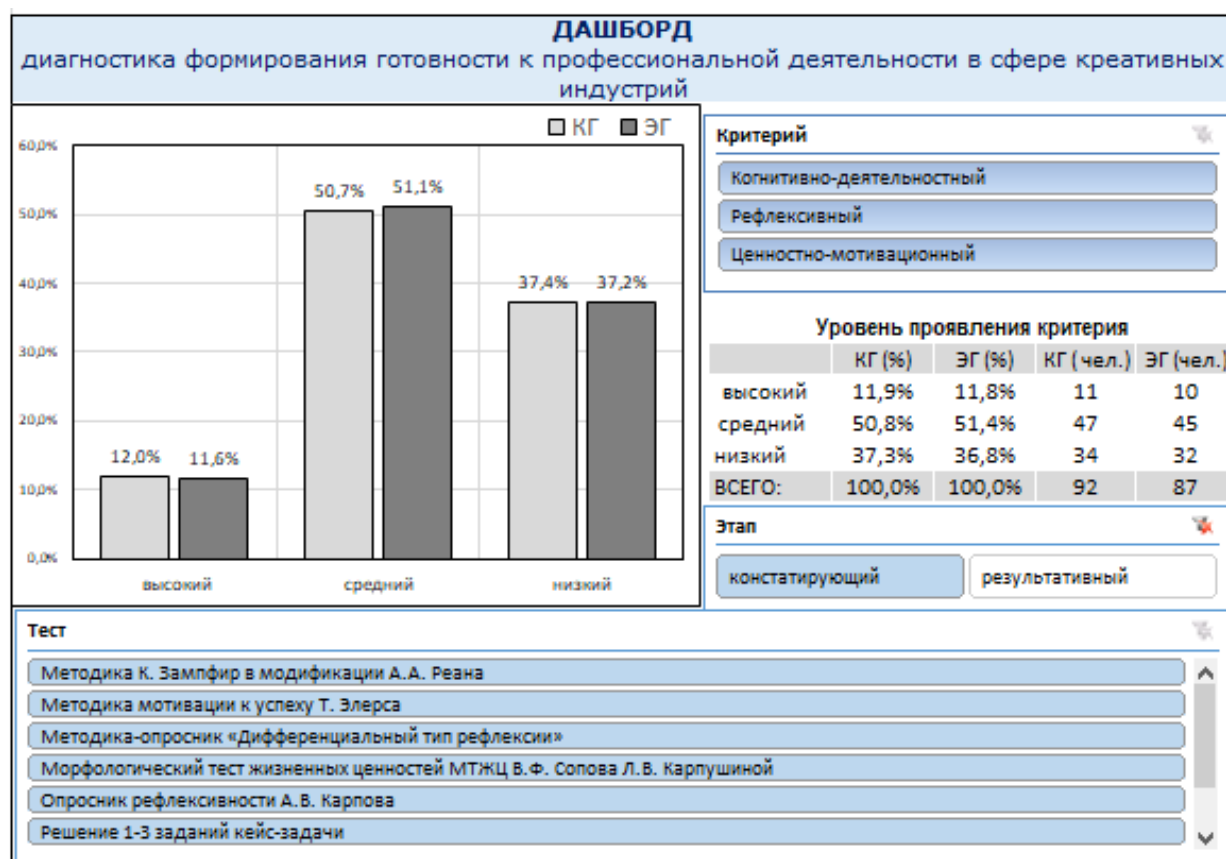


Рисунок 19 – Уровень сформированности компонентов готовности к профессиональной деятельности в экспериментальной и контрольной группах на констатирующем этапе опытно-поисковой работы

Как видно из полученных данных, и в контрольной, и экспериментальной группе значительная часть обучающихся имеют низкие и средние показатели уровня сформированности компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Так, низкие и средние показатели сформированности по ценностно-мотивационному компоненту наблюдаются у 89,7% участников экспериментальной группы и 89,1% контрольной группы; по когнитивно-деятельностному компоненту – у 89,7% участников экспериментальной группы и 87% контрольной группы; по рефлексивному – у 85,1% и 88% участников соответственно.

В целом высокий уровень сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий имеют 11,8% обучающихся экспериментальной группы и 11,9% – контрольной, средний уровень – 51,4% и 50,8%, низкий уровень – 36,8% и 37,3% соответственно.

Для статистической обработки данных, полученных в ходе констатирующего этапа, было проведено сравнение экспериментальной и контрольной групп по обобщенному показателю готовности к профессиональной деятельности с помощью критерия ϕ^* (угловое преобразование Фишера). Данный критерий позволяет установить наличие статистически значимых различий. Чем больше ϕ^* , тем различия статистически достовернее. Для расчета критерия использовался табличный редактор данных Microsoft Excel.

На рисунке 20 проиллюстрированы расчеты, которые свидетельствуют о том, что статистически значимых различий между группами на высоком уровне не обнаружено (так как уровень значимости $p > 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	0,706	12,0	
$\phi 2$	0,692	11,5	
$n1$	92	11	<- частота встречаемости признака в первой группе
$n2$	87	10	<- частота встречаемости признака во второй группе
$\phi_{эмп} = 0,096$			$p > 0,05$

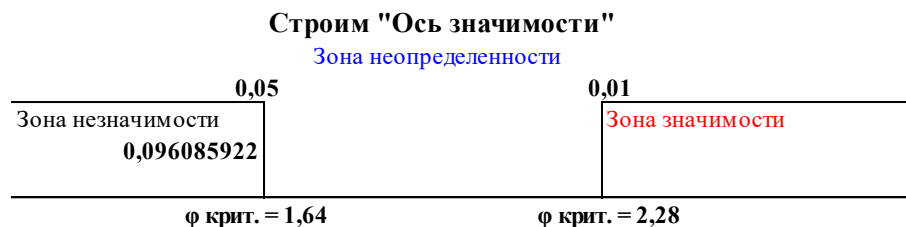


Рисунок 20 – Сравнение статистических различий между экспериментальной и контрольной группами на высоком уровне с использованием ϕ -критерия Фишера

На рисунке 21 представлены данные, полученные с использованием ϕ -критерия Фишера, которые также показывают, что статистически значимых различий между группами на среднем уровне не обнаружено (так как уровень значимости $p > 0,05$).

Рисунок 22 иллюстрирует данные, позволяющие заключить, что статистически значимых различий между группами на низком уровне не обнаружено (так как уровень значимости $p > 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	1,593	51,1	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе $n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$\phi 2$	1,605	51,7	
$n1$	92	47	<- частота встречаемости признака в первой группе <- частота встречаемости признака во второй группе
$n2$	87	45	
$\phi_{эмп} = 0,085$ $p > 0,05$			

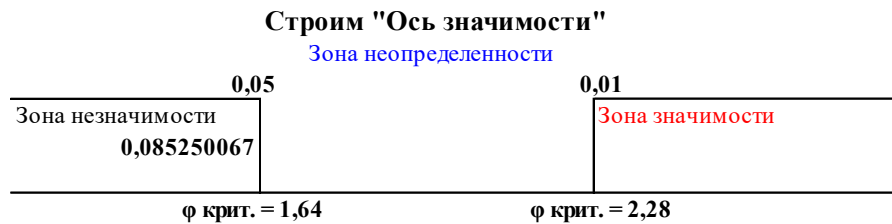


Рисунок 21 – Сравнение статистических различий между экспериментальной и контрольной группами на среднем уровне с использованием ϕ -критерия Фишера

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	1,307	37,0	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе $n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$\phi 2$	1,303	36,8	
$n1$	92	34	<- частота встречаемости признака в первой группе <- частота встречаемости признака во второй группе
$n2$	87	32	
$\phi_{эмп} = 0,024$ $p > 0,05$			

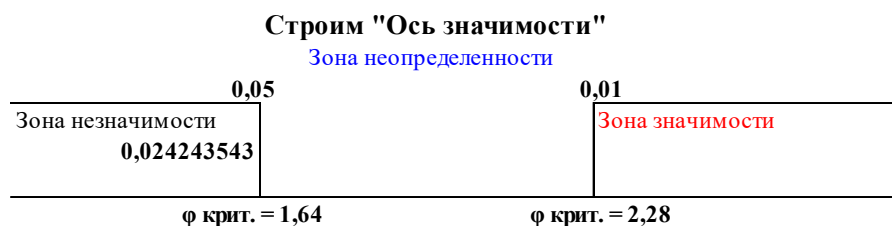


Рисунок 22 – Сравнение статистических различий между экспериментальной и контрольной группами на низком уровне с использованием ϕ -критерия Фишера

Отсюда можно сделать общий вывод: экспериментальная и контрольные группы не отличаются друг от друга по уровням обобщенного показателя готовности к профессиональной деятельности.

Итак, результаты констатирующего этапа подтвердили необходимость внедрения в педагогический процесс специально разработанной структурно-функциональной модели, включающей иммерсивную культурно-образовательную

практику как педагогическое условие формирования готовности будущих специалистов креативных индустрий к профессиональной деятельности. Полученные сведения послужили основой для разработки формирующего этапа экспериментальной работы.

2.2 Верификация модели формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий

На формирующем этапе опытно-поисковой работы устанавливалась результативность реализации процесса, построенного на основе модели формирования готовности будущих специалистов креативных индустрий к профессиональной деятельности посредством иммерсивной культурно-образовательной практики. В аспекте цели исследования требовалось проверить эффективность данной практики как решающего условия формирования исследуемой готовности.

При подготовке к эксперименту учитывалась система установленных на теоретическом этапе принципов (см. п. 1.3), условий и средств, предусмотренных иммерсивной культурно-образовательной практикой:

- участие обучающегося как творчески активного субъекта, способного к креативной/инновационной профессиональной деятельности;
- развитие неформальных связей с профессиональными сообществами и представителями креативных индустрий;
- использование спонтанных или специально созданных проблемных ситуаций, приближенных к профессиональным и требующих от будущего специалиста активных ответных действий;
- применение форм и методов, стимулирующих познавательную деятельность обучающегося и включающих его в социокультурное взаимодействие;
- проведение оценивания и контроля посредством обратной связи с экспертами, а также через фиксацию траектории индивидуальных достижений обучающегося;

– использование различных форм рефлексии.

Обращение к иммерсивной культурно-образовательной практике как технологии, реализующей один из компонентов основной образовательной программы, потребовало изучения:

– нормативных и психолого-педагогических основ практической подготовки в СПО (обозначенных в Федеральном законе от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [147], приказе Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 390 «О практической подготовке обучающихся» [112], приказе Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» и др.) [113];

– целевых установок и требований к содержанию практик, условий реализации (представленных в ФГОС СПО по специальностям, соответствующим областям креативных индустрий);

– методических рекомендаций по разработке и организации программ практик [89; 110];

– лучших реальных практик образовательных организаций, разработанных победителями ежегодного Всероссийского конкурса лучших практик подготовки кадров, который проводится Базовым центром подготовки, переподготовки и повышения квалификации рабочих кадров Национального агентства развития квалификаций при поддержке Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации, Российского союза промышленников и предпринимателей [12].

Для организации формирующего этапа были подготовлены программы учебных, концентрированных в отношении профессионального модуля практик по специальностям среднего профессионального образования: 07.02.01 Архитектура, 54.02.01 Дизайн (по отраслям), 09.02.07 Информационные системы и программирование. Исходными документами для их составления стали ФГОС СПО по специальностям [111; 114; 115], учебные планы колледжей по специальностям, программы профессиональных модулей по специальностям. При разработке каж-

дой программы практики учитывался алгоритм действий, отраженный в методических рекомендациях: определялось место практики в структуре основной образовательной программы, уточнялись цели и задачи, планируемые образовательные результаты, разрабатывалась структура и содержание практики, конкретизировались условия реализации, отбирался комплекс форм проведения и др.

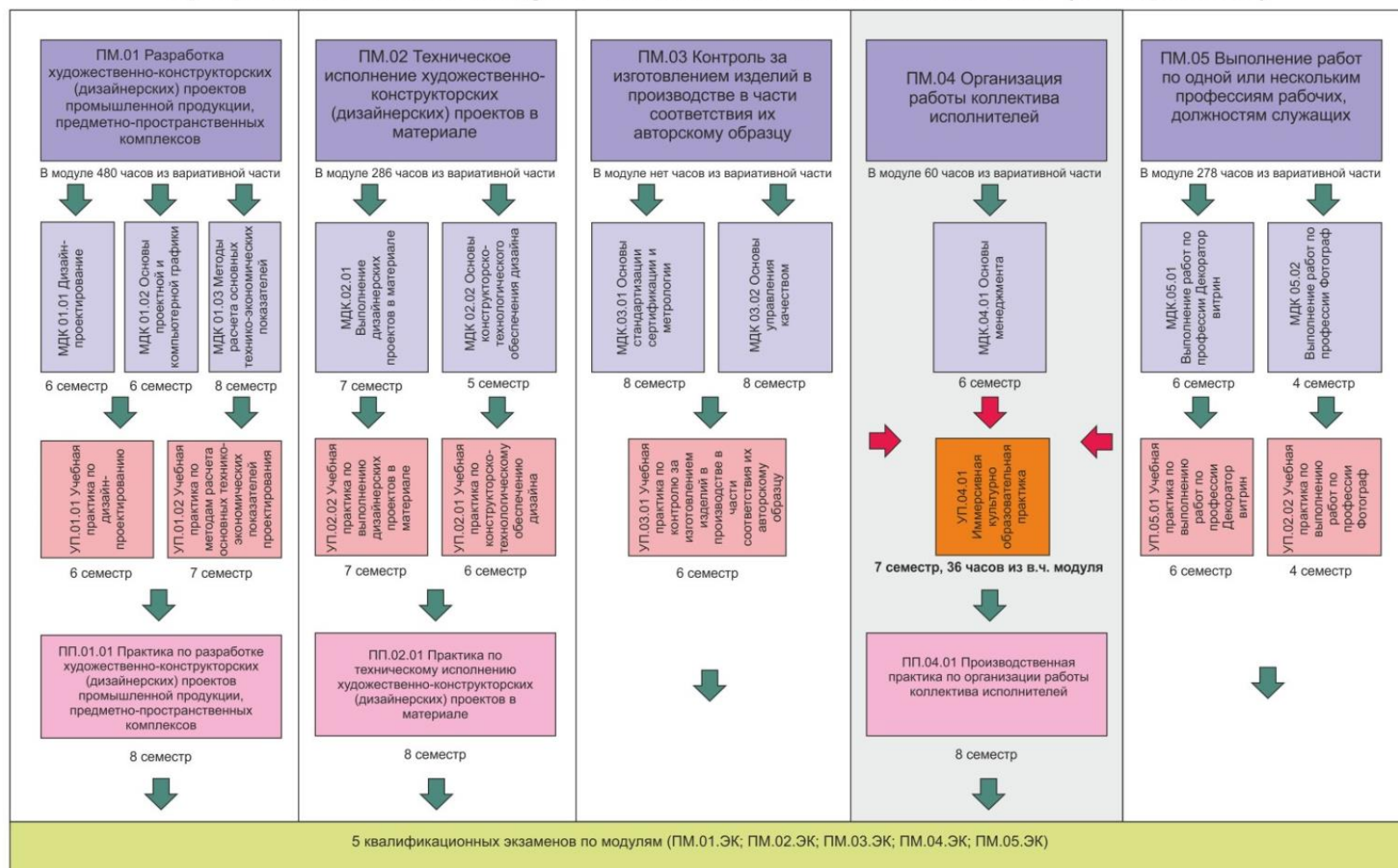
Так, например, в соответствии со структурой основной образовательной программы и учебным планом ГПОУ «Кузбасский колледж архитектуры, строительства и цифровых технологий» по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), а также с учетом необходимости провести практику на третьем – определяющем (креативно-прикладном) – этапе формирования готовности к профессиональной деятельности, был определен вид и место: учебная практика по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей».

На рисунке 23 проиллюстрировано место практики в структуре основной образовательной программы 54.02.01 Дизайн (по отраслям) (для специальностей 07.02.01 Архитектура, 09.02.07 Информационные системы и программирование – в приложении Г). Данная учебная практика выделена в рамках вариативной части образовательной программы. Это объясняется наличием возможности за счет данной части расширить и (или) углубить подготовку, которая предусмотрена содержанием обязательной части образовательной программы.

Согласно нормативным источникам, использование вариативной части определяется необходимостью получения дополнительных компетенций, умений и знаний с целью усилить конкурентоспособность выпускника, обеспечить его трудоустройство и адаптацию на рынке труда.

Выбор учебного вида практики объясняется ее направленностью на формирование у обучающихся первоначального практического опыта. Учебная практика готовит к дальнейшему освоению специальности, в том числе прохождению производственной практики. Она обеспечивает переход от теоретического формата обучения к практическому, позволяет использовать разнообразные индивидуально-групповые формы обучения. Таким образом, будучи компонентом образовательной программы, учебная практика может быть реализована как иммерсивная культурно-образовательная.

Профессиональные модули специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)



Примечание. УП.04.01 Иммерсивная культурно образовательная практика выделена из вариативной части модуля ПМ.04 за счет уменьшения часов МДК.04.01 Основы менеджмента (- 36 часов из 104 часов). Это доступное решение, так как обязательными являются 44 часа.

Рисунок 23 – Место иммерсивной культурно-образовательной практики
в структуре основной образовательной программы 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Чтобы учесть данные, полученные на констатирующем этапе эксперимента, и связать планируемые результаты практик с реальными условиями и особенностями реализации бизнес-процессов в секторе креативной экономики, при разработке программ потребовалось провести конкретизацию требований ФГОС, а именно результатов освоения профессионального модуля.

Пример конкретизации результатов освоения профессионального модуля ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей» по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Конкретизация результатов освоения профессионального модуля ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей» специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Показатели освоения компетенции, соответствующие ФГОС	Показатели освоения компетенции, полученные по итогам конкретизации
ВД 4	Организация работы коллектива исполнителей		
ПК 4.1	Планировать работу коллектива	Практический опыт: планирования работы коллектива исполнителей	Практический опыт: планирования работы коллектива исполнителей по организации взаимодействия с заказчиками, поставщиками, потребителями, подрядчиками на аутсорсе и др.; планирования работы коллектива по организации товародвижения: отслеживанию спроса на товары с опорой на знания о юнит-экономике, рынке торговых площадок, торговых матрицах, ABC- и XYZ-анализах, позиционированию бренда и продвижению товаров и др.; планирования работы коллектива по изучению целевой аудитории и рынка, разработки маркетингового плана, работы с бухгалтерскими и финансовыми сервисами, сервисами по управлению складами (1С, SAP, Ахapta, «МойСклад») и дополнительными системами аналитики товаров (например, MPSTATS) и др.

Продолжение таблицы 5

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Показатели освоения компетенции, соответствующие ФГОС	Показатели освоения компетенции, полученные по итогам конкретизации
		Умения: принимать самостоятельные решения по вопросам совершенствования организации управленческой работы в коллективе	Умения: принимать самостоятельные решения по вопросам совершенствования организации управленческой работы в коллективе
ПК 4.2	Составлять конкретные технические задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт	Практический опыт: составления конкретных технических заданий для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт	Практический опыт: оценки и диагностики конкретных требований заказчика проекта; определения путей, способов, стратегий решения проблемных ситуаций в реализации дизайн-проекта; разработки технических заданий, оформления технологических карт
		Умения: составлять техническое задание для реализации дизайн-проекта	Умения: составлять техническое задание для реализации дизайн-проекта
ПК 4.3	Контролировать сроки и качество выполненных заданий	Практический опыт: контроля сроков и качества выполненных заданий	Практический опыт: контроля сроков и качества выполненных заданий; контроля соответствия выполненных заданий законодательству в области коммерции и защиты прав потребителей, правилам продажи и доставки товаров и др.
		Умения: осуществлять контроль деятельности персонала	Умения: осуществлять контроль деятельности персонала
ПК 4.4	Осуществлять прием и сдачу работы в соответствии с техническим заданием	Практический опыт: работы с коллективом исполнителей, приема и сдачи работы в соответствии с техническим заданием	Практический опыт: работы с коллективом исполнителей, приема и сдачи работы в соответствии с техническим заданием
		Умения: управлять работой коллектива исполнителей	Умения: управлять работой коллектива исполнителей

В соответствии с результатами обучения были определены задачи практик. Приведем пример задач практики по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей» специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям):

1. Погружение обучающегося в социокультурное пространство сферы креативных индустрий, усиление интереса к данной сфере и создание условий для активного, свободного и осознанного участия в организации работы коллектива исполнителей, направленной на решение реальных задач бизнес-процессов и использование применяемых в них документации, программных продуктов.

2. Освоение обучающимися алгоритмов и форм выполнения основных видов работ, связанных с профессиональной деятельностью «Организация работы коллектива исполнителей», а также корпоративных норм и ценностных ориентаций, функционирующих в профессиональном коллективе.

3. Развитие неформальных связей обучающихся с профессиональными сообществами и представителями креативных индустрий, освоение форм профессиональной коммуникации с партнерами, заказчиками дизайн-проекта, поставщиками, потребителями, подрядчиками и др.

Концептуальная идея отбора содержания иммерсивной культурно-образовательной практики заключалась в том, что обучающиеся должны погрузиться в реалии профессиональной деятельности, освоить ее функции и ценности. Поэтому необходимо было, с одной стороны, обеспечить последовательное расширение освоения круга общих и профессиональных компетенций, приобретение обучающимися опыта практической деятельности, с другой – смоделировать целостное содержание, формы и условия основного вида профессиональной деятельности, то есть организовать обучение в соответствии с логикой решения профессиональных задач. Например, для специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) такие задачи должны быть связаны с основным видом деятельности «Организация работы коллектива исполнителей», то есть с планированием работы коллектива, определением технических заданий для реализации дизайн-проекта,

осуществлением контроля сроков и качества выполненных заданий, приема и сдачи работы.

Отсюда в содержании практик были предусмотрены сквозные ситуационные задачи, связанные с организацией работы конкретного коллектива исполнителей, и кейс-задачи, соответствующие различным видам работ, а также задачи, требующие решения проблемных ситуаций. Перечень видов работ практики по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей» специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Виды работ на учебной практике ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей» специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Показатели освоения компетенции, полученные по итогам конкретизации	Виды работ на практике (задания), которые должен выполнить студент
ВД 4	Организация работы коллектива исполнителей		
ПК 4.1	Планировать работу коллектива	Практический опыт: планирования работы коллектива исполнителей по организации взаимодействия с заказчиками, поставщиками, потребителями, подрядчиками на аутсорсе и др.; планирования работы коллектива по организации товародвижения: отслеживанию спроса на товары с опорой на знания о юнит-экономике, рынке торговых площадок, торговых матрицах, ABC- и XYZ-анализах, позиционированию бренда и продвижению товаров и др.; планирования работы коллектива по изучению целевой аудитории и рынка, разработке маркетингового плана, работе с бухгалтерскими и финансовыми сервисами (1С, SAP, Ахарт), сервисами по управлению складами («МойСклад») и дополнительными системами аналитики товаров (например, MPSTATS) и др.	Организация и планирование работы коллектива исполнителей. Разработка плана действий по выполнению задания

Продолжение таблицы 6

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций	Показатели освоения компетенции, полученные по итогам конкретизации	Виды работ на практике (задания), которые должен выполнить студент
ПК 4.2	Составлять конкретные технические задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт	Практический опыт: оценки и диагностики конкретных требований заказчика проекта; определения путей, способов, стратегий решения проблемных ситуаций в реализации дизайн-проекта; разработки технических заданий, оформления технологических карт	Составление конкретных заданий для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт. Разработка матрицы распределения функций и ответственности при выполнении задания
ПК 4.3	Контролировать сроки и качество выполненных заданий	Практический опыт: контроля сроков и качества выполненных заданий; контроля соответствия выполненных заданий законодательству в области коммерции и защиты прав потребителей, правилам продажи и доставки товаров и др.	Осуществление контроля объемов и сроков выполнения заданий. Разработка критериев оценки качества выполненных заданий
ПК 4.4	Осуществлять прием и сдачу работы в соответствии с техническим заданием	Практический опыт: работы с коллективом исполнителей, приема и сдачи работы в соответствии с техническим заданием	Прием и сдача работы в соответствии с техническим заданием

Для организации учебной практики по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) в программе было предусмотрено проведение мероприятий на базе Центра развития компетенций проектного управления «Точка кипения» как пространства встреч субъектов креативной деятельности [93]. Выбор данной площадки был вызван необходимостью выведения обучающихся как будущих субъектов креативных индустрий в поле профессиональной практики [93], создания неформальных условий для их взаимодействия с наставниками и представителями профессиональной сферы.

Для проведения практик были выбраны формы, стимулирующие познавательную деятельность обучающихся и включающие их в социокультурное взаимодействие, то есть создающие эффект «культуры участия»: виртуальная экскурсия, проблемная лекция, деловая игра, кейс-стади.

Кратко охарактеризуем особенности проведения практик.

Учебные практики проводились в формате иммерсивных культурно-образовательных практик в соответствии со следующими этапами: вводным, основным, заключительным. Данные этапы и формы их реализации представлены в таблице 7 на примере специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Таблица 7 – Этапы и формы учебной практики по ПМ.04 «Организация работы коллектива исполнителей» специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Тема занятия. Содержание работ	Форма проведения	Количество часов
Вводный этап		
1. Виртуальная экскурсия по интернет-ресурсам для креативных людей. 2. Проблемная лекция эксперта-наставника: «Как привлечь клиентов: каналы и методы продвижения». 3. Деловая игра «От идеи к финансовому успеху»	Экскурсия, проблемная лекция, деловая игра	6
Основной этап		
1. Организация и планирование работы коллектива исполнителей. Разработка плана действий по выполнению задания. 2. Составление конкретных заданий для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт. Разработка матрицы распределения функций и ответственности при выполнении задания. 3. Осуществление контроля объемов и сроков выполнения заданий. Разработка критериев оценки качества выполненных заданий. 4. Прием и сдача работы в соответствии с техническим заданием	Кейс-задачи: 1) ситуационные задачи; 2) задачи, моделирующие содержание и логику основного вида профессиональной деятельности; 3) задачи, основанные на проблемных ситуациях	24
Заключительный этап		
1. Подготовка отчетных документов по практике, подготовка к защите портфолио. 2. Проведение внутренней оценки проведенной работы (коллективом исполнителей) и внешней (наставником) 3. Рефлексия	Портфолио (перечень документов см. в приложении Д). Форма оценивания – рейтинг обучающегося, эссе («Готов(а) ли я начать свою карьеру в креативной индустрии?»)	6
Всего в шестом семестре		36

На каждом из этапов выполнялись свои задачи.

На *вводном этапе* решалась задача по погружению обучающихся в социокультурное пространство сферы креативных индустрий. Представленные в таблице 7 мероприятия, соответствующие данному этапу, проводились на базе Центра развития компетенций проектного управления «Точка кипения».

Цель *виртуальной экскурсии* по интернет-ресурсам для креативных людей (Креативно.РФ, IdeasMaker, Артпримус, Propr.me и др.) состояла в том, чтобы познакомить с персоналиями и творческими объединениями, креативными идеями и проектами, а также с историями успеха в креативной индустрии. Такая форма проведения экскурсии повысила вовлеченность обучающихся, а содержание усилило интерес к будущей профессиональной деятельности и сфере креативных индустрий.

Выбор *проблемной лекции* был обусловлен дидактическими возможностями данной формы речи, которая, как установлено, представляет собой научно-популярный дискуссионный (полемический) монолог и содержит особым образом организованную учебно-научную информацию, вызывающую познавательное затруднение (проблемную ситуацию) и требующую критической оценки [36].

Лекция проводилась практикующим специалистом креативной индустрии по теме «Как привлечь клиентов: каналы и методы продвижения». Ее цель заключалась в том, чтобы охарактеризовать проблему продвижения товаров и услуг, поделиться опытом решения проблемы, тем самым вызвать у будущих специалистов креативных индустрий потребность в новых профессиональных знаниях и умениях.

На вводном этапе использовалась деловая игра. Выбор данной формы объясняется тем, что игра позволяет осваивать стратегии поведения, менять виды деятельности, преодолевать барьеры и достигать цели [110, с. 80]. Она создает мотивирующую среду, в которой процесс освоения новых компетенций, умений, знаний носит естественный и непроизвольный характер. По мнению Й. Хёйзинга, всякая игра – это свободная деятельность: свобода экспериментировать, свобода самовыражения, свобода совершать ошибки и исправлять их безболезненно

[153, с. 27]. Игра дает возможность выйти за рамки обыденной жизни, основана на состязательности, соревновании, ценности выигрыша. Кроме того, игровая деятельность активизирует коммуникативные навыки, навыки социального и социокультурного взаимодействия.

Игра «От идеи к финансовому успеху» актуализировала знания обучающихся в области теории маркетинга и коммерциализации креативных идей. Она предполагала командную разработку плана коммерциализации продукта одного из креативных проектов «Ковер-самолет», «Сапоги-скороходы» или «Конек-горбунок». В ходе игры необходимо было уточнить потребительские характеристики продукта, сформулировать выгоды, которые потребитель сможет получить от его использования, выявить основных конкурентов, определить потенциальных инвесторов, придумать креативную идею продвижения продукта и выбрать способы ее донесения до потенциальных покупателей (описание содержания и хода игры представлено в приложении Е).

На этом же вводном этапе осуществлялось знакомство с наставниками. Участие наставника в иммерсивной культурно-образовательной практике способствовало созданию рабочей атмосферы, повышало уровень вовлеченности обучающихся в работу, содействовало проявлению у них инициативы и креативности.

На *основном этапе* практики обучающиеся выступали руководителями коллективов исполнителей, которые состояли из студентов II курса. Им ставилась задача: организовать деятельность коллектива исполнителей по разработке уникального предложения продвижения нового товара (услуги) с применением современных маркетинговых инструментов. Данная задача конкретизировалась более частными комплексными задачами, в том числе задачами, основанными на проблемных ситуациях.

Причины использования *кейс-задач* на данном этапе заключались в том, что основу этой формы составляет имитационное моделирование, и «при технологически выстроенной работе с конкретной ситуацией происходит „погружение“ студентов в контекстные обстоятельства и условия, собственное понимание ситуации, оценивание обстановки, определение проблемы и ее сути» [1, с. 41].

Приведем примеры *сквозных ситуационных задач* для отдельных команд:

1. Ваша команда разрабатывает прототип multifunctional многоразовой упаковки для продуктов. Организуйте ее работу.
2. Ваша команда разрабатывает сувенирные открытки «Рождественские истории» для использования в корпоративных подарках на Новый год. Организуйте ее работу.
3. Ваша команда разрабатывает маршрутные листы для туристов, посещающих достопримечательности вашего города. Организуйте ее работу.
4. Ваша команда разрабатывает проект редизайна мобильного приложения для стартапа, занимающегося доставкой еды. Организуйте ее работу.
5. Ваша команда разрабатывает дизайн упаковки для нового продукта компании, которая производит экологически чистые продукты питания (например, органические закуски). Организуйте ее работу.

Примеры кейс-задач, соответствующих *ситуационным и моделирующим содержанием и логике профессиональной деятельности*:

1. Составьте список необходимых участников проекта, создайте визуальную карту взаимодействия с отображением ролей участников, определите каналы взаимодействия, разработайте соответствующие формы (письма, презентации, отчеты и пр.).
2. Определите материалы и ресурсы для реализации проекта, составьте список потенциальных поставщиков, охарактеризуйте, как вы будете управлять взаимодействием с ними (график поставок, качество, стоимость). Определите задачи, которые можно передать на аутсорсинг, разработайте план работы с аутсорсерами, предложите способы взаимодействия с ними.
3. Определите целевую аудиторию своего проекта, создайте персоны пользователей, разработайте анкету для сбора информации об их потребностях. Опишите потребности и предпочтения, которые необходимо учитывать при разработке дизайна.
4. Определите основные показатели юнит-экономики (стоимость привлечения клиента, пожизненная ценность клиента, маржинальность и др.). Изучите су-

существующие торговые площадки и выберите те, которые вам подходят. Создайте торговую матрицу для вашего товара. Проведите ABC/XYZ-анализ. Изучите основные функции и преимущества платформ, таких как 1C, SAP, Ахапта, и возможности их применения в вашем проекте. Оцените текущие процессы управления запасами и складами (например, «МойСклад»), разработайте предложения по оптимизации работы склада и логистики. Определите возможности использования систем аналитики (MPSTATS) для мониторинга продаж. Составьте детальный отчет с основными выводами и рекомендациями по улучшению работы бухгалтерских, финансовых и складских процессов.

5. Сформулируйте маркетинговые цели. Разработайте маркетинговую стратегию по продвижению вашего товара с использованием различных каналов (социальных сетей, email-рассылки и т. д.). Создайте прототип одного из рекламных материалов (баннер, пост в социальной сети и т. д.). Оформите результаты в виде маркетингового плана с предложенными мероприятиями, распределением бюджета, графиком исполнения.

6. Проведите интервью с заказчиком (можно смоделировать диалог) для определения его ожиданий и ключевых потребностей. Выясните, какие примеры дизайна (конкурентов или референсных проектов) нравятся заказчику и почему. Подготовьте список вопросов, значимых для разработки дизайна.

7. На основе полученной информации подготовьте проект технического задания. Включите в техническое задание компоненты: цели и задачи проекта; описание целевой аудитории; основные функциональные требования; визуальные предпочтения; используемые ожидаемые сроки выполнения; этапы работы.

8. Составьте график работы с обозначением ключевых задач и сроков. Установите промежуточные контрольные точки для мониторинга процесса выполнения. Создайте список критериев, по которым будет оцениваться качество выполненных заданий (соответствие требованиям технического задания, функциональность визуальных элементов, удобство для целевой аудитории, соответствие ожиданиям заказчика и пр.).

9. Определите методы и инструменты для контроля выполнения заданий. Создайте систему обратной связи внутри команды, установите график собраний для обсуждения проблем и доработок. Предложите механизмы для получения отзывов от заказчика на промежуточных этапах работы.

10. Изучите основные законы и нормативные акты, касающиеся защиты прав потребителей, правил продажи товаров, условий доставки и возврата продукции. Составьте список требований, которые необходимо учесть при разработке дизайна. Найдите примеры дизайна, соответствующего требованиям законодательства. Сравните данные примеры с потенциальным дизайном, который разрабатывает ваша команда. Определите, какие элементы должны быть адаптированы или добавлены для соблюдения требований (например: наименование товара, состав и методы использования, условия хранения, сведения о производителе). Включите элементы, которые привлекут целевую аудиторию (сертификаты, значки и пр.). Составьте сводное техническое задание для дизайнерского проекта с учетом всех правовых требований. Установите, какие тесты (например, определяющие безопасность упаковки) необходимо провести перед реализацией товара, какие документы будут необходимы для соответствия требованиям.

Образец кейс-задачи, требующей решения *проблемной ситуации*: Оцените проблемную ситуацию. Воспользуйтесь технологией SWOT-анализа (определите сильные и слабые стороны, возможности, угрозы) для оценки влияния ситуации на проект. Придумайте три возможных варианта стратегии решения (дополнительные исследования, улучшение коммуникации, пересмотр графика выполнения задач и пр.). Предложите план действий для каждой стратегии, включающий ответственных участников, ожидаемых результатов, сроков выполнения, ключевые показатели, по которым будет оцениваться результат и др.

Примеры проблемных ситуаций:

1. В процессе вашей работы заказчик внезапно изменил требования, добавив несколько новых. Это может повлиять на сроки выполнения проекта.

2. Команде не удалось составить характеристику потребительских предпочтений целевой аудитории. Возможно, что разработанный дизайн не будет соответствовать пользовательским ожиданиям.

3. Внутри команды возникли разногласия по поводу реализации функций и визуализации товара, что привело к рассогласованности в работе.

Завершающий этап практики был ориентирован на подготовку отчетных документов по практике, к защите портфолио, включающего визуальную карту взаимодействия с участниками проекта, план работы с поставщиками и аутсорсерами, персоны пользователей и анкету для сбора информации об их потребностях, торговую матрицу товара, отчет с основными выводами и рекомендациями по улучшению работы бухгалтерских, финансовых и складских процессов, маркетинговый план и др. Составлялся рейтинг участников практики, который предусматривал два вида оценок – внутреннюю, выставленную обучающемуся коллективом исполнителей, работу которого он организовывал, и внешнюю (оценку наставника).

Результаты проделанной работы обсуждались в форме рефлексивного диалога, в ходе которого эксперт фиксировал трудности, которые возникли у обучающихся, а также предложения для их преодоления, затем анализировал и высказывал свое мнение, тем самым моделировалась ситуация сбора информации о профессиональных проблемах, формировалось представление о вариативности инновационных решений. Кроме того, обучающимся было предложено написать эссе на тему «Готов(а) ли я начать свою карьеру в креативной индустрии?». Такой выбор различных форм рефлексии и саморефлексии (рефлексивный диалог, рефлексивное эссе) был обусловлен потребностью организовать критическое переосмысление профессиональной деятельности, что, по мнению В. А. Чупиной, способствует «выходу на новую норму в личностно-профессиональном развитии, обеспечивает возможность перехода к более высоким результатам деятельности» [159, с. 160].

Таким образом, основу организации и проведения учебной практики составило ситуативно-иммерсивное применение предметно-технологического и социо-

культурного контекстов будущей профессиональной деятельности, что позволило учесть закономерности процесса формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и принципы, установленные на теоретическом этапе настоящего исследования (см. п. 1.3). Так, например, *принцип культуросообразности* учитывался при отборе содержания практики (ориентация на освоение ценностей, культурных и правовых норм креативных индустрий), выборе форм организации взаимодействия с экспертами. С соблюдением *принципа деятельного участия* были выбраны активные формы организации познавательной деятельности обучающихся (проблемная лекция, виртуальная экскурсия, кейс-задачи). Последовательность и содержание каждого этапа практики выстраивались в соответствии с логикой основного вида деятельности «Организация работы коллектива исполнителей» (планирование работы коллектива, определение технических заданий для реализации дизайн-проекта, осуществление контроля сроков и качества выполненных заданий, приема и сдачи работы), то есть с учетом *принципа последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности*. *Принцип адекватности форм организации образовательной деятельности* потребовал выбора формы практики, соответствующей целям и содержанию, разворачиванию процесса формирования готовности к будущей профессиональной деятельности. *Принцип интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности* будущего специалиста креативных индустрий реализовывался за счет приемов, позволяющих погрузить обучающихся в профессиональное взаимодействие с представителями профессионального сообщества, вовлечь в решение реальных профессиональных задач. Для соблюдения *принципа рефлексии хода и результатов образовательного процесса* были предусмотрены различные формы рефлексии, способствующие пониманию будущим специалистом себя как субъекта образовательной и будущей профессиональной деятельности, принятия себя как субъекта деятельности.

2.3 Результаты опытно-поисковой работы по формированию готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики

По итогам формирующего этапа опытно-поисковой работы по формированию готовности будущих специалистов креативных индустрий к профессиональной деятельности посредством иммерсивной культурно-образовательной практики появилась возможность получить данные о динамике формирования готовности, свидетельствующие об эффективности разработанной модели.

Для этого организовывалась повторная диагностика уровня исследуемой готовности обучающихся и проводился сравнительный анализ данных, полученных на констатирующем и результативном этапах. Методики выявления уровня готовности применялись те же. Так, с целью определения динамики изменения уровня сформированности ценностно-мотивационного компонента в соответствии с критериями «сформированность у обучающегося интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности», «наличие мотивации к социокультурному взаимодействию», «стремление добиться успеха» участникам эксперимента были предложены повторно морфологический тест жизненных ценностей В. Ф. Сопова и Л. В. Карпушиной, методика К. Замфир в модификации А. А. Реана, методика мотивации к успеху Т. Элерса.

Результаты диагностики представлены в таблице 8.

Как видно из материалов таблицы, данные повторной диагностики показывают, что 35,6% обучающихся экспериментальной группы имеют высокий уровень сформированности ценностно-мотивационного компонента, в то время как в контрольной таких обучающихся всего 15,2%.

Таблица 8 – Динамика изменения уровня проявления ценностно-мотивационного компонента готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий у экспериментальных и контрольных групп

Уровень проявления ценностно-мотивационного критерия	ЭГ (n = 87 чел.)				КГ (n = 92 чел.)			
	Констатирующий этап		Результативный этап		Констатирующий этап		Результативный этап	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Сформированность интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности (морфологический тест жизненных ценностей МТЖЦ В. Ф. Сопова, Л. В. Карпушиной)								
высокий	9	10,0	26	30,0	8	8,7	12	13,0
средний	56	64,0	54	62,0	59	64,1	61	66,3
низкий	22	26,0	7	8,0	25	27,2	19	20,7
Наличие мотивации к социокультурному взаимодействию (методика К. Зампфир в модификации А. А. Реана)								
высокий	10	11,5	31	35,8	9	9,8	15	16,3
средний	54	62,1	46	52,8	61	66,3	57	61,9
низкий	23	26,4	10	11,4	22	23,9	20	21,8
Стремление добиться успеха (методика мотивации к успеху Т. Элерса)								
высокий	7	8,1	36	41,3	13	14,1	14	15,2
средний	39	44,8	45	51,7	41	44,6	52	56,5
низкий	41	47,1	6	7,0	38	41,3	26	28,3
Общий уровень проявления ценностно-мотивационного критерия								
высокий	9	10,3	31	35,6	10	10,9	14	15,2
средний	50	57,5	48	55,1	54	58,7	57	61,9
низкий	28	32,2	8	9,3	28	30,4	21	22,9

Сопоставительный анализ данных позволяет утверждать, что произошло снижение количества обучающихся с низким уровнем (в экспериментальной группе – с 32,2% до 9,3%; в контрольной – с 30,4% до 22,9%). В экспериментальной группе увеличилось количество обучающихся с высоким уровнем по критерию «стремление добиться успеха» (с 8,1% до 41,3%), при этом изменений по этому же критерию в контрольной группе не наблюдается (с 14,1% до 15,2%).

Таким образом, сравнительный анализ полученных данных показывает, что в экспериментальной группе по итогам проведения опытно-поисковой работы наблюдается более высокий уровень проявления готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий по ценностно-мотивационным критериям, что свидетельствует о повышении мотивации обучающихся к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху, развитию интереса к ценностям, культурным и правовым нормам, функционирующих в данной сфере.

Для измерения динамики уровня сформированности когнитивно-деятельностного компонента готовности по критерию *«понимание задач деятельности, знание способов их решения»* участникам эксперимента предлагался тест креативности Торренса. Для получения данных по двум другим критериям – *«владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов»* и *«владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации»* – обучающимся необходимо было решить кейс-задачи. Их форма, условия и структура соответствовали особенностям задач, которые использовались на констатирующем этапе. Отличалась лишь используемая ситуация. Например, для обучающихся специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) на констатирующем этапе предлагалась ситуация: «Ваше дизайнерское бюро получило заказ на разработку концепции дизайна нового экологического продукта (например, бутылки для воды с фильтром или многоразовой упаковки для еды)», на результативном этапе – «Ваше дизайнерское бюро получило заказ на разработку концепции дизайна нового экологически чистого средства для дома (например, стиральный порошок)».

Результаты сформированности когнитивно-деятельностного компонента на констатирующем и результативном этапах опытно-поисковой работы представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Динамика изменения уровня сформированности когнитивно-деятельностного компонента готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий у экспериментальных и контрольных групп

Уровень проявления когнитивно-деятельностных критериев	ЭГ (n = 87чел.)				КГ (n = 92 чел.)			
	Констатирующий этап		Результативный этап		Констатирующий этап		Результативный этап	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Понимание задач деятельности, знание способов их решения (тест креативности Торренса)								
высокий	7	8,0	31	35,7	10	10,9	15	16,3
средний	42	48,3	41	47,1	45	48,9	49	53,2
низкий	38	43,7	15	17,2	37	40,2	28	30,5
Владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов (решение 1-3 заданий кейс-задачи)								
высокий	11	12,7	42	48,2	17	18,5	24	26,0
средний	39	44,8	32	36,7	37	40,2	41	44,5
низкий	37	42,5	13	15,1	38	41,3	27	29,5
Владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации (решение 4-6 заданий кейс-задачи)								
высокий	10	11,4	47	54,0	9	9,7	17	18,4
средний	36	44,8	25	28,7	38	41,4	40	43,4
низкий	41	42,5	15	17,3	45	48,9	35	38,2
Общий уровень проявления когнитивно-деятельностных критериев								
высокий	9	10,30	40	45,9	12	13,0	19	20,7
средний	39	44,85	33	38,1	40	43,5	43	46,7
низкий	39	44,85	14	16,0	40	43,5	30	32,6

Как видно из материалов таблицы, количество респондентов экспериментальной группы с высоким уровнем сформированности когнитивно-деятельностного компонента увеличилось на 35,6% (с 10,3% до 45,9%), со средним уровнем – уменьшилось на 6,75% (с 44,85% до 38,1%). Рост значений показателей высокого уровня проявления когнитивно-деятельностных критериев привел к уменьшению доли обучающихся, имеющих низкий уровень, на 28,85% (с 44,85% до 16%). Сравнительный анализ с данными контрольной группы свидетельствует о незначительном повышении количества обучающихся с высоким уровнем на 7% (с 13%

до 20,7%) и, соответственно, незначительном уменьшении доли обучающихся с низким уровнем – на 10,9% (с 43,5% до 32,6%).

Анализ отдельных критериев позволяет заключить, что доля обучающихся с высоким уровнем проявления критерия «понимание задач деятельности, знание способов их решения» повысилась в экспериментальной группе на 27,7% (с 8% до 35,7%), в контрольной – на 5,4% (с 10,9% до 16,3%). Снижение показателей низкого уровня произошло в экспериментальной группе на 26,5% (с 43,7 до 17,2%), в контрольной – на 9,7% (с 40,2% до 30,5%).

Значительно увеличилось количество обучающихся, справившихся с решением предложенной кейс-задачи. Так, согласно данным по критерию «владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов», который диагностировался при решении 1-3 заданий кейс-задачи, в экспериментальной группе доля обучающихся с высоким уровнем проявления повысилась на 35,5% (с 12,7% до 48,2%), с низким – уменьшилась на 27,4% (с 42,5% до 15,1%); в контрольной группе доля обучающихся с высоким уровнем проявления повысилась на 7,5% (с 18,5% до 26%), с низким – снизилась на 11,8% (с 41,3% до 29,5%).

По критерию «владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации», в экспериментальной группе произошел рост доли обучающихся с высоким уровнем проявления – на 42,6% (с 11,4% до 54%), что одновременно вызвало уменьшение количества обучающихся с низким уровнем сформированности готовности к профессиональной деятельности по этому же критерию на 25% (с 42,5% до 17,3%). В контрольной группе показатели высокого уровня проявления выросли на 8,7% (с 9,7% до 18,4%), низкого уровня – снизились на 10,7% (с 48,9% до 38,2%).

Таким образом, повторная диагностика показала, что участники экспериментальной группы более осознанно понимают задачи деятельности, определяют способы их решения. Кроме того, данные свидетельствуют, что использование иммерсивной культурно-образовательной практики стимулирует развитие у них

умений в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов и в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации.

Результаты диагностики рефлексивного компонента готовности представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Динамика изменения уровня сформированности рефлексивного компонента готовности в экспериментальной и контрольной группах

Уровень проявления рефлексивных критериев	ЭГ ($n = 87$ чел.)				КГ ($n = 92$ чел.)			
	Констатирующий этап		Результативный этап		Констатирующий этап		Результативный этап	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности (опросник рефлексивности А. В. Карпова)								
высокий	15	17,0	38	43,6	14	15,2	21	22,8
средний	49	56,0	40	45,9	47	51,1	55	59,7
низкий	23	26,0	9	10,5	31	33,7	16	17,5
Способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности (методика-опросник «Дифференциальный тип рефлексии»)								
высокий	12	13,7	42	48,2	8	8,8	17	18,4
средний	41	47,1	33	37,9	45	48,9	51	55,4
низкий	34	39,2	12	13,9	39	42,3	24	26,2
Общий уровень проявления рефлексивных критериев								
высокий	13	14,9	40	45,9	11	12,5	19	20,6
средний	45	51,7	37	42,5	46	50,0	53	57,6
низкий	29	33,4	10	11,6	35	37,5	20	21,8

Анализ полученных данных показывает, что доля обучающихся с высоким уровнем проявления умений самооценки и самоанализа результатов деятельности в экспериментальной группе увеличилась на 26,6% (с 17% до 43,6%), с низким – уменьшилась на 15,5% (с 26% до 10,5%). Такая же динамика наблюдается и по критерию «способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности»: доля обучающихся с высоким уровнем увеличилась на 34,5% (с 13,7% до 48,2%), с низким – уменьшилась на 25,3% (с 39,2% до 13,9%).

Данные контрольной группы показывают, что количество обучающихся с высоким уровнем по критерию «проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности» увеличилось на 8,8% (с 14% до 22,8%), по критерию, связанному со способностью определять задачи для достижения целей, – на 9,6% (с 8,8% до 18,4%). Доля респондентов с низким уровнем уменьшилась по первому критерию на 16,2% (с 33,7% до 17,5%), по второму – на 16,1% (с 42,3% до 26,2%).

Таким образом, сравнительный анализ данных позволяет говорить о том, что иммерсивная культурно-образовательная практика стимулирует развитие рефлексивного компонента готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Данные о динамике изменения уровня сформированности готовности в экспериментальных и контрольных группах на результативном этапе представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Динамика изменения уровня сформированности готовности в экспериментальных и контрольных группах на результативном этапе

Критерий	Уровень											
	Высокий				Средний				Низкий			
	ЭГ (n = 87 чел.)		КГ (n = 92 чел.)		ЭГ (n = 87 чел.)		КГ (n = 92 чел.)		ЭГ (n = 87 чел.)		КГ (n = 92 чел.)	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Ценностно-мотивационный	31	35,6	14	15,2	48	55,1	57	61,9	8	9,3	21	22,9
Когнитивно-деятельностный	40	45,9	19	20,7	33	38,1	43	46,7	14	16,0	30	32,6
Рефлексивный	40	45,9	19	20,7	37	42,5	53	57,6	10	11,6	20	21,8
Обобщенный	37	42,5	17	18,4	39	44,8	51	55,4	11	12,7	24	25,9

Проведение сравнительного анализа данных на констатирующем и результативном этапах опытно-поисковой работы (таблица 12) позволяет заключить:

– доля обучающихся с низким уровнем сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий снизилась в контрольной группе на 11,4% и составила 25,9%, в экспериментальной группе – на 24,1% и составила 12,7%;

– доля обучающихся со средним уровнем сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий увеличилась в контрольной группе на 4,6%, что составило 55,4%, в экспериментальной группе – уменьшилась на 6,6%, что составило 44,8%;

– доля обучающихся с высоким уровнем сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий повысилась в обеих группах: в контрольной группе – на 6,5% и составила 18,4%, в экспериментальной – на 30,7% и составила 42,5%.

Таблица 12 – Данные об уровне сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной и контрольной группах на констатирующем и результативном этапах

Этап опытно-поисковой работы	Уровень											
	Высокий				Средний				Низкий			
	ЭГ		КГ		ЭГ		КГ		ЭГ		КГ	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Констатирующий	10	11,8	11	11,9	45	51,4	47	50,8	32	36,8	34	37,3
Результативный	37	42,5	17	18,4	39	44,8	51	55,4	11	12,7	24	25,9

Данные об уровне сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной и контрольной группах на констатирующем и результативном этапах визуализированы на рисунке 24.

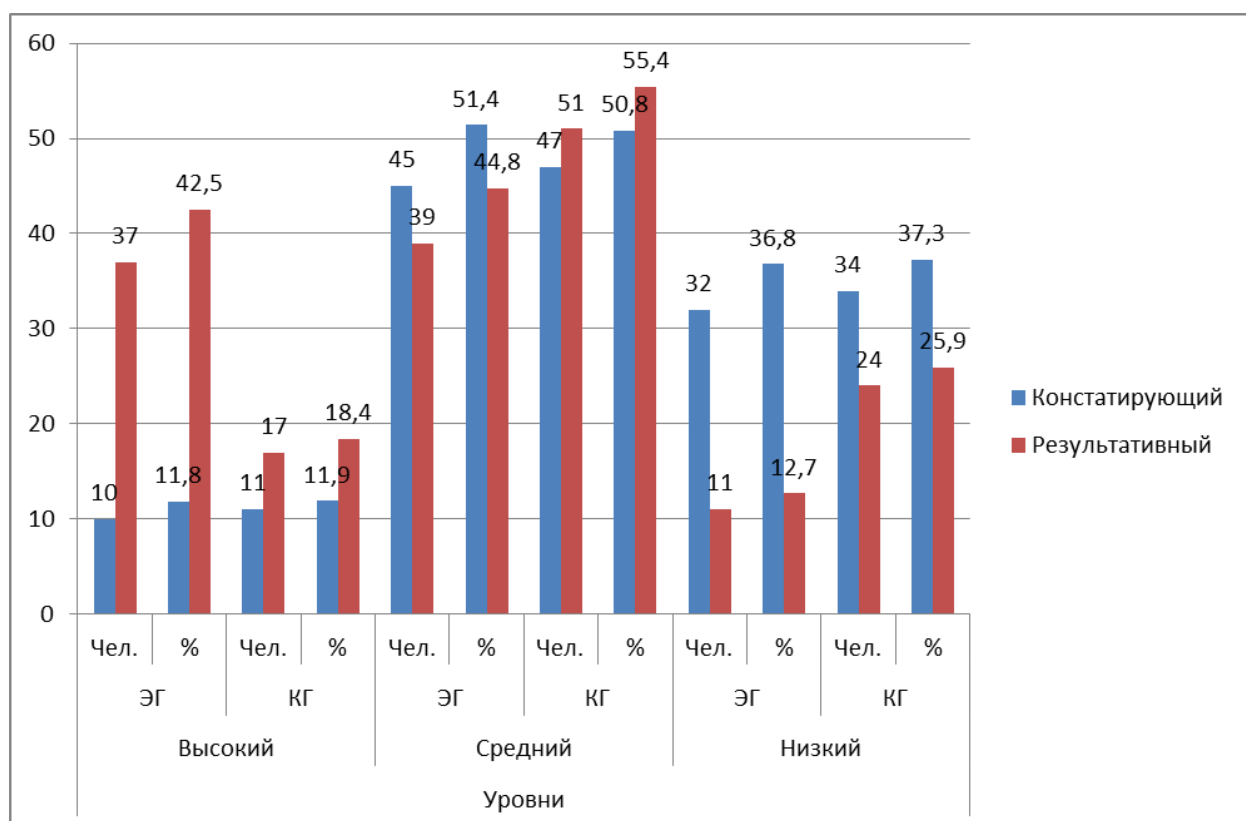


Рисунок 24 – Данные об уровне сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной и контрольной группах на констатирующем и результативном этапах

Представленные результаты позволяют говорить о положительной динамике изменения уровня сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной и контрольной группах на констатирующем и результативном этапах. Однако абсолютных и процентных значений недостаточно для принятия решения о статистически значимых изменениях (сдвигах) анализа. Отсюда возникла необходимость применить метод статистического анализа – критерий χ^2 (угловое преобразование Фишера). На данном этапе исследования он позволил оценить динамический эффект применения иммерсивной культурно-образовательной практики.

На рисунке 25 представлены расчеты критерия Фишера, связанные с изменениями высокого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной группе между констатирующим и результативным этапами. Как видно, произошли статистически значимые положительные изменения (так как уровень значимости $p < 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	0,692	11,5	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе
$\phi 2$	1,421	42,5	$n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$n1$	87	10	<- частота встречаемости признака в первой группе
$n2$	87	37	<- частота встречаемости признака во второй группе
$\phi_{\text{эмп}} = 4,808$ $p < 0,01$			

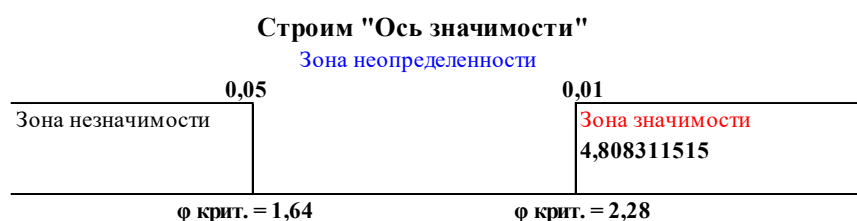


Рисунок 25 – Изменения высокого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной группе между констатирующим и результативным этапами

Рисунок 26 иллюстрирует данные, полученные в результате расчетов критерия Фишера, позволяющие оценить изменения среднего уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной группе между констатирующим и результативным этапами. Они показывают, что статистически значимых изменений не произошло (уровень значимости $p > 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	1,605	51,7	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе
$\phi 2$	1,467	44,8	$n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$n1$	87	45	<- частота встречаемости признака в первой группе
$n2$	87	39	<- частота встречаемости признака во второй группе
$\phi_{\text{эмп}} = 0,911$ $p > 0,05$			

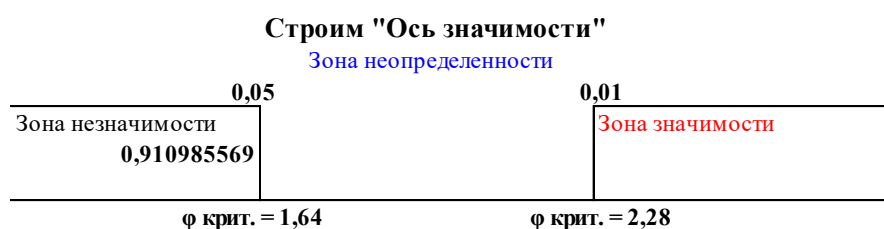


Рисунок 26 – Изменения среднего уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной группе между констатирующим и результативным этапами

Рисунок 27 содержит расчеты, позволяющие оценить изменения низкого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной группе между констатирующим и результативным этапами. Произошли статистически значимые изменения (снижение уровня) (так как уровень значимости $p < 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	1,303	36,8	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе $n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$\phi 2$	0,727	12,6	
$n1$	87	32	<- частота встречаемости признака в первой группе <- частота встречаемости признака во второй группе
$n2$	87	11	
$\phi_{эмп} = 3,800$			$p < 0,01$

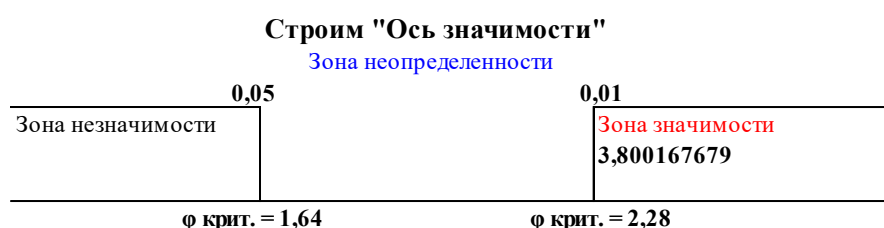


Рисунок 27 – Изменения низкого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в экспериментальной группе между констатирующим и результативным этапами

Представленные данные свидетельствуют о положительной динамике изменения уровня сформированности готовности к профессиональной деятельности в экспериментальной группе.

На рисунке 28 представлены расчеты критерия Фишера, обусловленные изменениями высокого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной группе между констатирующим и результативным этапами. Статистически значимых изменений не произошло (так как уровень значимости $p > 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	0,706	12,0	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе
$\phi 2$	0,889	18,5	$n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$n1$	92	11	<- частота встречаемости признака в первой группе
$n2$	92	17	<- частота встречаемости признака во второй группе
$\phi_{эмп} = 1,238$			$p > 0,05$

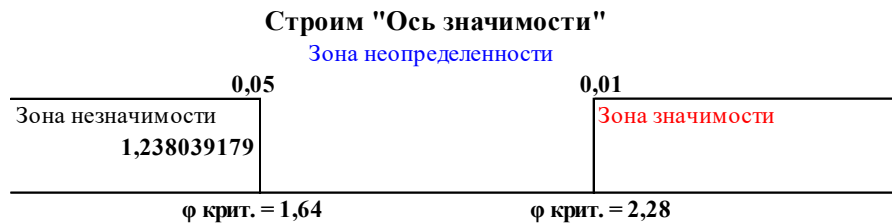


Рисунок 28 – Изменения высокого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной группе

Рисунок 29 иллюстрирует расчеты критерия Фишера, которые проводились для оценки изменений среднего уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной группе между констатирующим и результативным этапами. Статистически значимых изменений не произошло (так как уровень значимости $p > 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ			
	Угол ϕ	%	
$\phi 1$	1,593	51,1	$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе
$\phi 2$	1,680	55,4	$n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
$n1$	92	47	<- частота встречаемости признака в первой группе
$n2$	92	51	<- частота встречаемости признака во второй группе
$\phi_{эмп} = 0,591$			$p > 0,05$

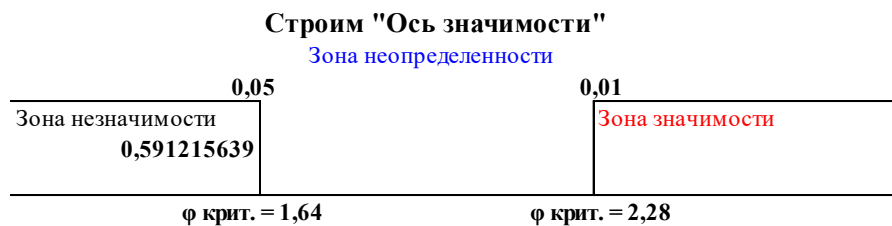


Рисунок 29 – Изменения среднего уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной группе

На рисунке 30 показаны расчеты критерия Фишера, связанные с изменениями низкого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной группе между констатирующим и результативным этапами. Статистически значимых изменений не произошло (так как уровень значимости $p > 0,05$).

Критерий Фишера - ϕ		
	Угол ϕ	%
$\phi 1$	1,307	37,0
$\phi 2$	1,072	26,1
$n1$	92	34
$n2$	92	24

$n1$ - количество человек (наблюдений) в первой группе
 $n2$ - количество человек (наблюдений) во второй группе
 <- частота встречаемости признака в первой группе
 <- частота встречаемости признака во второй группе

$\phi_{эмп} = 1,592$ $p > 0,05$

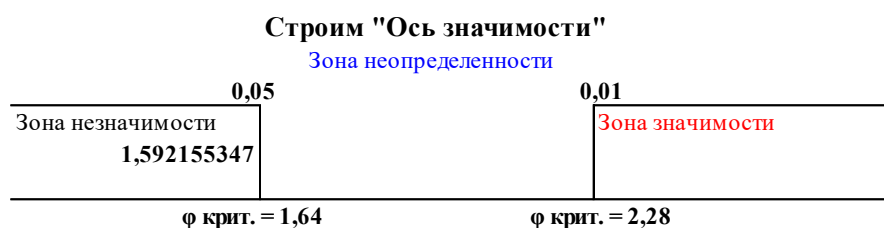


Рисунок 30 – Изменения низкого уровня готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий в контрольной группе

Статистически значимых изменений в контрольной группе между констатирующим и результативным этапами не обнаружено.

Таким образом, достоверность результатов, полученных в ходе экспериментальной работы, подтверждена расчетами критерия Фишера (ϕ).

Для получения комплексного представления не только об эффективности иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии, но и об эффектах, которые оказывают данные технологии на понимание задач и специфики будущей профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, были проанализированы работы студентов в форме эссе на тему «Готов(а) ли я начать свою карьеру в креативной индустрии?». Обучающиеся экспериментальной группы выполнили данную работу на завершающем этапе практики, обучающиеся контрольной группы – на этапе проведения повторной диагностики.

Следует отметить, что полученные тексты эссе экспериментальных и контрольных групп различались по объему. Так, работы обучающихся в экспериментальных группах включали в среднем 15-17 предложений, в контрольных – 11-12.

Большинство обучающихся контрольных групп (78%) формально выполнили предложенное задание и использовали шаблонные, стереотипные фразы, не стремясь порассуждать на предложенную тему. Объем таких работ в экспериментальной группе был намного меньше и составил 34%.

Часть студентов – авторов эссе высказали сомнения по поводу правильности своего профессионального выбора. В контрольной группе такой объем обучающихся составил 18%, а в экспериментальной в два раза меньше – 7%.

Судя по текстам эссе, участие в иммерсивной культурно-образовательной практике стимулировало эмоционально-оценочное отношение к будущей деятельности: его выразили 68% обучающихся экспериментальной группы. В контрольной группе таких работ оказалось почти в три раза меньше – 21%.

В значительном количестве работ обучающихся экспериментальной группы были проявлены интерес и эмпатия к представителям креативной сферы деятельности (72%), обозначены цели для профессионального развития (65%); в эссе обучающихся контрольной группы таких работ было существенно меньше (28% и 37% соответственно).

Приведем фрагменты из типичных эссе обучающихся контрольной (образец 1) и экспериментальной групп (образец 2):

1. «Сегодня креативная индустрия становится быстроразвивающейся областью. О ней говорят как о перспективной сфере. Я думаю, что после окончания колледжа смогу сделать в ней карьеру. Я слежу за тенденциями в дизайне, стараюсь приобрести необходимые умения и навыки. Хорошо учусь, активно участвую в мероприятиях».

2. «Креативные индустрии – это сфера для самовыражения и профессионального роста. Размышляя о своем будущем, я часто задаюсь вопросом: смогу ли я сделать свою карьеру в креативной индустрии? Мне нравится создавать что-то

новое, нестандартное. Это двигает вперед. Однако я понимаю, что такая работа требует особых личностных качеств, предпринимательских умений и навыков работать в команде. Наверное, путь в креативные индустрии не будет легким, но меня привлекают трудности. Хочу стать частью этого сообщества».

Как видно из содержания первого фрагмента, у автора не сложилось собственного мнения о сфере будущей профессиональной деятельности («О ней говорят, как о...»), основное внимание сосредоточено на отношении к процессу обучения в колледже, а не на профессиональной деятельности. Автор второго эссе испытывает интерес к сфере будущей деятельности, демонстрирует открытость к новым возможностям. Фраза «хочу стать частью этого сообщества» свидетельствует о направленности на сотрудничество, стремлении быть частью группы, объединенной целями и ценностями.

Таким образом, можно говорить о том, участники экспериментальной группы в эссе продемонстрировали более высокий уровень увлеченности профессиональной деятельностью, они меньше испытывают неопределенность в профессиональном выборе, открыты к сотрудничеству с представителями креативной сферы. Очевидно, среди эффектов иммерсивной культурно-образовательной практики можно выделить позитивные эмоциональные реакции участников, что способствует их эмоциональной адаптации к динамично развивающимся условиям профессиональной сферы.

Подведем итоги. В результате проведения опытно-экспериментальной работы были получены данные, свидетельствующие об уровнях сформированности компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Согласно им, начальные показатели в экспериментальной и контрольной группах совпадают, а конечные – различаются. Это позволяет сделать вывод об эффективности разработанной структурно-функциональной модели, предусматривающей иммерсивную культурно-образовательную практику как технологию ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Такая техно-

логия преобразовывает учебную ситуацию в профессиональное пространство, создает условия для эмоциональных проявлений будущего специалиста, способствует его адаптации к динамично развивающимся условиям профессиональной сферы.

Выводы по второй главе

По итогам проведения опытно-экспериментальной работы было определено следующее.

1. Сегодня существует запрос на конкурентоспособных специалистов сферы креативных индустрий, способных решать разноплановые профессиональные задачи. Результаты проведенного опроса работодателей показали: им важно, чтобы у потенциального работника были сформированы компетенции, связанные с осуществлением творческих, технологических и предпринимательских действий. Кроме того, выпускники должны быть способны выстраивать различные коммуникативные стратегии в вертикальных и паритетных отношениях, создавать определенное представление о своей профессиональной деятельности и ее результатах у потребителя, управлять его потребностями и интересом. Однако у выпускников колледжей наблюдается слабая осведомленность о реальных условиях и особенностях реализации бизнес-процессов в секторе креативной экономики. Данные, полученные в ходе анкетирования, свидетельствуют, что они испытывают потребность в знаниях и навыках в области бизнеса, брендинга и коммерциализации продукции, правовой защиты и эффективности управления интеллектуальной собственностью. Таким образом, подтвердилась актуальность вопросов, направленных на изучение сущности понятия «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий», особенностей процесса ее формирования, разработку моделей данного процесса и научно обоснованных условий его реализации.

2. Для определения уровней сформированности готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий необходимо использовать критерии и показатели, соответствующие каждому ее компоненту: *ценностно-мотивационному* (сформированность у обучающегося интереса к ценностям, культурным и правовым нормам профессиональной деятельности, наличие мотивации к социокультурному взаимодействию, наличие потребности в социокультурном взаимодействии, стремление добиться успеха); *когнитивно-деятельностному* (понимание задач деятельности, знание способов их решения, владение умениями в области создания (воспроизводства) конкурентоспособных инновационных продуктов, владение умениями в области продвижения конкурентоспособных инновационных продуктов на рынке, распространения и (или) реализации); *рефлексивному* (проявление умений самооценки и самоанализа результатов деятельности, способность определять задачи для достижения целей профессиональной деятельности).

3. Данные, полученные в ходе проведения диагностики уровней сформированности исследуемой готовности на третьем – определяющем (креативно-прикладном) – этапе ее формирования, позволяют утверждать, что в традиционных условиях профессиональной подготовки у обучающихся преобладает низкий уровень сформированности каждого из компонентов.

4. В разработанной и апробированной модели формирования готовности будущих специалистов креативных индустрий к профессиональной деятельности была предусмотрена иммерсивная культурно-образовательная практика как технология организации образовательной деятельности. Она реализовывалась в рамках вариативной части образовательной программы, которая используется в целях интеграции выпускников профессиональных образовательных организаций в экономику и социум субъекта Российской Федерации. При разработке содержания практики учитывались данные о запросах работодателей и потребностях у обучающихся, полученные методом экспертных оценок, что дало возможность определить связь планируемых результатов практик с реальными условиями и особенностями реализации бизнес-процессов в секторе креативной экономики, позволило

конкретизировать требования ФГОС, а именно результаты освоения профессионального модуля. Основу организации и проведения учебной практики составило ситуативно-иммерсивное применение предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности, что позволило учесть закономерности процесса формирования готовности будущих специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и соответствующие принципы (принцип культуросообразности, принцип деятельного участия, принцип последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности, принцип адекватности форм организации образовательной деятельности, принцип интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий, принцип рефлексии хода и результатов образовательного процесса).

5. Экспериментальная работа подтвердила эффективность предложенной структурно-функциональной модели, включающей совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов: целевого, методологического, содержательно-технологического, результативно-оценочного, а также результативность использования на третьем этапе формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий иммерсивной культурно-образовательной практики как технологии ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Полученные данные подтвердили, что реализация данной практики способствует повышению уровня сформированности компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий. Достоверность результатов подтверждена расчетами критерия Фишера (ϕ).

6. Одним из эффектов иммерсивной культурно-образовательной практики является стимулирование положительных эмоциональных реакций участников, что выступает фактором, способствующим одновременному развитию всех компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Заключение

Настоящее исследование посвящено вопросам, связанным с научным обоснованием иммерсивной культурно-образовательной практики как решающего условия, обеспечивающего формирование готовности выпускников СПО к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

На теоретическом этапе работы было установлено, что подготовка специалиста для креативных индустрий требует корректного отражения специфики деятельности в этой сфере, что возможно при использовании ряда теоретико-методологических подходов: социокультурного подхода, позволяющего осмыслить креативные индустрии и подготовку кадров для них как специфический социокультурный феномен; полисубъектного (диалогового) подхода, рассматривающего личность будущего специалиста креативных индустрий как продукт и результат его взаимодействия с субъектами образовательного процесса и профессиональным сообществом сферы креативных индустрий; деятельностного подхода, определяющего процесс профессиональной подготовки специалиста креативных индустрий как процесс овладения целостной профессиональной деятельностью; контекстного подхода, предусматривающего смыслообразующее влияние познавательных и профессиональных мотивов и реализацию социокультурного содержания профессиональной деятельности будущего специалиста креативных индустрий.

В исследовании конкретизировано понятие «готовность к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий», которое представляет собой динамично развивающееся в процессе профессиональной подготовки интегративное качество человека как личности и субъекта деятельности, основанное на ценностях, культурных и правовых нормах, мотивации к социокультурному взаимодействию и профессиональному успеху; отражающее его способность применять приобретенные в профессиональной образовательной организации знания, умения, навыки для создания конкурентоспособных инновационных продуктов, про-

движения их на рынке, распространения и (или) реализации; обеспечивающее регулирование и оптимизацию деятельности, преодоление внешних (обусловленных ситуационными условиями) и внутренних препятствий в достижении целей и задач деятельности.

Взаимосвязь и взаимообусловленность компонентов формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий представлены в разработанной структурно-функциональной модели, включающей целевой, методологический, содержательно-технологический, результативно-оценочный компоненты. Исходными установками моделируемого процесса выступают принципы: культуросообразности; деятельного участия; последовательного моделирования целостного содержания, форм и условий профессиональной деятельности; адекватности форм организации образовательной деятельности; интеграции моделируемой предметно-технологической и реальной деятельности будущего специалиста креативных индустрий; рефлексии хода и результатов образовательного процесса.

Использование данных принципов позволило разработать концептуальную основу и содержательно-процессуальные особенности иммерсивной культурно-образовательной практики, которая представляет собой технологию ситуативно-иммерсивного применения предметно-технологического и социокультурного контекстов будущей профессиональной деятельности. Ее образовательный потенциал связан с погружением обучающегося в социокультурное пространство профессиональной сферы, созданием условий, при которых он становится субъектом профессиональной деятельности. Иммерсивная культурно-образовательная практика предусматривает использование форм и методов, стимулирующих познавательную деятельность обучающего и включающих его в профессиональное взаимодействие (экскурсию, проблемную лекцию, деловую игру, кейс-задачи, рефлексивный полилог и др.).

В ходе опытно-поисковой работы был разработан критериально-оценочный инструментарий, осуществлены верификация и оценка результативности структурно-функциональной модели подготовки специалистов для креативных индустрий.

стрий. Опытным путем было доказано, что базовой технологией третьего (определяющего, креативно-прикладного) этапа формирования готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий выступает иммерсивная культурно-образовательная практика.

Между тем мы допускаем, что наше исследование не является полным и исчерпывающим в решении заявленной проблемы. В перспективе возможно более глубокое изучение отдельных компонентов готовности к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий, разработка системы организационно-педагогических условий, обеспечивающих процесс формирования готовности; определение образовательного потенциала культурно-образовательных практик и их разновидностей в условиях среднего профессионального образования и др.

Список литературы

1. Азбукина, Е. Ю. Технология кейс-стади в профессиональном образовании / Е. Ю. Азбукина // Совет ректоров. – 2012. – № 6. – С. 38-41.
2. Азевич, А. И. Иммерсивные технологии как средство визуализации учебной информации / А. И. Азевич // Вестник МГПУ. Серия: Информатика и информатизация образования. – 2020. – № 2 (52). – С. 35-43.
3. Андреев, В. И. О гарантированности качества высшего образования и саморазвития конкурентоспособной личности / В. И. Андреев // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2007. – Т. 149, № 1. – С. 61-69.
4. Андрюхина, Л. М. Креативность, креативный капитал и креативные практики в образовании / Л. М. Андрюхина. – Екатеринбург : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2019. – 238 с. – ISBN 978-5-8050-0671-6.
5. Атлас креативных индустрий Российской Федерации / Т. Журавлева, И. Токарев, О. Гай [и др.]. – URL: <https://100gorodov.ru/creativeindustries> (дата обращения: 04.05.2025).
6. Ахиезер, А. С. Россия: критика исторического опыта (социокультурная динамика России) : в 2 т. – Новосибирск : Сибирский хронограф, 1997. – Т. I. – 804 с.
7. Ахиезер, А. С. Социокультурные подходы к исследованию переходных процессов (на материале России) / А. С. Ахиезер // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. – 1996. – № 2. – С. 41-47.
8. Ахьямова, И. А. Аналитика культурных индустрий: до и после [пандемии] / И. А. Ахьямова, М. А. Беляева, Н. Е. Вокуев [и др.] ; науч. ред. М. А. Беляева. – Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2020. – 238 с.
9. Аюпова, И. Х. Креативные индустрии и культурная идентичность: инструменты взаимного продвижения на примере Республики Татарстан / И. Х. Аю-

пова // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2022. – № 2 (54). – С. 229–234. – DOI 10.31737/2221-2264-2022-54-2-14.

10. Бабанский, Ю. К. Введение в научное исследование по педагогике : учеб. пособие для студ. пед. ин-тов / Ю. К. Бабанский, В. И. Журавлев, В. К. Рогов. – М. : Просвещение, 1988. – 239 с.

11. Бабанский, Ю. К. Оптимизация учебно-воспитательного процесса. Методические основы / Ю. К. Бабанский. -- М. : Педагогика, 1982. – 190 с.

12. База данных лучших практик подготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена. – URL: <https://bc-nark.ru/projects/all/best/base> (дата обращения: 18.04.2025).

13. Байбанова, Ф. А. Динамические особенности личностной самоэффективности будущего педагога / Ф. А. Байбанова // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11-12. – С. 2719-2723.

14. Байбородова, Л. В. Методология и методы научного исследования : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 050100 Педагогическое образование / Л. В. Байбородова, А. П. Чернявская. – Ярославль : Ярославский государственный педагогический университет им. К. Д. Ушинского, 2014. – 283 с.

15. Белкин, А. С. Витагенный опыт и витагенный принцип – категории педагогической антропологии / А. С. Белкин, Н. Г. Свинина // Педагогическое образование. – 2007. – № 1. – С. 15-25.

16. Блинов, В. И. Веер возможностей: профессиональное образование 2020-2035 / В. И. Блинов, И. С. Сергеев // Образовательная политика. – 2020. – № 1 (81). – С. 76-87. – DOI 10.22394/2078-838X-2020-1-76-86.

17. Бокова, А. В. Культурные, креативные, творческие индустрии как явление современной культуры: опыт концептуализации : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Бокова Анна Викторовна. – Томск, 2017. – 174 с.

18. Боленко, Ю. В. Формирование и оценка готовности курсантов к профессиональной деятельности : монография / Ю. В. Боленко, Г. Н. Фомицкая. – Улан-Удэ : Издательство Бурятского госуниверситета, 2022. – 108 с.

19. Быкова, Д. Ю. К вопросу о методологических основаниях социокультурного подхода / Д. Ю. Быкова // Личность. Культура. Общество. – 2011. – Т. 13, № 4 (67-68). – С. 221-225.
20. Ванюшкина, Л. М. Культурно-образовательные практики: новый образовательный формат / Л. М. Ванюшкина, Е. Н. Коробкова // Мир науки, культуры, образования. – 2017. – № 3 (64). – С. 197-199.
21. Варжавин, А. А. Роль полисубъектного подхода в организации взаимодействия субъектов образования / А. А. Варжавин, Н. В. Уварина // ЦИТИСЭ. – 2024. – № 1 (39). – С. 140-153.
22. Вачков, И. В. Полисубъектное взаимодействие в образовательной среде / И. В. Вачков // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2014. – Т. 11, № 2. – С. 36-50.
23. Вейнмейстер, А. В. «Культурные индустрии» и «креативные индустрии»: границы понятий / А. В. Вейнмейстер, Ю. В. Иванова // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1 (26). – С. 38–48.
24. Венкова, З. Л. Полисубъектный подход к организации образовательных инноваций: методологический и содержательный аспект / З. Л. Венкова // Пермский педагогический журнал. – 2021. – № 12. – С. 26-30.
25. Вербицкая, Н. О. Кадры для креативных индустрий в культурном пространстве Свердловской области / Н. О. Вербицкая, С. Н. Учайкина, Л. В. Вакарь // Управление культурой. – 2022. – № 2(2). – С. 16-20.
26. Вербицкий, А. А. Компетентностный подход и теория контекстного обучения: материалы к четвертому заседанию методологического семинара (Москва, 16 ноября 2004 г.) / А. А. Вербицкий. – Москва: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 84 с.
27. Вербицкий, А. А. Контекстное обучение в компетентностном подходе / А. А. Вербицкий // Высшее образование в России. – 2006. – № 11. – С. 39-46.
28. Вербицкий, А. А. Контекстное обучение иностранному языку специальности / А. А. Вербицкий, О. А. Григоренко. – Москва: Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, 2015. – 205 с.

29. Вербицкий, А. А. Познавательный интерес в контекстной образовательной среде / А. А. Вербицкий // Вестник морского университета. Серия 20: Педагогическое образование. – 2014. – № 4. – С. 40–50.

30. Веселова, С. А. Сущность полисубъектной образовательной среды современного технического вуза / С. А. Веселова // Вестник педагогических наук. – 2024. – № 6. – С. 147-153.

31. Галустян, О. В. Деятельностный и контекстный подходы к системе полифункционального контроля профессиональной подготовки компетентного специалиста / О. В. Галустян // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. – 2016. – № 2. – С. 31-35.

32. Гамбеева, Ю. Н. Роль креативных индустрий в социально-экономическом развитии территории // Вестник Челябинского государственного университета. – 2021. – № 6 (452). – С. 89-96.

33. Гладилина, И. П. Творческое мышление как один из приоритетных факторов готовности к эффективной профессиональной деятельности выпускников вузов / И. П. Гладилина // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 1. – С. 14-18.

34. Головаха, Е. И. Методика «Дифференциальный тип рефлексии» / Е. И. Головаха, Т. В. Панина // Психологический журнал. – 2002. – Т. 23, № 1. – С. 59-69.

35. Гончаров, С. З. Самообновление людей как глубинный смысл инновационных процессов и креативных практик / С. З. Гончаров // Креативный менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 20-24.

36. Гордеева, О. В. Проблемная учебная лекция в профессиональной речи учителя русского языка и литературы : специальность 13.00.02 "Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)" : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Гордеева Олеся Владимировна. – Новокузнецк, 2003. – 332 с.

37. Гордин, В. Э. Анализ образовательного потенциала креативных пространств / В. Э. Гордин, К. А. Кузьмина, М. В. Никольская // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1 (26). – С. 89-101.

38. Грибаньков, О. А. Педагогическая технология формирования учебно-профессиональной мотивации курсантов военно-морских вузов : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Грибаньков Олег Анатольевич. – Калининград, 2016. – 163 с.

39. Давыдов, В. В. О месте категории деятельности в современной теоретической психологии / В. В. Давыдов // Деятельность: теория, методология, проблемы. – М. : Политиздат, 1990. – С. 143-156.

40. Данилюк, А. Я. Теория интеграции образования / А. Я. Данилюк. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. гос. пед. ун-та, 2000. – 440 с.

41. Дахин, А. Н. Педагогическое моделирование: сущность, эффективность и неопределенность / А. Н. Дахин // Управление развитием образования. – 2003. – № 1. – С. 22-27.

42. Деркач, А. А. Акмеология: личностное и профессиональное развитие человека. Акмеологические основы управленческой деятельности / А. А. Деркач. – М. : Логос, 2000. – 176 с.

43. Деркач, А. А. Готовность к деятельности как акмеологический феномен / А. А. Деркач, Е. В. Селезнева, О. В. Михайлов. – Москва : Изд-во РАГС, 2008. – 94 с.

44. Дерябо, С. Д. Феномен субъектификации природных объектов : автореф. дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01 / Дерябо Сергей Дмитриевич. – Москва, 2002. – 39 с.

45. Драч, Г. В. Агональность в культуре: история и современность / Г. В. Драч // Фундаментальные проблемы культурологии. – М. ; СПб. : Эйдос, 2009. – С. 17-30.

46. Дубовицкая, Т. Д. Психологические механизмы контекстного образования / Т. Д. Дубовицкая // Инновационные процессы в высшем и профессиональном образовании и профессиональном обучении : монография / авт.-сост.:

Е. Н. Геворкян, Н. Д. Подуфалов, М. Н. Стриханов. – М. : Экон-Информ, 2021. – С. 309-317.

47. Дьяченко, М. И. Психологические проблемы готовности к деятельности / М. И. Дьяченко, Л. А. Кандыбович. – Минск, 1976. – 25 с.

48. Евплова, Е. В. Конкурентоспособность как педагогическая проблема / Е. В. Евплова // Известия Уральского государственного университета: Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – Т. 95, № 4. – С. 169-173.

49. Евплова, Е. В. Этапы формирования конкурентоспособности будущего специалиста / Е. В. Евплова // Высшее образование в России. – 2011. – № 4. – С. 156-158.

50. Есенина, Е. Ю. Развитие и формирование современной понятийно-терминологической системы профессионального образования России : диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Есенина Екатерина Юрьевна, 2013. – 298 с.

51. Ефимов, Е. Г. Социокультурный подход как методологическое основание исследования современного социально-экономического развития России / Е. Г. Ефимов // Условия, ресурсы и факторы развития России в XXI веке : сб. науч. ст. по итогам Всерос. науч. конф. (Волгоград, 20-22 октября 2009 г.). – Волгоград : ВолгГТУ, 2009. – С. 269-272.

52. Жилиева, О. А. Содержание профессиональной культуры личности / О. А. Жилиева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 63-1. – С. 105-109.

53. Заводчиков, Д. П. Мониторинг метапрофессиональных качеств личности ремесленника на этапе профессиональной подготовки : специальность 13.00.08 "Теория и методика профессионального образования" : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Заводчиков Дмитрий Павлович. – Екатеринбург, 2004. – 203 с.

54. Запесоцкий, А. С. Образование: Философия, культурология, политика / А. С. Запесоцкий. – 3-е изд. – СПб. : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2024. – 456 с.

55. Затымина, Т. А. Культурно-образовательные практики в пространстве педагогической реальности / Т. А. Затымина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 7-6. – С. 1062-1066.

56. Зеленцова, Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта : специальность 24.00.01 "Теория и история культуры" : диссертация на соискание ученой степени кандидата культурологии / Зеленцова Елена Валентиновна, 2008. – 153 с.

57. Зеленцова, Е. В. Творческие индустрии: теории и практики / Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких. – М. : Т8 RUGRAM; Практика, 2021. – 222 с.

58. Землянская, Е. Н. Моделирование как метод педагогического исследования / Е. Н. Землянская // Преподаватель XXI век. – 2013. – № 3-1. – С. 35-43.

59. Зуев, С. Э. Культурные индустрии в условиях глобализации / С. Э. Зуев, А. А. Васецкий // Управленческое консультирование. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. – 2010. – № 1. – С. 76-89.

60. Ионин, Л. Г. Социология в обществе знаний: от эпохи модерна к информационному обществу : науч. изд. / Л. Г. Ионин. – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 431 с.

61. Калашников, В. Г. Понятие «контекст» и контекстный подход в образовании / В. Г. Калашников // Вестник Московского университета. Серия 20: Педагогическое образование. – 2019. – № 4. – С. 40-55. – DOI 10.51314/2073-2635-2019-4-40-55.

62. Карпов, А. В. Рефлексивность как детерминанта процессуальных и результативных параметров деятельности / А. В. Карпов // Вестник Балтийской педагогической академии. – 2005. – № 59. – С. 11-18.

63. Карпов, А. В. Психология рефлексивных процессов управления / А. В. Карпов. – Ярославль : НПЦ «Психодиагностика», 1991. – 120 с.

64. Картункова, М. С. Особенности учебной мотивации и развитие креативности, как одно из условий успешности в обучении / М. С. Картункова // Бюллетень медицинских интернет-конференций. – 2015. – Т. 5, № 5. – С. 837-838.

65. Кислов А. Г. Ориентиры подготовки кадров для креативных индустрий // Профессиональное образование и рынок труда. – 2023. – Т. 11, № 4(55). – С. 47-76. – DOI 10.52944/PORT.2023.55.4.003.

66. Климов, Е. А. Психология профессионала: избранные психологические труды / Е. А. Климов. – М. : Изд-во Московского психолого-социального ин-та, 2003. – 454 с.

67. Клиндухов, И. В. Концепция подготовки кадров для креативных индустрий в системе среднего профессионального образования / И. В. Клиндухов. – URL: https://firpo.ru/netcat_files/25/58/h_60e556bc6f1c5bfb47d523380d186901 (дата обращения: 23.08.2025).

68. Козлов, Е. Г. Теоретический подход к изучению проблемы готовности в спортивной соревновательной деятельности : научная разработка / Е.Г. Козлов, Э. И. Михайлова. – М. : Норма, 1990. – 24 с.

69. Кокшенева, Е. А. Формирование готовности студентов вуза к будущей профессиональной деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Кокшенева Елена Анатольевна. – Кемерово, 2010. – 226 с.

70. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года : утверждена распоряжением Правительства Рос. Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 23.08.2025).

71. Коробкова, Е. Н. Воспитательные практики в культурно-историческом и экономическом контексте города / Е. Н. Коробкова // Академический вестник. Вестник Санкт-Петербургской академии постдипломного педагогического образования. – 2019. – № 3 (45). – С. 5-6.

72. Коробкова, Е. Н. Культуроориентированный образовательный процесс: опыт реализации в петербургской школе : монография / Е. Н. Коробкова. – СПб. : СПб АППО, 2016. – 164 с.

73. Креативные индустрии России: тенденции и перспективы развития / Т. В. Абанкина, Е. А. Николаенко, В. В. Романова, И. В. Щербакова. – М. : Grey Matter, 2021. – 44 с.

74. Кротенко, Т. Ю. Мультивекторное воздействие и взаимодействие в профессиональном образовании / Т. Ю. Кротенко // Журнал Министерства народного просвещения. – 2023. – № 10 (2). – С. 62-65.

75. Крылова, Н. Б. Введение в методологическое обоснование индивидуального образования / Н. Б. Крылова // Новые ценности образования. Педагогика «Я». – 2005. – Вып. 2 (21). – С. 27-42.

76. Кузьмина, Н. В. Акмеологическая теория профессионализма и продуктивности созидательной деятельности в мониторинге качества образования / Н. В. Кузьмина // Акмеология: теория, практика и перспективы развития : монография / под ред. Н. В. Кузьминой, Е. Н. Жариновой. – СПб. : Научное учреждение «Центр стратегических исследований», 2018. – С. 48-77.

77. Куприков, Д. А. Становление ремесленного и профессионального обучения в России : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Д. А. Куприков. – М., 1994. – 118 с.

78. Лазарева, О. В. Культурные индустрии: два аспекта понимания / О. В. Лазарева // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14, № 6. – С. 670-676.

79. Ларионова, О. Г. Контекстный подход – основа для разработки методики обучения / О. Г. Ларионова // Вестник УМО по проф-пед. образованию. – Вып. 2 (27). – Екатеринбург, 2000. – С. 92-106.

80. Лекторский, В. А. Деятельностный подход: начало и перспективы / В. А. Лекторский // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2008. – № 4. – С. 13-16.

81. Леонтьев, А. Н. Образ мира // Избранные психологические произведения : в 2 т. / А. Н. Леонтьев. – М. : Педагогика, 1983. – Т. II. – 320 с.

82. Летунова, О. В. Конкуренция и соревнование как различные виды агональной деятельности / О. В. Летунова // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2018. – № 3 (11). – С. 32-38.

83. Львов, Л. В. Учебно-профессиональная компетентность как фактор конкурентоспособности / Л. В. Львов // Право и образование. – 2006. – № 4. – С. 153-162.

84. Матецкая, М. Творческие индустрии: перспективы социально-экономической трансформации / М. Матецкая // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2011. – № 3. – С. 195-206.

85. Медведев, А. М. Деятельностный подход как ориентир современного образования: исходное содержание и риски редукции / А. М. Медведев, И. В. Жуланова // Мир науки. Педагогика и психология. – 2021. – Т. 9, № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deyatelnostnyy-podhod-kak-orientir-sovremennogo-obrazovaniya-ishodnoe-soderzhanie-i-riski-reduksii> (дата обращения: 18.12.2025).

86. Меркульева, А. В. Иммерсивные методики в современных социокультурных практиках / А. В. Меркульева // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2020. – № 2 (43). – С. 58-62.

87. Метаева, В. А. Развитие профессиональной рефлексии в последипломном образовании: методология, теория, практика : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.08 / Метаева Валентина Александровна. – Екатеринбург, 2006. – 357 с.

88. Методические рекомендации по организации проектного обучения в образовательных организациях среднего профессионального образования / И. С. Казакова, Е. Ю. Миньяр-Белоручева, М. С. Емельяненко, С. В. Герасименко. – М. : ФГБОУ ДПО ИРПО, 2022. – 90 с.

89. Методические рекомендации по разработке (актуализации) примерных образовательных программ по новым и актуализированным федеральным государственным образовательным стандартам среднего профессионального образования – М. : ФГБОУ ДПО ИРПО, 2023. – 51 с.

90. Митина, Л. М. Психология развития конкурентоспособной личности / Л. М. Митина. – М. : Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та ; Воронеж : МОДЭК, 2002. – 400 с.

91. Михайлов, О. В. Готовность к деятельности как акмеологический феномен: содержание и пути развития : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13 / Михайлов Олег Владимирович. – М., 2007. – 23 с.

92. Михайлов, О. В. Готовность к деятельности как акмеологический феномен: содержание и пути развития : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13 / Михайлов Олег Владимирович. – М., 2007. – 166 с.

93. Модель инфраструктуры подготовки кадров для креативных индустрий / Д. О. Труфанов, В. А. Ворошилов, Л. А. Борисюк [и др.] // Экономика труда. – 2023. – Т. 10, № 7. – С. 1061-1078.

94. Мрочко, Л. В. Информационная культура общества и личности : монография / Л. В. Мрочко. – М. : Изд-во МГОУ, 2008. – 200 с.

95. Мрочко, Л. В. Культурные практики обучающихся как технология образования / Л. В. Мрочко, Т. Г. Яковчук // Знание. Понимание. Умение. – 2020. – № 2. – С. 186-193.

96. Муравьева, Н. Г. Проектная деятельность как средство формирования социокультурной компетенции студентов вуза / Н. Г. Муравьева, А. Ю. Шевцова // Kant. – 2020. – № 2 (35). – С. 282-288.

97. Мясищев, В. Н. Психология отношений: избранные психологические труды / В. П. Мясищев ; под ред. А. А. Булаева. – Воронеж : Изд-во Ин-та практ. психологии» : НПО «МОДЭК», 1995. – 356 с

98. Нежнов, П. Г. Модель «культурного развития» от идей Л. С. Выготского к образовательной практике / П. Г. Нежнов. – М. : Некоммерческое партнерство «Авторский клуб», 2015. – 63 с.

99. Непрокина, И. В. Метод моделирования как основа педагогического исследования / И. В. Непрокина // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 7. – С. 61-64.

100. Нерсисян, Л. С. Психологическая структура готовности оператора к экстренному действию / Л. С. Нерсисян, В. В. Пушкин // Вопросы психологии. – 1969. – № 5. – С. 60-68.

101. Николина, В. В. Социокультурная практика в современном образовании / В. В. Николина, О. Е. Фефелова // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 4. – С. 143.

102. Новикова, М. Г. Проектирование полисубъектной общности – средство успешного становления профессиональной направленности будущих экономистов / М. Г. Новикова, И. Л. Федотенко // Известия Тульского государственного университета. Педагогика. – 2024. – № 2. – С. 77-84.

103. Оганесов, В. А. Подготовка конкурентоспособного специалиста в условиях диверсификации высшего образования : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Оганесов Владимир Армаисович. – Ставрополь, 2003. – 160 с.

104. Осадчук, О. Л. Современные методологические подходы к исследованию педагогических процессов / О. Л. Осадчук, Е. Г. Галянская // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 3-3. – С. 463-467.

105. Пак, Л. Г. Реализация деятельностного подхода в профессиональной подготовке студента вуза / Л. Г. Пак, Ю. П. Яблонских // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-1. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=21556> (дата обращения: 19.04.2025).

106. Петрова, В. Н. Формирование креативной личности в процессе обучения в вузе / В. Н. Петрова // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – № 7. – URL: <https://zpu-journal.ru/e-zpu/2009/7/Petrova/> (дата обращения: 04.06.2025).

107. Петровский, А. В. Индивид и его потребность «быть личностью» / А. В. Петровский, В. А. Петровский // Вопросы философии. – 1982. – № 3. – С. 44-53.

108. Плетников, В. В. Агональность как тип состязательности: характеристика и сущностные черты / В. В. Плетников // Социум и власть. – 2017. – № 4 (66). – С. 114-121.

109. Попков, Ю. В. Общество и культура в социологии П. А. Сорокина (у истоков концептуализации социокультурного подхода) / Ю. В. Попков, Е. А. Тюгашев // Наследие. – 2014. – № 2 (5). – С. 37-48.

110. Практическая подготовка в системе СПО : учебно-методическое пособие / О. Ф. Клинк, Е. Н. Кулебякин, О. А. Потапова [и др.]. – М. : ФГБОУ ДПО ИРПО, 2024. – 192 с.

111. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016 № 1547 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 09.02.07 Информационные системы и программирование».

112. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 390 «О практической подготовке обучающихся» (с изменениями и дополнениями от 18 ноября 2020 года) (Зарегистрировано в Минюсте РФ 11 сентября 2020 г. № 59778).

113. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования».

114. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2023 № 843 (ред. от 03.07.2024) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 07.02.01 Архитектура».

115. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 05.05.2022 № 308 (ред. от 01.09.2022) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)».

116. Психологические тесты : в 2 т. / под ред. А. А. Карелина. – М. : Владос, 2003. – Т. 1. – 312 с.

117. Психолого-педагогическое обеспечение подготовки ремесленников-предпринимателей / Э. Ф. Зеер, В. А. Водеников, Н. А. Доронин [и др.] ; под ред. Э. Ф. Зеера. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 2001. – 233 с.
118. Пуни, А. Ц. Некоторые психологические вопросы готовности к соревнованию в спорте / А. Ц. Пуни. – М. : Физкультура и спорт, 1973. – 31 с.
119. Реан, А. А. Психология и педагогика / А. А. Реан, Н. В. Бордовская. – СПб. : Питер, 2015. – 432 с.
120. Реан, А. А. Психология личности. Социализация, поведение, общение / А. А. Реан. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2004. – 272 с.
121. Резник, Ю. М. Социокультурный подход как методология исследований / Ю. М. Резник // Вопросы социальной теории. – 2008. – Т. 2. – С. 305-328.
122. Ремесленное образование в России: теория и практика / Т. М. Аминов, Е. Ю. Бычкова, А. В. Ефанов [и др.]. – Екатеринбург : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2021. – 316 с.
123. Ремесленное образование в России: ценности, содержание, технологии : монография / А. В. Ефанов, Н. К. Чапаев, А. В. Моисеев [и др.]. – Екатеринбург : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2014. – 142 с.
124. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – М. : Педагогика, 1989. – 326 с.
125. Рудакова, И. В. Социокультурный подход как методологический принцип / И. В. Рудакова // Манускрипт. – 2017. – № 11 (85). – С. 159-162.
126. Сергеев, С. Ф. Иммерсивность, присутствие и интерактивность в обучающих средах / С. Ф. Сергеев // Школьные технологии. – 2006. – № 6. – С. 36-42.
127. Сергеев, С. Ф. Методология проектирования иммерсивных тренажеров с иммерсивными обучающими средами / С. Ф. Сергеев // Научно-технический вестник Санкт-Петербургского государственного университета информационных технологий, механики и оптики. – 2011. – № 1 (71). – С. 109-114.
128. Сергеев, С. Ф. Обучающие и профессиональные иммерсивные среды / С. Ф. Сергеев. – М. : Народное образование, 2009. – 429 с.

129. Сергеева, Т. Ф. Социальные и методологические ориентиры развития образования: полисубъектный подход / Т. Ф. Сергеева // Academia. Педагогический журнал Подмосковья. – 2014. – № 1 (1). – С. 25-31.

130. Сериков, В. В. Развитие личности в образовательном процессе : монография / В. В. Сериков. – М. : Логос, 2013. – 448 с.

131. Слободская, А. В. Прекариат и креативный класс: сравнительный анализ паттернов социальной структуры постиндустриального общества / А. В. Слободская // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. – 2018. – № 42. – С. 51-59.

132. Сопов, В. Ф. Морфологический тест жизненных ценностей: методические рекомендации / В. Ф. Сопов, Л. В. Карпушина. – М. : Издательство Московского психолого-социального института, 2001. – 51 с.

133. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество : пер. с англ. / П. А. Сорокин ; общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов. – М. : Политиздат, 1992. – 542 с.

134. Сосунова, Н. Ю. Культурные практики как условие реализации федеральных государственных образовательных стандартов / Н. Ю. Сосунова, Т. Б. Шурилова // Мир науки, культуры, образования. – 2016. – № 1 (56). – С. 179-182.

135. Социокультурный мониторинг городского межэтнического сообщества: методология, методика, практика / Ю. В. Попков, И. А. Скалабан, Е. А. Тюгашев [и др.]. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 347 с.

136. Среднее профессиональное образование в сфере креативных индустрий: анализ востребованности профессий и специальностей. Результаты исследования / подгот. О. В. Иванов [и др.]. – М. : ФГБОУ ДПО ИРПО, 2022. – 45 с.

137. Суховская, Д. Н. Основы образовательного потенциала креативного городского пространства / Д. Н. Суховская // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 6. – С. 49-54.

138. Табатадзе, Л. М. Система подготовки специалиста креативных индустрий в условиях информатизации среднего профессионального образования : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Табатадзе Лиана Мурмановна, 2021. – 274 с.

139. Темницкий, А. Л. Социокультурное: от нерасчлененного понятия к дуальным оппозициям / А. Л. Темницкий // Вестник Института социологии. – 2011. – № 3. – С. 141-164.

140. Технология профессионально-ориентированного обучения в высшей школе : учеб/ пособие / В. А. Сластенин, П. И. Образцов, А. И. Уман, М. Я. Виленский. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2021. – 258 с.

141. Торренс, Е. П. Тест креативности Торренса: методические рекомендации / Е. П. Торренс ; пер. с англ. и адаптация Н. П. Фетискина, В. М. Русалова. – М. : Институт практической психологии, 1998. – 80 с.

142. Тоффлер, Э. Третья волна : пер. с англ. / Э. Тоффлер ; науч. ред. и авт. предисл. П. С. Гуревич. – М. : Издательство АСТ, 1999. – 784 с.

143. Трушникова, Е. Л. Культура участия и культурная медиация как методы обучения истории искусств / Е. Л. Трушникова, Л. Н. Дегтеренко // Инновационное развитие профессионального образования. – 2022. – № 3 (35). – С. 36–43.

144. Узнадзе, Д. Н. Психология установки / Д. Н. Узнадзе. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.

145. Фалунина, Е. В. Становление полисубъектного подхода в области гуманитарных наук и образования (исторический аспект) / Е. В. Фалунина // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2019. – № 3 (37). – С. 136-140.

146. Фатхутдинов, Р. А. Методика разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации / Р. А. Фатхутдинов // Современная конкуренция. – 2011. – № 3 (27). – С. 113-143.

147. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». – URL: <https://base.garant.ru/70291362/> (дата обращения: 24.05.2025).

148. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 08.08.2024 № 330-ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_482580 (дата обращения: 24.05.2025).

149. Фёлькер, Р. Использование теории игр в практике управления / Р. Фёлькер // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 5. – С. 86-93.

150. Флиер, А. Я. Культурные индустрии в истории и современности: типы и технологии / А. Я. Флиер // Информационный гуманитарный портал Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 3. – С. 4.

151. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее : пер. с англ. / Р. Флорида. – М. : Классика-XXI. 2005. – 430 с.

152. Хазова, С. А. Акмеологическая направленность личности как детерминант развития конкурентоспособности / С. А. Хазова // Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 2. – С. 198-205.

153. Хёйзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хёйзинга ; пер. с нидерл. В. Описи. – М. : АСТ, 2004. – 539 с.

154. Цзин Мяо. Основные подходы к изучению социокультурной реальности / Цзин Мяо // Социально-гуманитарные знания. – 2022. – № 6. – С. 5-10.

155. Цирулева, Л. Д. Геймификация в обучении: сущность, содержание, пути реализации технологии / Л. Д. Цирулева, Н. Е. Щербакова // Вестник Пензенского государственного университета. – 2023. – № 3 (43). – С. 13-17.

156. Черняк, Е. Ф. Иммерсивные шоу как актуальное направление индустрии досуга / Е. Ф. Черняк, М. В. Черняк, В. Ф. Белов // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 1 (92). – С. 69-71.

157. Чапаев, Н. К. К вопросу о разработке «теории практики» / Н. К. Чапаев, А. В. Ефанов // Образование и наука. – 2013. – № 2 (101). – С. 51-60.

158. Чупина, В. А. Иммерсивность: трактовка и развитие понятия в педагогике / В. А. Чупина // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании : материалы 23-й Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 24-25 апреля 2018 г.). – Екатеринбург : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2018. – С. 488-493.

159. Чупина, В. А. Рефлексивные методики развития профессионального мышления: анализ эффективности / В. А. Чупина // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. – 2012. – № 1. – С. 159-162.

160. Чупина, В. А. Рефлексивные основы иммерсивной образовательной среды / В. А. Чупина, О. А. Федоренко // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2018. – Т. 10, № 1 (39). – С. 89-96.

161. Щепланова, Е. И. Теория и тесты творческого мышления Е. П. Торренса / Е. И. Щепланова // Психологическая диагностика. – 2004. – № 1. – С. 3-20.

162. Щепкина, Н. Н. Методические аспекты проведения экспертного опроса / Н. Н. Щепкина // Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова. – 2020. – № 2 (54). – С. 231-238.

163. Шепталиня, Л. И. Формирование готовности будущих менеджеров к конкуренции на рынке труда / Л. И. Шепталиня // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование, здравоохранение, физическая культура. – 2006. – № 8. – С. 143-150.

164. Щербина, А. В. Конкуренция как проявление агональности в экономической культуре : специальность 24.00.01 "Теория и история культуры" : диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук / Щербина Алексей Владимирович, 2006. – 251 с.

165. Элерс, Т. Диагностика мотивации достижения / Т. Элерс // Практическая психодиагностика. Методики и тесты : учеб. пособие / ред.-сост. Д. Я. Райгородский. – Самара : Бахрах-М, 2001. – С. 479-483.

166. Эльконин, Б. Д. Действие как единица развития / Б. Д. Эльконин // Вопросы психологии. – 2004. – № 1. – С. 35-49.

167. Яголковский, С. Р. Психология креативности и инноваций : учеб. пособие / С. Р. Яголковский. – Москва : Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2007. – 157 с.

168. Ядов, В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – М. : Наука, 1975. – С. 89-105.

169. Яковлев, В. Ю. Основания культурных и креативных индустрий как явления современного общества / В. Ю. Яковлев // Международный журнал исследований культуры. – 2017. – № 1 (26). – С. 14-27.

170. Яковлев, Е. В. Модель как результат моделирования педагогического процесса / Е. В. Яковлев, Н. О. Яковлева // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2016. – № 9. – С. 136-140.

171. Яковлева, А. А. Креативные индустрии как способ привлечения молодежи к инновационной деятельности / А. А. Яковлева, И. М. Аликперов // Культурные индустрии в пространстве открытого города : материалы VIII Всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых (Екатеринбург, 24–25 ноября 2022 г.). – Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства (институт), 2022. – С. 171-175.

172. Якушева, К. Н. Готовность выпускников колледжей к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий и закономерности её формирования / К. Н. Якушева, А. В. Феоктистов // Научно-методический электронный журнал "Концепт". – 2025. – № 8. – С. 258-276. – DOI 10.24412/2304-120X-2025-11163.

173. Якушева, К. Н. Методологические основания подготовки кадров для креативных индустрий / К. Н. Якушева // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2024. – № 3(55). – С. 137-144. – DOI 10.54509/22203036_2024_3_137.

174. Якушева, К. Н. Модель формирования готовности специалистов к профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий посредством иммерсивной культурно-образовательной практики / К. Н. Якушева // Педагогический ИМИДЖ. – 2025. – Т. 19, № 4(69). – С. 566-579. – DOI 10.32343/2409-5052-2025-19-4-566-579.

175. Якушева, К. Н. Роль культурно-образовательных практик в подготовке специалистов для сферы креативных индустрий / К. Н. Якушева // Проблемы современного педагогического образования. – 2024. – № 83-2. – С. 437-440.

176. Якушева, К. Н. Содержательные основы проектирования иммерсивных культурно-образовательных практик в профессиональной подготовке специалистов для креативных индустрий / К. Н. Якушева, А. В. Феокистов // Педагогический журнал Башкортостана. – 2024. – № 4(106). – С. 76-87. – DOI 10.21510/18173292-2024-106-4-76-87.

177. Яровой, А. В. Агональная культура: сущность и динамика (по материалам Дикого поля) / А. В. Яровой ; А. В. Яровой ; М-во сельского хоз-ва Российской Федерации, Департамент науч.-технологической политики и образования, Федеральное гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Азово-Черноморская гос. агроинженерная акад.". – Ростов-на-Дону : Азово-Черноморская гос. агроинженерная акад., 2009. – 229 с. – ISBN 5-7051-0237-2.

178. Яровой, А. В. Генеалогия агональности / А. В. Яровой // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2016. – № 3-2 (21). – С. 9-15.

179. Яровой, А. В. Интерпретация понятия «агон» в культуре / А. В. Яровой // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2010. – № 6 (55). – С. 72-75.

180. Ясвин, В. А. Образовательная среда: от моделирования к проектированию / В. А. Ясвин. – М. : Смысл, 2001. – 365 с.

181. Florida, R. Cities and the creative class / R. Florida. – London : Routledge, 2004. – 208 p. – DOI 10.4324/9780203997673.

182. Hearn, G. The future of creative work: creativity and digital disruption / G. Hearn, B. Y. Thompson. – Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2020. – 288 p. – DOI 10.4337/9781839101106.0000727.

183. Hesmondhalgh, D. Creative labour: media work in three cultural industries / D. Hesmondhalgh, S. Baker. – London : Routledge, 2011. – 288 p.

184. Horkheimer, M. Dialektik der aufklärung. Philosophische fragmente / M. Horkheimer, T. W. Adorno. – Amsterdam : Querido, 1947. – 275 S. – DOI 10.1007/978-3-658-13213-2_38.

185. Howkins, J. The creative economy: how people make money from ideas / J. Howkins. – London : Allen Lane, 2001. – 263 p.
186. Huizinga, J. Homo ludens: a study of the play element in culture / J. Huizinga. – London, Boston and Henley : Routledge & Kegan Paul, 1970. – 220 p.
187. Landry, C. The creative city: a toolkit for urban innovators / C. Landry. – London : Routledge, 2008. – 352 p. – DOI 10.4324/9781849772945
188. McLuhan, M. The global village: transformations in world life and media in the 21st century / M. McLuhan, B. R. Powers. – London : Oxford University Press, 1989. – 220 p.
189. Nakamura, K. De-creation in Japanese painting: materialization of thoroughly passive attitude / K. Nakamura // Philosophies. – 2021. – Vol. 6, Iss. 2. – DOI 10.3390/philosophies6020035.
190. Rokeach, M. The nature of human values / M. Rokeach. – New York : Free Press, 1973. – 438 p.
191. Sacco, P. L. Creativity, cultural investment and local development: a new theoretic alframework for endogenous growth / P. L. Sacco, G. Segre // Growth and innovation of competitive regions. – Berlin ; Heidelberg : Springer, 2009. – P. 281-294. – DOI 10.1007/978-3-540-70924-4
192. Sefton-Green, J. Young people's transitions into creative work: navigating challenges and opportunities / J. Sefton-Green, S. C. Watkins, B. Kirshner. – New York : Taylor & Francis, 2019. – 172 p. – DOI 10.4324/9781315174754.
193. Taylor, S. Creative careers and non-traditional trajectories: a report on an interview-based research product conducted for the project 'Non-traditional participation and pathways' for the national arts learning network / S. Taylor, K. Littleton. – London : The Open University, 2008. – 95 p.
194. Understanding Creative Industries: their definitions, models, measurements and driver / ARTerial Network. – URL: <https://arterialkenya1.files.wordpress.com/2010/06/understanding-creative-industries.pdf> (дата обращения: 04.06.2025).

Приложение А

Общие и профессиональные компетенции в соответствии с квалификацией «дизайнер» (из ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям))

Общие компетенции	Вид деятельности и соответствующие профессиональные компетенции
1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам. 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях. 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения. 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях. 8. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого подготовленности. 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	1. Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно-пространственных комплексов ПК. 1.1. Разрабатывать техническое задание согласно требованиям заказчика. 1.2. Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов. 1.3. Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ. 1.4. Производить расчеты технико-экономического обоснования предлагаемого проекта
	2. Техническое исполнение художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов в материале. 2.1. Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия. 2.2. Выполнять технические чертежи. 2.3. Выполнять экспериментальные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете или материале в соответствии с техническим заданием (описанием). 2.4. Доводить опытные образцы промышленной продукции до соответствия технической документации. 2.5. Разрабатывать эталон (макет в масштабе) изделия
	3. Контроль за изготовлением изделий на производстве в части соответствия их авторскому образцу ПК. 3.1. Контролировать промышленную продукцию и предметно-пространственные комплексы на предмет соответствия требованиям стандартизации и сертификации. 3.2. Осуществлять авторский надзор за реализацией художественно-конструкторских (ди-

Общие компетенции	Вид деятельности и соответствующие профессиональные компетенции
	зайнерских) решений при изготовлении и доводке опытных образцов промышленной продукции, воплощении предметно-пространственных комплексов
	4. Организация работы коллектива исполнителей. 4.1. Планировать работу коллектива. 4.2. Составлять конкретные технические задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт. 4.3. Контролировать сроки и качество выполненных заданий. 4.4. Осуществлять прием и сдачу работы в соответствии с техническим заданием

Приложение Б

Примеры соответствия областей креативных (творческих) индустрий и специальностей СПО

Области креативных (творческих) индустрий	Примеры специальностей СПО в соответствии с ФГОС
Индустрии, основанные на использовании историко-культурного наследия (народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность)	54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы (по видам); 51.02.01 Народное художественное творчество (по видам); 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам); 50.02.01 Мировая художественная культура
Индустрии, основанные на искусстве (театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.)	52.02.04 Актерское искусство; 53.02.08 Музыкальное звукооператорское мастерство; 53.02.09 Театрально-декорационное искусство (по видам); 55.02.03 Кино- и телепроизводство (по видам); 55.02.02 Анимация (по видам); 54.02.08 Техника и искусство фотографии
Современные медиа и производство цифрового контента (кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блогерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.)	09.02.03 Программирование в компьютерных системах; 09.02.04 Информационные системы (по отраслям); 09.02.05 Прикладная информатика (по отраслям); 09.02.07 Информационные системы и программирование; 09.02.09 Веб-разработка; 29.02.09 Печатное дело; 29.02.11 Полиграфическое производство; 42.02.01 Реклама; 42.02.02 Издательское дело
Прикладные творческие (креативные) индустрии (архитектура, промышленный дизайн, индустрия моды, гастрономическая индустрия и т. п.)	07.02.01 Архитектура; 54.02.01 Дизайн (по отраслям); 43.02.02; Парикмахерское искусство; 43.02.03 Стилистика и искусство визажа; 43.02.04 Прикладная эстетика; 43.02.05 Флористика; 43.02.12 Технология эстетических услуг; 43.02.13 Технология парикмахерского искусства; 43.02.17 Технологии индустрии красоты; 29.02.02 Технология кожи и меха; 29.02.03 Конструирование, моделирование и технология изделий из меха; 29.02.04 Конструирование, моделирование и технология швейных изделий; 19.02.13 Технология продуктов общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов

Уважаемый коллега! Просим Вас пройти опрос. Вам предлагается список из 15 компетенций, каждая из которых обеспечивает одно из ключевых направлений деятельности в креативных индустриях.

Вам предстоит сравнить все эти компетенции по двум критериям (каждую последовательно по 10-балльной шкале: от 1 – наименее важно/доступно до 10 – наиболее важно/доступно).

Оценка в первой части производится на основании того, что представленные в этом списке компетенции имеют для Вас разную значимость, разную степень привлекательности. Вы оцениваете каждую компетенцию и ее важность по 10-балльной шкале.

Во второй части опросника оценка производится на основании того, что некоторые из представленных компетенций являются более доступными, чаще встречающимися. Вы оцениваете доступность по 10-балльной шкале.

[illegible]

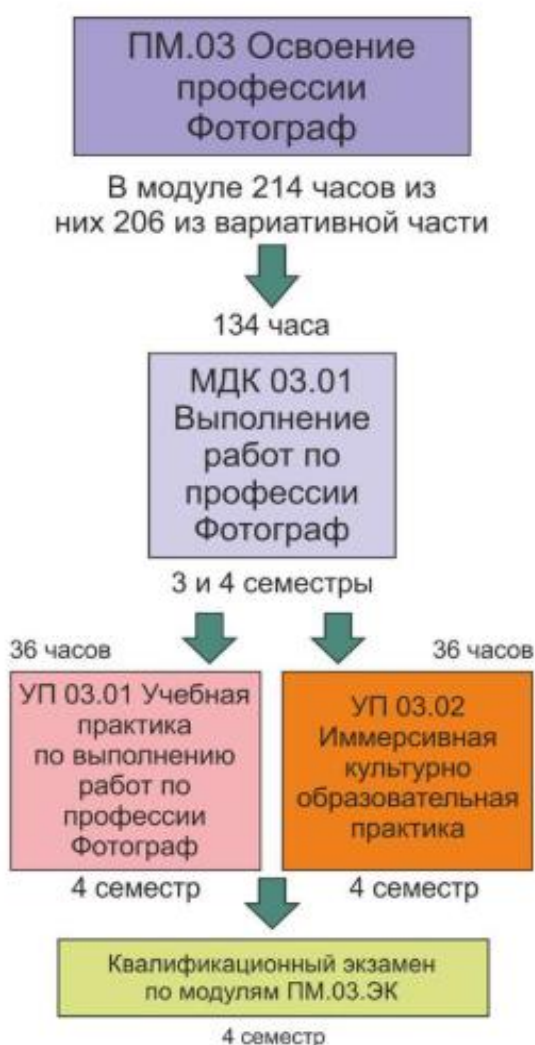
[illegible]

Приложение Г

Место иммерсивной культурно-образовательной практики в структуре основных образовательных программ

07.02.01 Архитектура

Профессиональный модуль «Рабочая профессия» специальности 07.02.01 Архитектура ФГОС от 09.11.2023 N 843



Примечание. УП.03.01 Иммерсивная культурно-образовательная практика выделена из вариативной части модуля МП.03 за счет уменьшения часов УП.03.01 Учебная практика по выполнению работ по профессии Фотограф.

**Профессиональный модуль «Создание баз данных и серверов» специальности 09.02.07 Информационные системы и программирование
№ 1547 от 09.12.2016 г.**

**ПМ 04. Профессиональный модуль
«Создание баз данных и серверов»**

**В профессиональном модуле 416
часов из них 200 вариативной части**



110 часов

МДК 04.02 Сертификация информационных систем



74 часа

**МДК 04.02 Сертификация
информационных систем**

36 часов

УП 04.01 Иммерсивная культурно-образовательная практика



**Квалификационный экзамен ПМ 04.
Профессиональный модуль
«Создание баз данных и серверов» 8 семестр**

Примечание. УП 04.01 Иммерсивная культурно-образовательная практика выделена и вариативной части МДК 04.02 Сертификация информационных систем

Приложение Д

Портфолио (возможный перечень документов)

1. Визуальная карта взаимодействия с участниками проекта с отображением их ролей, каналов взаимодействия.
2. План работы с потенциальными поставщиками и аутсорсерами.
3. Персоны пользователей и анкета для сбора информации об их потребностях, перечень потребностей и предпочтений, которые необходимо учитывать при разработке дизайна.
4. Торговая матрица товара, отчет с основными выводами и рекомендациями по организации бухгалтерских, финансовых и складских процессов.
5. Маркетинговый план по продвижению товара с предложенными мероприятиями, распределением бюджета, графиком исполнения.
6. Прототип одного из рекламных материалов (баннер, пост в социальной сети и т. д.).
7. Перечень вопросов для интервью с заказчиком, значимых для разработки дизайна.
8. Проект технического задания (цели и задачи проекта; описание целевой аудитории; основные функциональные требования; визуальные предпочтения; используемые ожидаемые сроки выполнения; этапы работы).
9. График работы с обозначением ключевых задач и сроков.
10. Список критериев, по которым будет оцениваться качество выполненных заданий (соответствие требованиям технического задания, функциональность визуальных элементов, удобство для целевой аудитории, соответствие ожиданиям заказчика, пр.), перечень методов и инструментов для контроля выполнения заданий.
11. Список требований, которые необходимо учесть при разработке дизайна.
12. Сводное техническое задание для дизайнерского проекта с учетом всех правовых требований.

Приложение Е

Деловая игра «От идеи к финансовому успеху»

Цель деловой игры «От идеи к финансовому успеху» – закрепление знаний в области теории маркетинга и коммерциализации.

Содержание игры: разработка плана коммерциализации продукта одного из проектов «Ковер-самолет», «Сапоги-скороходы» или «Конек-горбунок».

Во время деловой игры требуется разработать план коммерциализации продукта одного из проектов: «Ковер-самолет», «Сапоги-скороходы», «Конек-горбунок». Обучающимся необходимо выбрать продукт, уточнить его потребительские характеристики, сформулировать основные выгоды, которые потребитель сможет получить от его использования. Кроме того, требуется выявить основных конкурентов, определить потенциальных инвесторов, придумать креативную идею продвижения продукта и выбрать способы ее донесения до потенциальных покупателей.

Порядок выполнения: необходимо разделиться на 3-4 команды таким образом, чтобы в команде было (7 ± 2) человека. Каждая команда – это Start-up Company (стартап-компания), основанная единомышленниками, которые недавно придумали инновационный продукт и начали процесс его коммерциализации.

Задание для команды:

1. Выберите, для какого из продуктов проекта вы будете разрабатывать план коммерциализации: «Ковер-самолет», «Сапоги-скороходы», «Конек-горбунок».
2. Вспомните, какие этапы нужно реализовать, чтобы успешно коммерциализировать продукт проекта (для уточнения прочитайте раздел материалов для самостоятельной работы «Этапы коммерциализации продукта проекта»).
3. Подготовьте план коммерциализации выбранного продукта проекта (на выполнение отводится 25 минут). Рекомендуется выбрать только один из вариан-

тов исполнения и комплектации, для которого вы разработаете план коммерциализации.

В плане должны быть отражены:

- продукт проекта (описание приведено в задании выше);
- выгоды от приобретения продукта проекта;
- основные конкуренты, предлагаемые ими продукты, преимущества и недостатки конкурентного предложения;
- целевая аудитория (потребители), основные потребности целевой аудитории, которые инновационный продукт может удовлетворить;
- креативная идея продвижения продукта и способы донесения информации о продукте и его характеристиках до целевой аудитории;
- потенциальные инвесторы стартап-компании.

4. Заполните соответствующий бланк.

5. Подготовьте презентацию вашего плана коммерциализации (на выполнение отводится 25 минут). У вас будет 3 минуты на выступление.

Презентация может включать устное выступление, подготовку нескольких слайдов электронной презентации, демонстрацию инновационного продукта, демонстрацию способа использования продукта проекта и пр.

6. Представьте ваш инновационный продукт и план его коммерциализации вашей студенческой группе и преподавателю. Ответьте на вопросы. Вы можете задавать вопросы другим командам.

7. Сдайте заполненный план коммерциализации продукта преподавателю.

Инновационный продукт «КОВЕР-САМОЛЕТ»

1. Скорость полета: 40-80 км/ч в зависимости от модели.
2. Высота полета над землей: до 50 м.
3. Вместимость: от 2 до 5 чел. в зависимости от модели.
4. Варианты исполнения и комплектации:
 - «эконом» (из китайского полиэстера, с бахромой);

– «оптимум» (непромокаемый брезент, покрытый микрофиброй, выбор цвета по желанию, возможен декор);

– «люкс» (шелк, покрытый кевларом, золотое шитье, водоотталкивающая пропитка, подогрев ковра в зимнее время).

5. Во всех моделях предусмотрен плексигласовый щиток от встречного ветра.

6. Возможна пропитка от влаги и установка складного зонтика от непогоды и солнца.

7. Цена: 10-25 млн руб. в зависимости от модели и комплектации.

8. Во избежание поломок КОВЕР нуждается в сушке и регулярной обработке «АНТИМОЛЬЮ».

Инновационный продукт «САПОГИ-СКОРОХОДЫ»

1. Скорость передвижения: 20-40 км/ч в зависимости от модели.

2. Гарантия 2 года.

3. Варианты исполнения и комплектации:

– «эконом» (тип – сланцы);

– «оптимум» (тип – ботинки из натурального кожзаменителя);

– «люкс» (тип – сапоги из натуральной кожи, инкрустированные стразами от Сваровски).

4. Для России выпускается зимняя модель – валенки-снегоходы.

5. Возможен выпуск модели «вездеход» (тип – резиновые сапоги; модель повышенной проходимости).

6. Возможна пропитка от влаги и дооснащение любой модели галошами-немарашками.

7. Цена: 400-900 тыс. руб. в зависимости от модели и комплектации.

8. Во избежание аварий на САПОГАХ нужно своевременно менять набойки.

Инновационный продукт «КОНЕК-ГОРБУНОК»

1. Скорость передвижения: 5-60 км/ч в зависимости от модели и настроения.
2. Высота преодолеваемых препятствий: до 15 м.
3. Вместимость: до 2 чел.
4. Обладает искусственным интеллектом.
5. Голосовое управление.
6. Варианты исполнения и комплектации:
 - «эконом» (рост три вершка, два горба на спине, пегой масти);
 - «оптимум» (вороной масти, один горб, рост стандартный);
 - «люкс» (орловский рысак, золотая грива, горб почти не виден).
 - Возможна комплектация седлом, уздечкой и стремянами.
7. Цена: 1-5 млн руб. в зависимости от модели и комплектации.
8. Во избежание отказов КОНЕК нуждается в КОНОВЯЗИ и регулярной заправке «ОВСОМ».

План коммерциализации продукта проекта

1. Инновационный продукт _____
2. Вариант исполнения и комплектации _____
3. Выгоды от приобретения инновационного продукта _____
4. Основные конкуренты, преимущества и недостатки их предложения _____
5. Целевая аудитория, ее основные потребности, которые продукт может удовлетворить _____
6. Креативная идея продвижения продукта и способы донесения информации о продукте и его характеристиках до целевой аудитории _____
7. Потенциальные инвесторы _____
8. Команда стартап-компании _____

Возможные вопросы для обсуждения

План коммерциализации какой из команд вы считаете наиболее полным и законченным? Почему?

Чью презентацию вы считаете наиболее яркой и запоминающейся? Почему?

Что можно было бы улучшить в работе вашей команды для повышения результативности совместной работы?

Что необходимо для того, чтобы идея превратилась в финансово успешный стартап?

Всегда ли нужно коммерциализировать проекты?

Какой этап коммерциализации продукта проекта самый сложный?

Кто должен заниматься коммерциализацией продукта проекта в условиях реализации реального проекта?