

ЧАСТЬ 6

НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТУДЕНТОВ В СОВРЕМЕННОМ ГУМАНИТАРНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Алексеева Н.В.

*Белорусский государственный университет, Минск
Магистрант кафедры общей и клинической психологии
Науч. рук. — доц. Сыкало А.П.*

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Кризис мировой системы образования вынуждает мировое сообщество пересмотреть стихийно сложившиеся и потому привели к кризису цели, ценности, приоритеты социального развития и выдвинуть принципиально новые требования к управлению социальным развитием.

В основе этих кризисных явлений лежит противоречие между потребностью формирующегося информационного общества в интеллектуально насыщенном, творческом трудовом ресурсе и неспособностью сложившейся системы образования, ориентированной на трансляционную модель усредненного предметного знания, удовлетворить эти запросы.

В настоящее время необходим новый массовый креативный интеллект, способный решать проблемы в условиях высокой неопределенности.

С древних времен природа души, психики, сознания человека связывалась с его способностью свободно ориентироваться и действовать в неопределенных ситуациях, предполагающих поиск и построение особо универсальных (творческих) способов действия, которые были бы сообразны логике будущего [6].

Принято считать, что мы живем сейчас в «информационной» экономике или «экономике знания». Однако более существенная истина заключается в том, что современная экономика приводится в действие человеческой креативностью [7].

Несмотря на то, что человека можно нанять на работу или уволить, его творческие способности нельзя купить и продать.

Нынешняя «предметная» модель образования, не способствует, а препятствует формированию креативного класса, востребованного сегодня.

Потребность в креативных людях, по мнению К. Роджерса [5], обусловлена ситуацией в современном мире, связанной с увеличением научных открытий и изобретений. Пассивный и культурно ограниченный человек оказывается не в состоянии справиться с потоком вопросов и проблем, предъявляемых ему окружающим миром. Платой за отсутствие творческого начала является дезадаптация человека.

Креативность - это интеллектуальная позиция и определенный подход к проблемам, который раскрывает спектр возможностей.

Креативность - это стиль мышления, это способность субъекта создавать не столько новые продукты, сколько новые схемы или алгоритмы для создания этих продуктов, а также схемы и алгоритмы для создания самих новых схем и алгоритмов.

Культурное наследие - сумма творческих усилий прошлого, а результаты творчества есть механизм, который позволяет обществу развиваться. При этом все аспекты культуры нуждаются в переосмыслении каждым следующим поколением [3].

«Когда время созрело, яблоки падают в разных садах», - писал Гете. Возникает концепция креативных индустрий - нового ресурса развития и массового спроса на творческих исполнителей, впервые в Великобритании. С 1998 г. развитие творческих индустрий является приоритетом британской национальной политики, а также в большинстве случаев, политики муниципального уровня. За последние годы эта концепция (и соответствующая практика) распространилась очень широко во всем мире и является сегодня одной из самых популярных инновационных идей, имеющих отношение как к культуре, так и к инновационной экономике - «экономике знаний» [1].

В последние годы креативные индустрии являются одним из приоритетов экономического развития в развитых странах Европы, Америки и Юго-Восточной Азии. В последние 4-5 лет наиболее развитые города Китая Шанхай, Пекин, Гуанчжоу стремятся трансформировать экономику городов и целенаправленно развивают творческие индустрии.

Наиболее известным и общепринятым определением креативных индустрий является определение Департамента культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании, предложенное в 1998 г.: «Креативные индустрии - это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности».

Департамент предлагает также перечень конкретных видов деятельности, из которых складывается творческий сектор экономики. В этот список входят: реклама, архитектура, художественный и антикварный рынок, ремесла, дизайн, мода, производство кино- и видеопродукции, программирование, в том числе создание развлекательных интерактивных программ и компьютерных игр, музыка, исполнительские искусства, издательское дело, теле-, радио- и интернет-вещание.

Любопытно, что все перечисленные виды деятельности существовали задолго до того, как их объединили в понятие креативных индустрий. Следовательно, смысл концепции творческой экономики в том, чтобы взглянуть по-новому на хорошо знакомые вещи [2].

30 марта 2010 г., на конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) и Программе развития ООН (ПРООН) в штаб-квартире ООН в Нью-Йорке совместно представили доклад «Креативная экономика - отчет за 2010 г.». В докладе сообщается о том, что креативные индустрии в противостоянии глобальному кризису намного сильнее, чем традиционные индустрии.

Представитель Программы развития ООН Ребека Гринспен отметила, что креативная экономика - это пересечение и интеграция искусства, бизнеса, инновации и новых бизнес-моделей. При разработке политики креативной экономики необходимо учитывать не только экономические потребности, но и особые требования - такие, как социальное образование, культурная идентичность, социальное неравенство, экологические факторы и др. Каждая страна может определить для себя ключевую отрасль в креативной экономике, которая еще не полностью освоена [8].

Модель креативной индустрии, содержит в себе следующие ключевые элементы [4]:

- креативные акторы, субъекты, группы, классы;
- виды креативной деятельности - профессии, включая подготовительные этапы креативной деятельности;
- социальные институты, в рамках которых происходит аккумуляция вышеназванных элементов;
- креативные секторы и сегменты индустрии;
- креативные продукты.

Британский урбанист, специалист по развитию городов Чарльз Лэндли отмечает [3]:

1. Творческие стратегии могут реализоваться только в обществе с безусловными приоритетами инновации, динамизма и обновления.

2. Повышение креативности, творческого начала направлено не только на самовыражение и создание художественных ценностей, но, прежде всего, на борьбу за достойную жизнь.

3. Государство и общество в целом настроены на поддержку творческого предпринимательства.

Креативные индустрии играют ключевую роль в развитии инновационной экономики - «экономики знаний», открывают новые возможности для социально-экономического и культурного развития городов, неразрывно связаны с личностным и профессиональным ростом.

Креативные индустрии - важная составляющая производства продуктов интеллектуальной собственности.

Креативные индустрии - это новые рабочие места, причем рабочие места, востребованные образованными жителями современных мегаполисов. Это не только повышает спрос на рынке труда творческих профессий, но и создает целые системы, инфраструктуры, в которых востребованы представители «креативного класса» [3].

Необходимо подчеркнуть, что стратегии креативных индустрий базируются на социальном и технологическом феномене увеличения количества творческих людей, которые необходимы для успешной и эффективной деятельности в любой сфере. Это позволит значительно быстрее и легче осваивать новые реальности, приспосабливаться к ним и создавать принципиально новые продукты, которые будут востребованы не только сегодня, но и в будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гнедовский, М. Творческие индустрии: политический вызов для России / М. Гнедовский // Отечественные записки. - 2005. - № 4.
2. Зеленцова, Е. Творческие индустрии - один из ключевых инструментов городского развития / Е. Зеленцова // Всё о новостройках. - 2009. - №4.
3. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. - М.: Классика-XXI, 2006. - 399 с.
4. Мацевич, И. Креативное общество: в поисках релевантной социальной теории / И. Мацевич // Социология: теория, методы, маркетинг. - 2010. - №2.
5. Роджерс, К. Взгляд на психотерапию. Становление человека / К.К. Роджерс. - М.: Прогресс, 1994. - С. 74-79.
6. Савенков, А.И. Эмоциональный и социальный интеллект как предикторы жизненного успеха / А.И. Савенков // Вестник практического психологического образования. - 2006. - №1.
7. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. А. Константинова. - М.: Классика-XXI, 2007. - 432 с.
8. Веб-сайт Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс] / Креативная экономика - двигатель и катализатор устойчивого развития. 2013. -

*Материалы Международной научно-практической конференции
«Актуальные проблемы гуманитарного образования», 1 — 3 октября 2014 г.*

Режим доступа: <http://www.un.org/mssian/news/story.asp?NewsID=20605#.UqddrdJdVPF>. - Дата доступа: 14 ноября 2013 г.