

1-2/2015

ISSN 2074-9597

СЛУЖБА ЗАНЯТОСТИ



**Конкурс для специалистов Службы занятости
Забайкальского края — интересная
и нестандартная форма работы с кадрами**

КРЕАТИВНОСТЬ — МОДА ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

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.

Тамара ГЛУШАНОК, гл. научный сотрудник ФГБОУ ВПО «Петрозаводский государственный университет»



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.

Креативная экономика, или экономика знаний, основана на интеллектуальной деятельно-

сти. 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 не только исследовать 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 — уникаль-

ными¹. 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 четыре принципа развития творчества:

1. Разнообразие.
2. Изменчивость — мимикрия (копирование кумиров), симбиоз (соцсети), партнерство/сотрудничество, конкуренция.
3. Обучаемость — способность к самообучению. Главное правило — творческие люди учатся всю жизнь.
4. Адаптация.

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».

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.

Креативный класс США, в который входят люди, работающие в науке, технике, математике, 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, то есть 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 незаинтересованностью бизнеса в продвижении идей креативной экономики. Сегодня выгоднее 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?

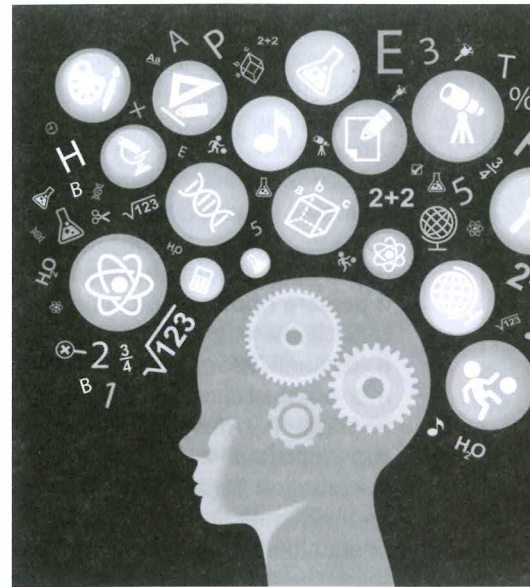
Наглядным примером создания и развития творческого пространства может служить

Центр современного искусства «Винзавод» (Москва). Несколько лет назад это была заброшенная неблагополучная территория, неудобная, неустроенная, небезопасная. 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 три крупных выставочных зала, самые авторитетные московские галереи (XL, «Айдан», «М&Ю Гельман», «Риджина», «Проун» и др.), дизайн-студии, мастерские художников, концептуальный магазин Saga&Co, школа стилистов «ПЕРСОНА», арт-кафе, книжный магазин.

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 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 образова-



ние креативного и талантливого 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.

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

⁴ Там же. С. 23–24, 90–91.

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

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 традиционный (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 неактуальны. Современное ускоренное развитие новых технологий, сети Интернет, доступ к электронным библиотекам, ранее секретным материалам, архивам дают 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 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 рефлексию к непрерывному обучению;
- хорошую память;
- прозрачное мышление;
- аналитические способности;
- развитую интуицию;
- практичность;
- изобретательность, интерес к экспериментированию;
- способность взглянуть на проблему с разных сторон;
- способность идти на риск;
- умение находить решения на базе нового мышления;
- уверенность в себе, личная свобода;

— активность и лидерство;

— 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 оригинальнее 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, то есть креативное образование⁹.

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.

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

⁷ Ibid. С. 274–280.

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>.