

КРЕАТИВНОСТЬ – МОДА ИЛИ ЖИЗНЕННАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Т. М. Глушанок

*ФГБОУ ВПО «Петрозаводский государственный университет»,
г. Петрозаводск*

glushanok2010@yandex.ru

Понятие «креативная экономика» было введено журналом «BusinessWeek» в августе 2000 г. Лидером в креативной экономике сегодня можно назвать Великобританию, которая создала и продолжает разрабатывать правовую базу, стратегические и политические документы развития национальной экономики через экономическое, культурное и социальное взаимодействие. Во многих странах развитие творческих индустрий является стратегическим приоритетом для оживления экономического роста, увеличения занятости и усиления социальной сплоченности. Когда на смену промышленным фабрикам приходят фабрики идей, можно говорить о креативной экономике, повышении уровня благосостояния страны через укрепление ее социального и культурного потенциала.

Креативная экономика или экономика знаний основана на интеллектуальной деятельности. Основными характеристиками этого особого сектора экономики являются: высокая роль новых технологий и открытий в разных областях деятельности человека; высокая степень неопределенности; большой объем уже существующих знаний и острая необходимость генерации новых знаний. В основе креативного подхода лежат проектное мышление, креативное воображение, практическая направленность.

Проектное мышление требует от специалистов большой гибкости, адекватной реакции на постоянно меняющуюся ситуацию, принятия нестандартных решений, творчества, изобретательности. Аналитическая деятельность современного специалиста должна основываться на исследовании характеристик как внутренней, так и внешней среды, их систематизации, вычленении основных тенденций развития и создании системы мероприятий, воздействующих на них. Для принятия правильного решения специалисту требуется исследовать не только те факты, которые «лежат» на поверхности, но и проникать в суть явлений, обращать внимание на скрытые, «неявные» связи и значения, по-

разному оценивать и интерпретировать одни и те же явления в зависимости от поставленных целей и задач.

Креативное мышление – ценный капитал, приносящий постоянные дивиденды, источник новых идей и оригинальных подходов, который делает организации конкурентоспособными, а их сотрудников уникальными¹.

Но как мотивировать людей к творчеству в бизнесе, развитию их креативности?

По мнению Джона Хокинса², для того чтобы превратить идеи в деньги, есть три основных принципа:

1) Аксиома, что творческие способности есть у каждого.

2) Свобода самовыражения.

3) Создание инфраструктуры – рынков и связей, которые позволят людям преобразовывать идеи в продукты.

Кроме того, в стране, которая желает развиваться по пути креативной экономики, должна быть сильная методика патентов и защиты интеллектуальной собственности.

Обобщая, Д. Хокинс дает 4 принципа развития творчества:

1.Разнообразие.

2.Изменчивость – мимикрия (копирование кумиров), симбиоз (соц. сети), партнерство/сотрудничество, конкуренция.

3.Обучаемость – способность к самообучению. Главное правило – творческие люди учатся всю жизнь.

4.Адаптация.

Экономический рост не зависит целиком от наличия предприятий и фирм; он происходит там, где преобладают терпимость, открытость и творческая атмосфера, так как именно в таких местах хотят жить творческие люди всех типов³.

¹ Источник: URL: <http://vikent.ru/enc/1562/>

² Президент компании BOP Consulting, член Совета Директоров компаний HandMade plc и HotBed Media Ltd, член Консультационного Совета по креативной экономике ООН, директор регионального британского экранного агентства Screen East, заместитель председателя Британского Совета экранных искусств (BSAC), инициатор создания и директор «Адельфийской хартии креативности, инноваций и интеллектуальной собственности».

³ *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее: Пер. с англ. И. Щербаковой. М.: Классика-XXI, 2007. С. 13.

Креативный класс США, в который входят люди, работающие в науке, технике, математике и программировании, образовании, искусстве, дизайне и индустрии развлечений, – все, кто занят собственно творческой деятельностью, включает около 38,3 млн. американцев, что равняется приблизительно 30% всей рабочей силы. В России сейчас около 13 млн. представителей креативного класса, т. е. ей принадлежит второе после США место в мире по абсолютному числу работников, занятых в креативных профессиях, но по проценту от общей рабочей силы – 16-е место⁴.

Крайне медленное развитие креативной экономики в нашей стране связано с не заинтересованностью бизнеса в продвижении идей креативной экономики. Сегодня выгодно продать газ, нефть и другие природные богатства, чем инвестировать в долгосрочные проекты с «отложенным» доходом.

С точки зрения форм бизнеса креативные индустрии основаны на приоритете малых и средних предприятий, производящих творческие продукты и услуги. При этом готовый продукт должен предлагаться человеку не как нечто законченное и неизменное, а как материал для сотворчества. Но как создавать пространства для производства новых идей? Как сформировать зоны, привлекательные для жизни и работы?

Наглядным примером создания и развития творческого пространства может служить Центр современного искусства «Винзавод» (г. Москва). Несколько лет назад это была заброшенная неблагополучная территория, которая была неудобной, неустроенной, небезопасной. Реконструкция «Винзавода» и создание на его территории не стандартного офисного или жилого комплекса, а центра креативных индустрий и современного искусства сделало это пространство уникальным и преобразило не только площадки самого «Винзавода», но и прилегающие территории. Это место стало новой «точкой притяжения» на карте города, которая неизменно притягивает самые разные аудитории, прежде всего молодежь. В помещениях старинного пивоваренного завода располагаются 3 крупных выставочных зала, самые авторитетные московские галереи (XL, Айдан, галерея М&Ю Гельман, галерея Риджина, галерея Проун и др.), дизайн-студии, мастерские художников, концептуальный магазин Saga&Co, школа стилистов ПЕРСОНА, арт-кафе, книжный магазин.

⁴ Там же. С. 23–24, 90–91.

Важной частью проекта стала открытая площадка, предназначенная для проведения разнообразных культурных мероприятий: концертов, фестивалей и презентаций. Новый «Винзавод» создает принципиально новую, привлекательную для широкой публики среду и является неотъемлемой частью современной культурной жизни г. Москвы. К сожалению, такие примеры в нашей стране единичны.

До креативной экономики в западном смысле нам еще очень далеко, тем важнее создание модели, в рамках которой творческие занятия цеплялись бы за экономическую составляющую жизни, не сливаясь с ней, но и не противопоставляя себя ей. Воспитание и образование креативного и талантливое младшего поколения должно стать решающим фактором в системе образования, поиском адекватных новому содержанию методов обучения и технологий с учетом компетентностного подхода к итоговым требованиям к выпускникам учебных заведений.

«Нынешняя модель образования зародилась в период расцвета промышленной революции. Поэтому школы создавались по типу фабрик: звонок – занятие начинается, звонок – урок окончен, не имеют значения особенности детей, они сортируются по дате производства. Стандартизация – вот что лежало в основе подобной системы образования, которая сохранилась в том же виде по сей день», – писал Сэр Кен Робинсон (Sir Ken Robinson – автор книг, спикер и международный советник по вопросам развития творческого мышления, систем образования и инноваций, профессор кафедры художественного образования в Уорикском университете, был посвящен в рыцари в 2003 г. за заслуги в образовании)⁵.

Сегодня ребенку нужны «мозг-дизайнер», способность находить оригинальные решения и генерировать идеи, уметь учиться и трудиться играючи, с вдохновением, уметь создавать команды для реализации своих идей, быстро находить и решать проблемы, ставить себе цели с учетом чувств и желаний, избегать шаблонных форм мышления.

Андрей Алейников, автор термина и концепции креативной педагогики, дал ей определение: «...обучаемый переводится из ранга объекта воздействия в ранг субъекта творчества (креативности), а тради-

⁵ URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/1784-ser-ken-robinson-schitaet-chto-traditsionnoe-obrazovanie-ubivaet-kreativnost>

ционный (основной) учебный материал переводится из ранга предмета освоения в ранг средства достижения некоторой созидательной цели»⁶.

Наша современная жизнь очень динамична, поэтому стандартные методы мышления уже не актуальны. Современное ускоренное развитие новых технологий, сети Интернет, доступ к электронным библиотекам, ранее секретным материалам, архивам дает возможность изучать материал самостоятельно, не прибегая к помощи педагога.

«Цель креативной педагогики состоит в том, чтобы преобразовать любой предмет (класс, курс, программу, школу) в творческий учебный процесс, который воспитывал бы творческих учащихся (учащихся на всю оставшуюся жизнь, умеющих и любящих самообучаться) – намного более эффективных, чем выпускаемые традиционной школой»⁷.

По-английски create – создавать, творить. Однако «творчество» и «креативность» – не синонимы. Творческий процесс основывается на вдохновении автора, его способностях, убеждениях, традициях, которым следует автор. Главной же составляющей креатива является прагматизм (прагматик – тот, кто ставит практическую полезность выше всего), то есть изначальное знание – зачем, для чего нужно что-то создавать, для кого нужно что-то создавать, как нужно что-то создавать и что именно нужно создавать. То есть речь идет о способности человека творчески подходить к решению задач, решать их оригинальным, нестандартным способом, думать быстро и результативно. Для этого необходимо иметь:

- запас знаний и рефлексия к непрерывному обучению;
- хорошую память;
- прозрачное мышление;
- аналитические способности;
- развитую интуицию;
- практичность;
- изобретательность, интерес к экспериментированию;
- способность взглянуть на проблему с разных сторон;
- способности идти на риск;
- умение находить решения на базе нового мышления;
- уверенность в себе, личная свобода;
- активность и лидерство;

⁶ Aleinikov A. G. Creative Pedagogy and Creative MetaPedagogy, The Progress of Education. 1990. Vol. LXV. №. 12.

⁷ Ibid. С. 274–280.

–готовность меняться в зависимости от обстоятельств⁸.

Только люди, которых объединяет нестандартное мышление, способны создавать новые разработки, прорывные технологии, первыми реагировать на все перемены. Чем выше интеллект, тем оригинальней человек мыслит.

Для формирования этих качеств в новом поколении необходимо коренным образом пересмотреть систему обучения от школы до профессионального образовательного учреждения любого уровня включительно. Необходимо создать образование, ориентированное на развитие творческих способностей человека и закрепление в его профессиональном сознании установок на поиск инноваций, анализ проблем и вариантов деятельности, мотивирующее самостоятельное осмысление действительности, самопознание собственной индивидуальности, превращение знаний в потенциал мышления и саморазвития, т. е. креативное образование⁹. В креативном образовании наиболее комплексным и результативным методом является обучение действием, которое осуществляется в виде решения реальных профессиональных задач, анализа и проигрывания конкретных ситуаций, совместной деятельности учебной группы, самостоятельной работы.

Таким образом, реализация модели креативного образования будет способствовать решению проблемы профессиональной готовности выпускников вузов и позволит готовить востребованных рынком труда молодых специалистов.

⁸ Креативные люди – это какие люди? В чем проявляется креативность человека? [Электронный ресурс]. URL: <http://fb.ru/article/142924/kreativnyie-lyudi---eto-kakie-lyudi-v-chem-proyavlyaetsya-kreativnost-cheloveka>;

Креативное образование – что это? *Творческий и Креативный* – чем отличаются эти понятия? [Электронный ресурс]. URL: <http://obrazcity.ru/what-is-creative/>

⁹ Коротков Э. М. Исследование систем управления / Издательско-консалтинговая компания «ДеКА», 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bibliotekar.ru/sistema-upravleniya/index.htm>