

**Татьяна Николаевна Овчарова**

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры культуры и психологии предпринимательства, Нижний Новгород, Россия  
e-mail: ovcharovat@yandex.ru

**Креативность и творчество в социокультурном ракурсе**

*Аннотация.* В статье рассматривается ряд подходов к вопросу о соотношении понятий «креативность» и «творчество», отмечаются отличительные характеристики каждого из них. Устанавливается существенное различие креативности и творчества при рассмотрении их общей ориентации на создание нового. Выявляется разный социокультурный статус нового у креативности и творчества, сопоставляются «вторичная новизна» как существенный признак креативной деятельности и принципиальная новизна как отличительная особенность творческой деятельности. Проводится сравнительный анализ креативности и творчества через обращение к художественной культуре, на развитие которой повлияли интернет-технологии. Внимание к такому феномену современной сетевой литературы, как фанфикшн, позволило углубить понимание своеобразия креативности и ее отличие от творчества.

*Ключевые слова:* креативность, творчество, культура, новое, интернет-технологии, фанфикшн.

**Tatyana N. Ovcharova**

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Culture and Psychology of Entrepreneurship, Nizhny Novgorod, Russia  
e-mail: ovcharovat@yandex.ru

**Creativity and Oeuvre from a Sociocultural Perspective**

*Abstract.* The article discusses a number of approaches to the question of the relationship between the concepts of “creativity” and “oeuvre”, the distinctive characteristics of each of them are noted. A significant difference between creativity and oeuvre is established when considering their general orientation towards creating something new. The different sociocultural status of the new in creativity and oeuvre is revealed, “secondary novelty” as an essential sign of creative activity and fundamental novelty as a distinctive feature of creative activity are compared. A comparative analysis of creativity and oeuvre is carried out through an appeal to artistic culture, the development of which was influenced by Internet technologies. Attention to such a phenomenon of modern network literature as fan fiction has deepened the understanding of the originality of creativity and its difference from oeuvre.

*Keywords:* creativity, oeuvre, culture, new, Internet technologies, fan fiction.

**Введение (Introduction)**

Востребованность темы креативности и творчества диктуется вызовами быстро меняющегося современного мира, адекватным ответом на которые может быть активизация творческого потенциала человека, максимальная реализация его креативных способностей. Важность научно-технического творчества для достижения стратегических целей российского общества, высокий социальный заказ на креативную личность, потребность в творческих идеях, инновациях обуславливают актуальность заявленной темы.

Культура любого исторического периода включает креативное и творческое начала, но их интерпретация и оценка могут существенно различаться. Информационно-коммуникационные технологии постиндустриального общества сказываются на современной трактовке творчества и креативности, меняют традиционные представления о субъекте творчества и креативности, порождают дискуссии, касающи-

еся их социокультурного статуса. Исследовать соотношение таких значимых для поступательного развития общества феноменов, как креативность и творчество, важно не только в теоретическом, но и в практическом отношении. Теоретический анализ необходим, прежде всего, для выработки практических шагов в сфере образования, где происходит формирование у обучающихся компетенций, имеющих отношение к творчеству и креативности. Соответствующие компетенции необходимы для будущей профессиональной деятельности, карьерного роста и будут полезны при решении разнообразных жизненных задач. Для оценки сформированности компетенций, выработки индикаторов их достижения важна смысловая определенность терминов, не позволяющая отождествлять их, подменять один другим. Однако, несмотря на большой накопленный по теме креативности и творчества материал, единой позиции в определении содержания этих терминов, в трактовке их соотношения

нет. Недостаточная категориальная разработанность креативности и творчества, имеющаяся в литературе неопределенность в рассмотрении их соотношения подчеркивают обоснованность поставленной цели исследования.

Цель настоящей статьи — установить близость и существенное различие креативности и творчества при рассмотрении их в социокультурном ракурсе.

### Методы (Methods)

Для достижения цели исследования деятельностный подход имеет большой методологический потенциал, поскольку дает возможность рассмотреть креативность и творчество комплексно, через основные составляющие любой деятельности — субъектно-личностную, процессуальную, результативную. Креативность и творчество как виды деятельности осуществляются личностью и обладают особенностями, которые актуализируются в процессе и результате соответствующей (креативной или творческой) деятельности. Комплексный анализ на основе деятельностного подхода снимает ограничения, свойственные исследованиям, раскрывающим отдельные аспекты креативности и творчества, а также позволяет выделить общую основу для их сравнительного анализа. В статье используется метод концептуализации, общенаучные методы: анализ, сравнение, индуктивное обобщение, дедуктивный вывод.

### Литературный обзор (Literature Review)

В литературе существует множество определений как креативности, так и творчества, которые зачастую мало согласуются между собой. Для нас интерес представляют те, которые не изолированно трактуют эти феномены, а соотносят креативность и творчество, что позволяет установить не только близость этих явлений, но и существенное различие. Проанализируем некоторые позиции.

Сегодня в публикациях редко встретишь отождествление креативности с творчеством, хотя прилагательные «креативный», «творческий» могут использоваться как взаимозаменяемые, в частности, это встречается в педагогической литературе, когда речь идет о формировании креативной/творческой личности в системе образования, развитии ее креативных/творческих способностей [1].

Но чаще всего креативность рассматривается в качестве составляющей творчества под видом креативного мышления. Творческий процесс создания нового требует творческого мышления, и в литературе используются близкие к нему по смыслу термины — креативное, дивергентное (Дж. Гилфорд), латеральное или нешаблонное (Э. де Боно) мышление. Креативность как способность в процессе деятельности (научной, художественной и любой другой) использовать такие качества мышления, как гибкость, беглость, нестандартность и др., обеспечивающие успех творческой деятельности, имеет право на существование. Но креативность не может быть сведена к технологии осуществления творческой деятельности, креативное мышление не исчерпывает всего содержания креативности.

Как творчество, направленное на создание «принципиально нового — радикально порывающего с предшествующим», понимает креативность Р. М. Шамаева [2, с. 102].

Подобная трактовка креативности как особого случая творчества (творчества в его наивысшем проявлении) сближает ее с гениальностью, превращает креативность в уникальный дар, присущий единицам. Это расходится с наиболее распространенной точкой зрения на креативность как универсальную способность людей к творчеству, которая востребована в различных сферах общественной жизни (бизнесе, управлении, политике, образовании и т. д.) и поддается развитию. На сегодняшний день разработка технологий, повышающих уровень креативности членов общества, приобретает массовый характер. Создаются специальные школы, центры, в которых слушатели обучаются методикам, развивающим креативность, формирующим креативные навыки для успешного продвижения в служебной карьере. «Компетенция креативности становится необходимым условием успешной реализации человека в профессиональном пространстве» [3, с. 38]. Запрос общества на креативных специалистов определяет и соответствующие тенденции в сфере высшего образования [4]. Поэтому трактовка креативности с уклоном в элитарность выглядит не совсем адекватной современным реалиям, вступает в противоречие с существующей практикой.

Креативность — это новая форма творчества в условиях симулятивной реальности информационного общества, считает А. А. Костюк [5]. В ответ на вызовы информационного общества происходит трансформация творческой деятельности, считает автор, перенос акцента с процессуальной стороны творческой деятельности на ее результат. Нацеленность на результат и дает на выходе новую форму творчества, а именно — креативность. Но отнесение креативности исключительно к результативной стороне творческой деятельности некорректно, поскольку субъектно-личностная и процессуальная стороны также важны для понимания креативности, которая, как и творчество, наиболее полно раскрывает свою природу в условиях комплексного подхода к деятельности. При этом автор справедливо считает отличительной особенностью креативности ее прагматическую установку на «...продукт, который будет наиболее эффективен в данном месте, для данной аудитории» [5, с. 98], но специально не анализирует природу этой установки. Хотя именно она, по нашему мнению, может стать отправной точкой для выявления специфики креативности в социокультурном ракурсе, ее социокультурного статуса в сравнении со статусом творчества. Направленность креативной деятельности на удовлетворение потребностей отличает креативность от творчества, не имеющего обязательной утилитарно-практической направленности.

### Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Мы придерживаемся той точки зрения, что креативность и творчество не тождественны, но есть то общее, которое их сближает и одновременно дает основание для их различения, и это общее — ориентация на создание нового. Новое (новизна) — одна из основных ценностей современной культуры, только создавая новое можно отвечать на вызовы быстро меняющегося мира. Практически во всех определениях креативности и творчества этот признак выходит на первый план. Рождение нового в ходе творче-

ской деятельности позволяет рассматривать творчество как динамический фактор культуры, как причину прогрессивных социокультурных изменений в обществе. Для креативности также характерна интенция на новое, в результате которой возникают в культуре оригинальные, нестандартные формы, своеобразные культурные феномены. Однако социокультурный статус нового у креативности и творчества различен.

Новое, как критериальный признак творчества, означает не просто формальное отличие от старого, «...новое есть всегда и прежде всего также нечто ценное, отличающее определенный исторический период, дающее преимущество настоящему перед прошлым» [6, с. 125]. Без наполненности нового позитивным ценностным содержанием, определяющим поступательное развитие общества, нет нового как критерия творчества. Новое характеризует результаты творческой деятельности ученых, художников, изобретателей, которые создают нечто, ранее не существовавшее в культуре, имеющее принципиальную новизну. Такая новизна является главным критерием творчества, она приводит к кардинальным сдвигам в культуре, цивилизации и превращает творчество в социально значимую деятельность.

Но нередко в литературе к творческой деятельности относят и деятельность личности, которая в разных сферах может создавать новации, имеющие индивидуально-личностную значимость: ученик находит новое для себя решение задачи, домохозяйка придумывает новый рецепт борща, художник-баталист впервые пробует себя в жанре портрета и т. д. В этих примерах имеет место творчество как способ бытия человека, как деятельность, в ходе которой человек опредмечивает свои способности, реализует себя, и ее достижения являются новыми для него, а не для всего человечества, представляя шаг в его саморазвитии, личностном росте. Допуская в границах творчества разную степень новизны и, соответственно, разный масштаб творчества, считаем, что более корректно видеть в индивидуально-значимых достижениях проявление креативности человека, способного к новаторской деятельности. Хотя если принять во внимание множество значений понятия «творчество», то можно согласиться с его использованием для обозначения атрибутивного качества человека, которое реализуется через деятельность по «обновлению себя», через самосовершенствование и самореализацию.

Признак новизны у креативности имеет другой социокультурный статус и контекст, чем у творчества. Креативно новое — это не обязательно качественно новое, принципиально новое, оно может быть просто отличным от старого, иным. Новое как иное не претендует на принципиальное отличие по содержательному критерию от старого. Принимая во внимание диалектику содержания и формы, считаем необходимым подчеркнуть, что в креативной деятельности форма подчиняет себе содержание, и результатом такого соотношения выступает креативно новое, ориентированное преимущественно на новизну формы уже произведенного продукта. Креативность, таким образом, тяготеет не к содержательной, а к формальной новизне, для которой ключевыми характеристиками будут оригинальность, необычность, нестандартность формы (оформления, подачи, интерпре-

тации), имеющие целью привлечь внимание потребителя к уже созданному продуктивной деятельностью результату. И в этом аспекте подобная новизна вторична. Чтобы обеспечить потребительский спрос, креативно новое должно отвечать модным тенденциям, проявляться через броский дизайн, необычную упаковку, самобытную трактовку, яркую рекламу и другие креативные решения. Мы будем понимать креативность как способность субъекта создавать новые формы, привлекательные для потребителей культурных содержаний.

Сравнительный анализ творчества и креативности будет неполным, если не остановиться на вопросе о том, как проявляется своеобразие креативности и творчества в культуре. В ответе на этот вопрос следует обратиться к художественной культуре, ядром которой выступает искусство (литературные произведения, музыка, кино, театр и др.). В искусстве творческое и креативное начала наиболее отчетливо демонстрируют отличие по субъекту соответствующей деятельности и по значимости выполняемой им социокультурной функции.

Проявлением креативности в художественной культуре можно считать интерпретацию (новаторскую трактовку) современным писателем, драматургом, композитором и т. д. созданного субъектом творчества и вошедшего в культурное наследие человечества классического произведения. Современный художник, который имеет свой взгляд на его актуальность, стремится интерпретацией это подчеркнуть (актуализировать старое в новых обстоятельствах). Новаторская трактовка, созвучная времени, требующая креативного подхода к наследию, в данном случае выступает условием того, что художественное произведение остается востребованным в пространстве культуры, которая не может не реагировать на изменчивость социума, а ответом на эту изменчивость и может быть поиск новых форм подачи культурного содержания. Другое дело, что новаторская трактовка может потерять глубину содержания, исказить авторский замысел произведения, но это уже выход за рамки темы «креативность в культуре» в проблему «культура креативности», подразумевающую аксиологический аспект креативности и творчества, исследование ценностных предпочтений современного художника, степень его владения литературно-художественным стилем.

Такая разновидность искусства, как фольклор, по мнению Р. М. Шамаевой, также может выступить примером креативности. Изначально в фольклоре нет четко фиксированного текста и авторского начала, поэтому «...элементы варьирования, импровизационность можно назвать проявлением креативности, поскольку именно благодаря им традиционное произведение “оживляется”, демонстрирует свою жизнеспособность, актуализируется в новом контексте культуры» [2, с. 104]. Прежние культурные формы в новых условиях зачастую оказываются уже не столь эффективными с точки зрения выполнения ими социальных функций. Поэтому адаптация к новым историческим обстоятельствам осуществляется в виде новых форм подачи, фиксации и передачи культурного, в том числе и фольклорного, наследия. Креативное обновление современным художником классического наследия, традиционных культурных форм, таким

образом, выступает условием жизнеспособности разных видов искусства, их востребованности в социуме.

Богатый материал для сравнительной оценки субъектов креативности и творчества предоставляет такой феномен современной культуры, как фанфикшн. Возникновение фанфикшн исследователи связывают с появлением фанатских сообществ (фандомов), участники которых обсуждали популярные книги, сериалы, фильмы первоначально через реальное общение, а с развитием интернет-технологий деятельность фанатов перешла из сферы реального общения к сетевой активности в виртуальном пространстве. Члены сетевого сообщества (фандома), будучи поклонниками той или иной книги, стремятся стать активными участниками литературного процесса и преобразуют текст источника, выступающего каноном, в новое литературное произведение — фанфик, становятся фикрайтерами, авторами фанфика. Канон в русскоязычных фандомах выступают произведения как отечественных, так и иностранных авторов (фандомы «Эраст Фандорин», «Ночной дозор», «Гарри Поттер», «Секретные материалы» и др.). Наиболее распространены фандомы по произведениям Дж. Р. Р. Толкина и Дж. К. Роулинг. Объектом фанфикшн сегодня могут быть и классические произведения: есть фандомы «Евгений Онегин», «Преступление и наказание» и др. Подробнее о фанфикшн-практиках на виртуальных платформах, связанных с книгами, фильмами, сериалами, см.: [7].

Оценка фанфикшн в литературоведении неоднозначна. Большинство исследователей рассматривают фанфикшн как особую фанатскую прозу, отличающуюся от традиционной литературы: тексты фикрайтеров обладают лишь относительной самостоятельностью, они создаются на основе уже имеющегося первоисточника, и поэтому их вторичность не позволяет говорить о фанфикшн как о собственно литературе. Это «поле литературного опыта», одной из основных характеристик которого является «...легкость, с которой чтение здесь переходит в письмо...» [8]. Противоположную оценку фанфикшн дает Е. А. Московкина, считая, что фанфикшн обладает «...явными качествами литературы...» [9, с. 458]. Более того, непрофессионализм и подражательность, считает автор статьи, не являются доминантами фанфикшн, в нём есть творческая составляющая. Приоритетом фанфикшн выступает стремление авторов фанфиков остаться в рамках канона, но фикрайтер может усилить, например, детективную, любовную, авантурную линию текста-источника, оживить персонаж и т. д. Другими словами, он может создавать собственные художественные миры, преодолевать авторитет эталонного текста, направлять фанфикшн «...по собственной траектории» [9, с. 459]. Подобная активность читателя выступает основанием для оценки фанфикшн как «фанатского творчества» с одновременным признанием его «вторичности» [10, с. 64]. Для характеристики литературных опытов фанатов исследователями привлекаются также понятия «фандомное творчество», «сетевое творчество».

С нашей точки зрения, отнесение фанфикшн к творчеству является недостаточно убедительным в силу именно его «вторичности». Фанфикшн выступает способом создания «вторичных текстов», «вторичных произведений», что

не согласуется с критериальным признаком творчества — принципиальной новизной его достижений. И это зачастую приводит к тому, что фикрайтеров считают неполноценными творцами, а фанфикшн-творчество «...занимает подчиненное положение в творческой иерархии, по сравнению с «оригинальным» творчеством» [11, с. 302].

По нашему мнению, нет необходимости в том, чтобы фанфикшн, учитывая его несоответствие критериальному признаку творчества, относить тем не менее к особой разновидности творчества, искать для него особое место в творческой иерархии. Не творчество, а креативность лежит в основе появления фанфикшн.

По способу возникновения фанфикшн — креативность, неразрывно связанная с особенностями коммуникативного интернет-пространства, в котором исчезает особая статусная позиция автора-творца, создателя уникального, принципиально нового произведения, и у читателя, участника фандома, появляется возможность стать автором «вторично нового» — фанфика. Для создания фанфика читатель должен проделать большую продуктивную работу: проанализировать текст источника, интерпретировать его на основе изучения присущего ему стиля, языка, психологии его персонажей, чтобы в последующем развитии сюжета, описании поступков героев не нарушить изначальных посылок канона. Подобные проявления активности в рамках канона и делают читателя субъектом креативной деятельности по созданию вторично нового. А широкие возможности сетевой коммуникации влияют на особенности реализации креативного потенциала автора-фикрайтера, который еще до публикации своего произведения учитывает пожелания читательской аудитории, ее потребности, запросы. Усилия фикрайтера как субъекта креативной деятельности направлены не на творческий поиск принципиально нового, а на удовлетворение читательских ожиданий, на то, чтобы читатели фанфика получили комфортные эмоции от текста [12].

Более того, установка на потребителя выступает тем фактором, который в значительной степени обуславливает ценностные ориентации субъекта креативной деятельности. В фандомах большой популярностью у молодежи пользуется пейринг — сюжет о персонажах, как имеющих в каноне, так и вымышленных автором фанфика, которых читатели хотят видеть вместе. Принцип оригинальности, как существенный для креативного подхода, работает и при выборе персонажей. Возможно, этим объясняется востребованность таких разновидностей пейринга, как слэш, фемслэш, имеющих оценку морально предосудительных. Следует обратить внимание и на такие метки фанфиков, как «серая мораль», «моральная дилемма», которые указывают, что в содержании произведения моральный облик персонажей неоднозначен, а выбор, который предстоит сделать персонажам, сопряжен с нарушением моральных норм. Среди многообразных фанфиков нередко можно встретить и те, которые содержат ненормативную лексику, сцены насилия, изображение нетрадиционных сексуальных отношений [13, с. 43]. Отсутствие четких граней между добром и злом, ценностная релятивность, которые иллюстрируются сюжетом, поступками персонажей фанфика, указывают в известной степени на проблемность в системе ценностных ориен-

таций их автора и на особенности аксиологии креативности в целом.

Креативность имеет много измерений и проявляется в многообразии форм. Погоня за оригинальностью, которая является важнейшим социокультурным измерением креативности, влечет за собой ситуацию, в которой субъект креативной деятельности, проявляя всё больше усилий по поиску новых форм, теряет ценностно-смысловое содержание креативной деятельности, оказывается ценностно дезориентированным. Примеры с неоднозначными ценностными предпочтениями представителей «креативных профессий» — специалистов в области рекламы, PR-технологий см.: [14]. Именно ценности, определяющие векторы деятельности человека, имеют большое значение в исследовании феномена креативности и творчества. Исследуя вопрос о ценностной составляющей социально-гуманитарного знания, Е. В. Мареева отмечает: «...“Креативность” — это именно творчество, лишённое нравственного начала. Это производство новых идей, не имеющих отношения к идеалам. Другая ситуация, когда ум и образованность служит нравственному деянию...» [15, с. 10]. И не принципиально, что в данном случае речь идет о научной деятельности. В социокультурном измерении творчество является созидательной, а не разрушительной силой, в любой сфере деятельности оно конституируется системой позитивных ценностей и аксиологически ориентируется на духовное развитие личности. Произведения культуры как результат творчества обладают общественной ценностью, когда обогащают внутренний духовный мир человека, способствуют становлению личности читателя/зрителя/слушателя, формируют стержень ее духовности — экзистенциальные смыслы и нравственные ценности. Креативности же в силу аксиологической неоднозначности, ценностного плюрализма для выполнения позитивной роли в социуме требуется нравственная легитимация.

### Заключение (Conclusion)

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

Общая ориентация на создание нового не позволяет абсолютно противопоставлять творчество и креативность, но дает основание различать их социокультурный статус и функции. Если творчество с точки зрения социокультурной функции нацелено на создание содержательно нового — принципиально новых материальных и духовных ценностей, то креативность ориентирована на продвижение творческих достижений к потребителю и предполагает вторичную новизну — создание новых форм для уже созданных культурных содержаний.

Процессы виртуализации и компьютеризации в информационном обществе дают импульс развитию сетевой культуры, одним из проявлений которой выступает фанфикшн. Обращение к фанфикшн позволило расширить основание для сравнения творческого и креативного начал в культуре, увидеть своеобразие современной формы креативности, развертывающейся в коммуникационном поле интернет-пространства.

Аксиологический дискурс креативности и творчества привел к выводу о разной значимости выполняемых их субъектами социокультурных функций. По своей ценностной ориентации творческая деятельность конституируется в системе положительных ценностей и направлена на духовное развитие человека, креативная — имеет неоднозначные ценностные установки и требует нравственной легитимации для выполнения созидательной функции в инновационном развитии общества. Дополнительный материал для обоснования своеобразия функций, социокультурного статуса креативности и творчества может дать обращение к проблеме креативных (творческих) индустрий, к ценностным ориентациям субъектов «креативных профессий», но это задача будущих исследований.

### Библиографический список

1. Федосеева Т. Е., Сущева С. М. Работа со сказкой как средство развития креативного мышления младших школьников // Нижегородский психологический альманах. 2021. № 1. С. 160–169.
2. Шамаева Р. М. Феномен креативности в контексте культуры // Международный журнал исследований культуры. 2014. № 4 (17). С. 95–106.
3. Колокольцева О. В. Креативность в профессиональной деятельности // Базис. 2022. № 1 (11). С. 36–38. DOI: 10.24412/2587-8042-2022-111-36-38
4. Серебровская Н. Е., Кочергина И. С. Креативность как компетенция специалистов социэкономических профессий // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 6–2 (96). С. 146–151. DOI: 10.23670/IRJ.2020.96.6.068
5. Костюк А. А. Креативность как форма творчества информационной эпохи // Logos et Praxis. 2019. Т. 18, № 4. С. 96–101. DOI: 10.15688/lp.jvolsu.2019.4.11
6. Гройс Б. Утопия и обмен. М.: Знак, 1993. 374 с.
7. Четина Е. М., Ключикова Е. А. Фандомы и фанфики: креативные практики на виртуальных платформах // Вестн. Перм. ун-та. 2015. № 3 (31). С. 95–104.
8. Самутина Н. В. Практики эмоционального чтения и любительская литература (фанфикшн) // Новое литературное обозрение. 2017. № 1 (143). С. 246–269. URL: <https://magazines.gorky.media/nlo/2017/1/praktiki-emocziionalnogo-chteniya-i-lyubitelskaya-literatura.html> (дата обращения: 20.10.2023).
9. Московкина Е. А. Фанфикшн как феномен читательской культуры: между автором и читателем // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 5 (72). С. 458–459.
10. Костюрина Н. Ю. Фанфикшн как предмет научного исследования в российском гуманитарном знании // Учен. записки Комсомол.-на-Амуре гос. техн. ун-та. 2016. № 1–2 (25). С. 63–67.

11. Пейгина Л. В. Мода на фанфикшн: потребление вторичности или новая креативность // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. 2019. № 36. С. 300–303. DOI: 10.17223/22220836/36/34
12. Булдакова Ю. В. Восприятие текста классического поэтического произведения читателями фанфикшн // Филологический класс. 2020. Т. 25, № 3. С. 129–140. DOI: 10.26170/FK20-03-11
13. Солина А. В. Возможности применения исследований фанфикшна в библиотечной практике // Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. 2021. № 3. С. 40–44.
14. Ларина Н. А., Мичурина Д. А. Этический компонент профессиональной коммуникации специалиста по рекламе // Мир науки, культуры, образования. 2022. № 6 (97). С. 419–422. DOI: 10.24412/1991-5497-2022-697-419-422
15. Мареева Е. В. Об ангажированности социально-гуманитарного знания в XXI веке // Актуальные проблемы педагогики и психологии : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. М. : Моск. гос. ин-т культуры, 2021. С. 6–11.

### References

- Buldakova Yu. V. (2020) *Vospriyatie teksta klassicheskogo poeticheskogo proizvedeniya chitatel'nyimi fanfikshn* [Perception of a Classical Poetic Text by Fan Fiction Readers], *Filologicheskii klass [Philological Class]*, vol. 25, no. 3, pp. 129–140, doi: 10.26170/FK20-03-11 (in Russian)
- Chetina E. M., Klyuikova E. A. (2015) *Fandomy i fanfiki: kreativnye praktiki na virtual'nykh platformakh* [Fandoms and Fan Fiction: Creative Practices on Virtual Platforms]\*, *Vestnik Permskogo universiteta [Perm University Bulletin]\**, no. 3 (31), pp. 95–104. (in Russian)
- Fedoseeva T. E., Sushcheva S. M. (2021) *Rabota so skazkoi kak sredstvo razvitiya kreativnogo myshleniya mladshikh shkol'nikov* [Work with Fairy Tales as a Tool for Creative Thinking Development of Young Learners]\*, *Nizhegorodskii psikhologicheskii al'manakh [Nizhny Novgorod Psychological Almanac]\**, no. 1, pp. 160–169. (in Russian)
- Grois B. (1993) *Utopiya i obmen [Utopia and Exchange]\**. Moscow, Znack Publ., 374 p. (in Russian)
- Kolokol'tseva O. V. (2022) *Kreativnost' v professional'noi deyatel'nosti* [Creativity in Professional Activity], *Bazis [Basis]*, no. 1 (11), pp. 36–38, doi: 10.24412/2587-8042-2022-111-36-38 (in Russian)
- Kostyuk A. A. (2019) *Kreativnost' kak forma tvorchestva informatsionnoi ehpokhi* [Creativity as a Form of Creation of Information Epoch], *Logos et Praxis*, vol. 18, no. 4, pp. 96–101, doi: 10.15688/lp.jvolsu.2019.4.11 (in Russian)
- Kostyurina N. Yu. (2016) *Fanfikshn kak predmet nauchnogo issledovaniya v rossiiskom gumanitarnom znanii* [Fan-Fiction as a Subject of Scientific Research in Russian Humanities], *Uchenye zapiski Komsomol'skogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta [Scholarly Notes of Komsomolsk-na-Amure State Technical University]\**, no. 1–2 (25), pp. 63–67. (in Russian)
- Larina N. A., Michurina D. A. (2022) *Ehticheskii komponent professional'noi kommunikatsii spetsialista po reklame* [Ethical Component of Professional Communication of Advertising Specialist], *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya [World of Science, Culture, Education]*, no. 6 (97), pp. 419–422, doi: 10.24412/1991-5497-2022-697-419-422 (in Russian)
- Mareeva E. V. (2021) *Ob angazhirovannosti sotsial'no-gumanitarnogo znaniya v XXI veke* [On the Bias of Social and Humanitarian Knowledge in the 21st Century]\*, *Aktual'nye problemy pedagogiki i psikhologii [Actual Problems of Pedagogy and Psychology]\**. Moscow, Moscow State Institute of Culture Publ., pp. 6–11. (in Russian)
- Moskovkina E. A. (2018) *Fanfikshn kak fenomen chitateľ'skoi kul'tury: mezhdū avtorom i chitateľem* [Fan Fiction as a Phenomenon of Reading Culture: Between Author and Reader]\*, *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya [World of Science, Culture, Education]\**, no. 5 (72), pp. 458–459. (in Russian)
- Peigina L. V. (2019) *Moda na fanfikshn: potreblenie vtorichnosti ili novaya kreativnost'* [Fashion for Fan Fiction: Consumption of Secondary or New Creativity], *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie [Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History]\**, no. 36, pp. 300–303, doi: 10.17223/22220836/36/34 (in Russian)
- Samutina N. V. (2017) *Praktiki ehmotSIONal'nogo chteniya i lyubitel'skaya literatura (fanfikshn)* [Practices of Emotional Reading and Amateur Literature (Fanfiction)]\*, *Novoe literaturnoe obozrenie [New Literary Review]\**, no. 1 (143), pp. 246–269. Available at: <https://magazines.gorky.media/nlo/2017/1/praktiki-emotsionalnogo-cheniya-i-lyubitelskaya-literatura.html> (accessed: 20.10.2023). (in Russian)
- Serebrovskaya N. E., Kochergina I. S. (2020) *Kreativnost' kak kompetentsiya spetsialistov sotsionomicheskikh professii* [Creativity as a Competence of Specialists in Socionomic Professions], *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal [International Research Journal]*, no. 6–2 (96), pp. 146–151, doi: 10.23670/IRJ.2020.96.6.068 (in Russian)
- Shamaeva R. M. (2014) *Fenomen kreativnosti v kontekste kul'tury* [The Phenomenon of Creativity in the Context of Culture]\*, *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury [International Journal of Cultural Research]\**, no. 4 (17), pp. 95–106. (in Russian)
- Solina A. V. (2021) *Vozmozhnosti primeneniya issledovaniy fanfikshna v bibliotечноi praktike* [Possibilities of Application of Fanfiction Research in Library Practice], *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts]\**, no. 3, pp. 40–44. (in Russian)

\* Перевод названий источников выполнен автором статьи / Translated by the author of the article.