

2. Декарт, Р. Рассуждение о методе. Метафизические размышления. Начала философии / Р. Декарт.— Луцк: Вежа, 1998. —, 302 с.
3. Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Философские работы. — Часть I. — М.: Издательство «Гнозис», 1994. — С. 75-319.
4. Витгенштейн, Л. О достоверности // Л. Витгенштейн. — Философские работы. Часть I. — М.: Издательство «Гнозис», 1994. — С. 321-405.
5. Медведев, Н.В. Историко-методологический анализ эволюции представлений о соотношении философии и науки / Н.В. Медведев // Вестник Томского государственного университета, 2018. — № 432. — С. 32-40.
6. Райл, Г. Понятие сознания / Г. Райл — М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. — 408 с.
7. Хомич, Е.В. Субъект и объект / Е.В. Хомич // Новейший философский словарь: 3-е изд. исправл. — Мн.: Книжный дом, 2003. — 1280 с.
8. Peters, A. Subjectivity After Descartes: Wittgenstein as Pedagogical Philosopher / M. Peters, J. Stickney (eds.) // A Companion to Wittgenstein on Education: Pedagogical Investigations. Singapore: Springer Nature, 2017. — P. 29-42.
9. Stroud, B. Our debt to Descartes / B Stroud, J. Broughton, J. Carriero (eds.) // A Companion to Descartes. — Oxford: Blackwell, 2008. — P. 513-525.
10. Wittgenstein, L. Philosophical Grammar / L. Wittgenstein, R. Rhees (ed.), A. Kenny, (trans.). — Oxford: Blackwell, 1974.

КРЭАТЫЎНЫЯ ІНДУСТРЫІ Ў СІСТЭМЕ ПАДРЫХТОЎКІ БУДУЧЫХ КУЛЬТУРОЛАГАЎ

CREATIVE INDUSTRIES IN THE SYSTEM OF FUTURE CULTUROLOGISTS TRAINING

С.В. Snapkoўская

S.V. Snapkovskaya

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, Мінск, Беларусь
Belarussian State University, Minsk, Belarus
e-mail: ssvet88@inbox.ru

Аўтар актуалізуе тэарэтычныя аспекты праблемы “крэатыўныя індустрыі” ў сучасных ўмовах глабалізацыі і ўніфікацыі нацыянальных каштоўнасцей. Упершыню аналізуецца інавацыйны вопыт шляхоў укаранення разнастайных крэатыўных тэхналогій ў сучасны адукацыйны працэс падрыхтоўкі будучых культуролагаў.

The author actualizes theoretical aspects of the problem of ‘creative industries’ in modern conditions of globalization and unification of national values. For the first time, the author analyzes innovative experience of the ways of implementing a variety of creative technologies in the modern educational process of future culturologists training.

Ключавыя словы: творчая асоба; каштоўнасці; адукацыйны працэс; культура; крэатыўныя індустрыі; глабальныя перамены; інавацыі.

Keywords: creative personality; values; educational process; culture; creative industries; global changes; innovations.

Важнейшая мiсiя крэатыўнай адукацыi ў эпоху глабальных перамен – навучыцца рабiць усвядомлены выбар з дапамогай творчага мыслення. Сёння iснуе мноства азначэнняў крэатыўнасцi, актыўна iдзе распрацоўка метадалагiчнай базы гэтага паняцця, але ясна адно, што крэатыў трэба ўзгадоўваць, ствараючы ўмовы фармiравання i развiцця для далейшага прасоўвання на новым iнавацыйным узроўнi [5, с. 326].

Галоўны крытэры, які адрознiвае творчасць ад вытворчасцi, гэта – унiкальнасць, непаўторнасць вынiку. Вынiк творчасцi не можа быць наўпрост выведзены з пачатковых умоў. Здольнасць чалавека да творчасцi называюць крэатыўнасцю, якая можа выяўляцца ў мысленнi i ў практычнай дзейнасцi. “Крэатыўнасць” як паняцце, якое пазначае “стварэнне”, у сучаснай адукацыi i навучы набывае глыбокi эўрыстычны сэнс, прадукцыраванне якога ў эпоху глабалiзацыi стала ўсвядомленай неабходнасцю сярод шырокага кола навуковай супольнасцi i практыкаў [3, с. 178]. Крэатыўнае мысленне – гэта рэвалюцыйнае i адначасова стваральнае мысленне, якое носiць канструктыўны характар.

У апошнi час назiраецца значны рост iнавацый у адукацыйным працэсе ВНУ, што цалкам апраўдана i заканамерна. Аднак пры актыўным развiццi тэхналагiчнага складнiка гуманiтарная культура i сацыяльныя навукi адсоўваюцца на заднi план. I гэта не можа не насцярожваць культурна-гуманiтарную i педагагiчную супольнасць. Вiдавочна актуалiзацыя пытання: як злучыць бiзнес i культуру, працэс грашовага заробку i сучасны працэс навучання? Якая роля ВНУ, факультэта, выкладчыкаў кафедры ў арганiзацыi i ажыццяўленнi крэатыўнай адукацыi? У Беларускiм дзяржаўным унiверсiтэце на факультэце сацыякультурных камунiкацый (ФСК) назапашаны пэўны вопыт у напрамку развiцця крэатыўнай адукацыi, якiм як доктар навук i прафесар кафедры культуралогii лiчу неабходным падзялiцца з калегамi-педагагамi i навукоўцамi. Трэба адзначыць, што гэта праблема была ў фокусе паседжання круглага стала “Метадалогiя, змест i практыка крэатыўнай адукацыi”, які праводзiўся ў БДУ пад кiраўнiцтвам рэктара прафесара А.Д. Караля ў маi 2019 г. Па даручэннi рэктара выступленне ў рамках “круглага стала” аўтара гэтых радкоў на тэму “Культура i крэатыўныя iндустрii: беларускi вопыт” адбывалася ў рэчышчы навуковай праблемы “Трансфармацыя адукацыйнага асяроддзя ў межах напрамку “Унiверсiтэт 3.0”: сумяшчэнне акадэмічных традыцый i стандартаў з працэсамi, звязанымi з тэхналагiчным прадпрымальнiцтвам, развiццём

бізнэса і фарміраваннем новых рынкаў, і іх інтэграцыя ў эканістэму адукцыйных інавацый”.

Развіццё крэатыўнасці – ініцыятыўнасці, здольнасці творча думаць і развіваць асобны патэнцыял – шматгранная задача вузаўскай навукі і падрыхтоўкі будучых культуролагаў, вырашэнне якой ажыццяўляецца праз шэраг напрамкаў: навукова-даследчая дзейнасць (сусветная культурная спадчына і культурная спадчына Беларусі; міжкультурная камунікацыя), візуальная антрапалогія, культурныя індустрыі. Што такое культурныя індустрыі, якія ў апошні час усё больш вызначаюцца як крэатыўныя індустрыі? Тэрмін “крэатыўныя індустрыі” паўстаў у 1990-х гадах у Вялікабрытаніі, калі па прапанове ўрада лейбарыстаў было прынята рашэнне развіваць “крэатыўныя індустрыі” ў мэтах стымулявання эканамічнага росту краіны. Між тым такая рыса індустрыяльнай вытворчасці, як серыйнасць, прасочваецца ў культуры доволі даўно. У XVII стагоддзі, каб задаволіць значны попыт на ўласныя творы, Петэр Паўль Рубенс стварыў вялікую майстэрню, дзе вучні працавалі па яго эскізах, а мастак у канцы дадаваў толькі некаторыя аўтарскія мазкі. Але само паняцце культурных і крэатыўных індустрыяў належыць да больш позняга часу. Эканаміст і тэарэтык мастацтва П’ер Луіджы Сака звязвае іх з’яўленне з індустрыяльнай рэвалюцыяй на мяжы XIX і XX стагоддзяў. Такія тэхналагічныя інавацыі таго перыяду як радыё, запіс гуку, фатаграфія, кіно, больш удасканаленыя тэхналогіі друку пашырылі доступ да культуры шырокіх народных мас і аказалі ўплыў на працэсы творчасці.

Паняцце “крэатыўныя індустрыі” яшчэ недастаткова ўстойлівае, якое мае мноства азначэнняў і некалькі мадэляў культурных індустрыяў. Крэатыўныя індустрыі скіраваны, перш за ўсё, на падтрымку культурнай разнастайнасці, стратэгіі маркетынгу рэгіёну ў інтарэсах турызму і занятасці насельніцтва, стымуляванне найбольш прадпрымальнага падыходу да мастацтва і культуры, падтрымку інавацый крэатыўнасці і пошук новага прымянення для гэтых канструкцый [1, с. 109]. У паняцце “творчыя індустрыі” ўключаюцца такія сферы як: музыка і гукапіс, выканальніцкае мастацтва, рэклама, тэлебачанне, літаратура і выдавецкая справа, дызайн, інтэрнэт, архітэктура, дэкаратыўнае мастацтва і рамёствы, мода, кіно і вытворчасць, відэа і DVD, турызм і індустрыя гасціннасці, радыё і выяўленчае мастацтва, мультымедыя і кампутарныя гульні. З пункту гледжання формаў бізнесу творчыя індустрыі, заснаваныя на прыярытэце малых і сярэдніх прадпрыемстваў, якія вырабляюць творчыя прадукты, арыентаваныя на пошук шляхоў выхаду на глабальныя рынкі ва ўмовах постіндустрыяльнай эканомікі.

Тэрміны “культурныя індустрыі” і “крэатыўныя індустрыі” практычна ўзаемазамяняльныя. З’ява “культурных індустрыі” больш адносіцца да культурнай спадчыны і традыцыйных відаў творчасці, а пад “крэатыўнымі індустрыямі” разумеюцца прыкладныя творчыя практыкі, інавацыі і генерацыя прыбытку і працоўных месцаў за кошт стварэння інтэлектуальнай уласнасці. Як дысцыплінарная вобласць, крэатыўныя індустрыі аб’ядноўваюць культуру і бізнес і накіраваны на стварэнне, арганізацыю, прасоўванне, кіраванне культурнымі падзеямі, прадуктамі і інстытуцыямі.

Крэатыўныя індустрыі з’яўляюцца адным з інавацыйных напрамкаў у падрыхтоўцы студэнтаў БДУ па спецыяльнасці “культуралогія”, якое адпавядае запытам сучаснай адукацыі і сусветным сацыякультурным трэндам. Культурныя індустрыі адлюстроўваюць і рэалізуюць творчыя, эканамічныя, сацыяльныя патрэбы грамадства і асобы, культурных сацыяльных супольнасцяў. У свеце крэатыўныя індустрыі з’яўляюцца інкубатарамі інавацыйных ідэй і праектаў, спрыяюць прытоку інвестыцый у сферу культуры.

У Беларусі працэс стварэння крэатыўных прастораў дастаткова паспяховы. На кафедры культуралогіі факультэта сацыякультурных камунікацый БДУ на другой ступені атрымання адукацыі (магістратура) у 2019/2020 гг. пачала працаваць прафілізацыя “культурныя індустрыі”. Навучальны план па магістратуры з прафілізацыяй “культурныя індустрыі” ўключае шэраг інавацыйных дысцыплін, у тым ліку «турыстычная індустрыя», «культурныя індустрыі Еўропы і ЗША», «нейрамаркетынг у сферы культуры», «карпаратыўная культура», «арт-асяроддзе Беларусі». Навукова-практычны ўзровень магістрэскай праграмы прадугледжвае вывучэнне медыякультуры, сучаснай сусветнай і беларускай арт-прасторы, сусветных культурных індустрыі, сацыяльна-эканамічных, прававых асноў функцыянавання культурных індустрыі, маркетынгавай стратэгіі ў кіраванні культурнымі індустрыямі.

Навукова-асветніцкая і адукацыйна-выхаваўчая праца ў напamкy «культурныя – крэатыўныя індустрыі» вядзецца на працягу некалькіх гадоў і ажыццяўляецца з дапамогай супрацоўніцтва кафедры з рознымі кампаніямі, у прыватнасці, з «Арт-карпаратыўшн», турыстычнымі агенцтвамі («Долсан»), музеямі, Саюзам дызайнераў, Фондам «Культурная спадчына і сучаснасць» і іншымі арганізацыямі. Праходжанне студэнтамі і магістрантамі практыкі ажыццяўляецца ў розных інстытуцыях індустрыі, што павышае ўзровень іх практычнай кампетэнтнасці і здымае праблему размеркавання выпускнікоў. У сваю чаргу, на ФСК БДУ адбываюцца сустрэчы з прадстаўнікамі культурных

індустрыі – спецыялістамі ў галіне праектнага менеджменту, сучаснага мастацтва, кіравання крэатыўнымі пляцоўкамі.

У рамках напрамка «Навукова-даследчая дзейнасць (сусветнае культурнае спадчына і культурная спадчына Беларусі; міжкультурная камунікацыя)» дынамічна развіваецца міжнародная праектная дзейнасць. Яна ажыццяўляецца ў рамках праграмы “COMUS” (Стратэгія развіцця гістарычных гарадоў) Савета Еўропы і навукова-даследчай тэмы па гранце Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь «прасоўванне нацыянальнага прадукту (на прыкладзе праекта “Валошка як сімвал Беларусі”, 2016 г.). Праграма “COMUS” уключае распрацоўку стратэгіі развіцця малых старажытных гарадоў Еўропы. Сярод гарадоў Беларусі пераможцам праекта стаў г. Мсціслаў Магілёўскай вобласці. На аснове аналізу вынікаў анкетавання розных узроставых катэгорый жыхароў горада студэнтамі-культуролагамі былі распрацаваны варыянты стварэння спрыяльнага іміджу горада ў мэтах прыцягнення інвестыцый у турыстычную інфраструктуру Мсціслава.

Праект “Музеі Свету” (Беларусь, Украіна, Расія, 2017 г.) ажыццяўляўся з мэтай актывізацыі міжкультурнага ўзаемадзеяння паміж нашымі краінамі. У якасці інструмента былі абраныя музеі, якія ўвасаблялі культуры: Беларусі, Расіі, Украіны. Ад Беларусі фігураваў Нацыянальны музей Янкі Купалы. У задачу студэнтаў уваходзіла правядзенне сацыялагічнага апытання з мэтай выяўлення стаўлення дзяцей і моладзі да ролі музеяў у працэсе папулярызацыі нацыянальнай культуры і развіцця міжкультурнага дыялогу. Вынікі даследавання прадэманстравалі гатоўнасць студэнтаў да міжнацыянальнага ўзаемадзеяння праз рознага роду музейныя праекты.

Навукова-даследчая работа па гранту Міністэрства адукацыі Рэспублікі Беларусь “прасоўванне нацыянальнага прадукту (на прыкладзе праекта “Валошка як сімвал Беларусі”) выконвалася навуковым калектывам студэнтаў III курса спецыяльнасці “культуралогія (прыкладная)” Е.В. Крэчка, К.С. Хадыровай, Ю.Ю. Пронька, Г.А. Стэльмах пад кіраўніцтвам загадчыцы кафедры культуралогіі, дацэнта Э.А. Усоўскай. Мэтай даследавання стала распрацоўка стратэгіі прасоўвання нацыянальнага культурнага прадукту (на прыкладзе брэнда “валошка”). У выніку даследавання былі вызначаны асновы брэндынгу нацыянальных культурных каштоўнасцей, прапанаваны варыянты брэндынгу (на прыкладзе сімвалікі нацыянальнага арнаменту і “рамонка-васілька”), прапанавана стратэгія прасоўвання культурнага прадукту “валошка”.

Выкананне гранта Міністэрства адукацыі “Акультурацыя мігрантаў у Беларусі” (2018 г.) аспіранткай Т. Працкевіч было нацэлена на

падрыхтоўку рэкамендацый па адаптацыі і акультурацыі мігрантаў. Распрацоўка праекта “Мсціслаў – старажытны і сучасны” мела комплексны характар, прэзентацыя вынікаў якога была ажыццёўлена на XVIII рэспубліканскай выставе навукова-метадычнай літаратуры педагагічнага вопыту і творчасці вучнёўскай моладзі ў рамках святкавання Года Малой Радзімы (красавік 2019 г.).

Працяг тэмы знайшоў адлюстраванне ў стварэнні філіяла кафедры культуралогіі пры Фондзе “Культурная спадчына і сучаснасць”. Гэта дазволіла арганізаваць сумесную летнюю экспедыцыю ў Мсціслаў у рамках даследавання кулінарных традыцый як рэпрэзентатара каштоўнасцей культуры штодзённасці. Вынікі даследаванняў у фармаце экспедыцыі студэнтаў-культуралагаў знайшлі адлюстраванне ў выданні кнігі “Місціслаўская кулінарная экспедыцыя”. “Візуальная антрапалогія” дазволіла фармаваць і развіваць крэатыўнасць студэнтаў з дапамогай комплексу формаў і метадаў. Этапам гэтага кірунку ў 2016 годзе стала творчая выстава фотаработ студэнткі II курса Н. Ізотавай па гісторыі сусветнай культуры. У 2017 г. адбылася дэманстрацыя вынікаў праекта “Адыходзячы Мінск” у фармаце калектыўнай выставы фотаработ студэнтак II курса А. Салавей, Д. Міхайлавай. У напрамку “музейная педагагіка” студэнтамі I курса былі падрыхтаваны і абаронены віртуальныя інавацыйныя праекты “Мая Малая Радзіма” (2017 г., кіраўнік – прафесар С.В. Снапкоўская). У 2018 г. адбыўся конкурс-фестываль культуралагічных і сацыякультурных праектаў сумесна з Беларускім дзяржаўным універсітэтам культуры і мастацтваў (БДУКІ), а таксама выстава мастацкіх работ студэнтаў I курса. У 2019 г. арганізаваны конкурс-фестываль культуралагічных і сацыякультурных праектаў сумесна з БДУКІ і выданне зборнікаў навуковых артыкулаў студэнтаў. Сіламі студэнтаў IV курса (2019 г.) адбылося правядзенне круглага стала «Беларуская культура ў персаналіях і мастацкіх вобразах» (навуковы кіраўнік – прафесар С.В. Снапкоўская) [2, с. 39-77; 4, с. 226-234]. Адбылася аўтарская выстава жывапісу аспіранткі з Кітая Чжэн Чао ў рамках навукова-практычнай канферэнцыі кафедры культуралогіі “Нацыянальныя культуры ў міжкультурнай камунікацыі” (красавік, 2019 г.), прэзентацыя творчых работ студэнтаў II курса А. Манчак і Т. Казловай, а таксама Хот-выстава праекта “Музей як сацыякультурная інстытуцыя” (студэнты III курса К. Вашчылка, А. Галышка, Ю. Міцкевіч, Д. Клімянкова).

Фенамен “Культурныя індустрыі” скіраваны на паглыбленне і развіццё прафесійных ведаў і кампетэнцый у галіне індустрыі культуры, маркетынгу і менеджменту ў шырокай сацыякультурнай сферы. Рэалізацыя напрамка знайшла адлюстраванне ў правядзенні сустрэч з

прадстаўнікамі розных галін арт-індустрыі, індустрыі турызму, крэатыўных індустрыяў у цэлым, даследаваннях, якія праводзіліся студэнтамі IV курса В. Кірыкам, Д. Бахонька, Т. Аляксей, А. Савоськінай (2016 г.). Так, пры садзейнічанні праграмы «Культура і крэатыўнасць» былі праведзены: майстар-клас з Дэвідам Перрышам, членам брытанскай каралеўскай акадэміі менеджменту (2017 г.); А.Н. Вашчынчук (2018 г.), спецыялістам у сферы сучаснага візуальнага мастацтва; Т.А. Працкевіч (2018 г.), спецыялістам у галіне прасоўвання сацыякультурных праектаў; А. Дзеравянка (2017 г.), куратарам праграмы «Культура і крэатыўнасць» у Беларусі, заснавальнікам лофт-праекта М. Лазарэнкавай «Балкі» (2017 г.). Ажыццяўляецца цеснае супрацоўніцтва з кампаніяй “Арт-Карпарэйшн”, турыстычным агенцтвам “Долсан”, галерэяй “Арт-Беларусь”, Фондам “Культурная спадчына і сучаснасць”.

Прапанаваны вопыт Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта ў галіне крэатыўных індустрыяў, роўна як і іншых навучальных устаноў Рэспублікі Беларусь, атрымаў сваё далейшае афармленне і развіццё ў выглядзе класа “Артпрастора” ў Верхнім горадзе (маладзёжная пляцоўка плошчы Свабоды і прылеглых да яе тэрыторый цэнтра Мінска) і вул. Кастрычніцкая (“Галерэя ОК – 16”, “Ў – нескладовае”) у Мінску, дзе створаны аптымальныя ўмовы для творчага самаразвіцця моладзі. Студэнты “спрабуюць сябе” ў розных галінах крэатыву, удала сінтэзуючы бізнес і культуру. Гэта – арганізацыя работы сувенірных крам для рэкламы і продажу прадукцыі ўласнай вытворчасці, міні-кафэ, музычная і выканальніцкая творчасць, жывапіс і графіка, арганізацыя і прагляд розных фільмаў для гасцей з перакладам на беларускую, польскую і іншыя мовы з наступным абмеркаваннем, правядзенне экскурсій і чытанне лекцый па гісторыка-культурнай праблематыцы, праца з дзецьмі з абмежаванымі магчымасцямі ў рамках валанцёрскага руху шляхам стварэння безбар’ернага асяроддзя ў прамым і пераносным сэнсе, “экалагічная сцежка” гарадской прасторы, дзейнасць студэнтаў і выкладчыкаў у рамках гуртка “Лабірынт” у фармаце “крэатыўныя індустрыі” па аксіялагічным кірунку “міжпакаленныя даследаванні” праз візуалізацыю штодзённасці розных пакаленняў гарадскіх жыхароў.

Такім чынам, прыведзены намі факталагічны аналіз напрамкаў і спосабаў развіцця крэатыўнай адукацыі ў студэнтаў факультэта сацыякультурных камунікацый БДУ, які адзначае сваё 15-годдзе, як і выказаныя ідэі, меркаванні і падыходы ў дачыненні да паняццяў “крэатыўнасць”, “крэатыўныя індустрыі”, “культурныя індустрыі”, “крэатыўнасць і культура”, сведчаць аб навуковай і практычнай значнасці далейшай тэарэтычнай распрацоўкі і практычнага асваення

зместу, формаў і метадаў крэатыўнай, эўрыстычнай адукацыі выкладчыкамі і студэнтамі ўсіх спецыяльнасцяў, асабліва культуралагічнага профілю. У сучаснай сацыякультурнай сітуацыі мы назіраем пераход да новых формаў культурных і крэатыўных індустрыяў, дзе адбываецца знікненне выразнага размеркавання на вытворцаў і спажывцоў кантэнту. Падобныя культурныя і крэатыўныя галіны можна лічыць папярэднікамі новых, дынамічных формаў эканамічнай дзейнасці. Па меры пераходу ад індустрыяльнага грамадства да інтэлектуальнага творчы падыход да вырашэння сацыяльных задач становіцца вырашальным фактарам канкурэнтаздольнасці.

БІБЛІАГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. Снапковская, С.В. В поисках новой образовательной модели / С.В. Снапковская // Белая вежа. – 2016. – № 3. – С. 108-111.
2. Снапоўская, С.В. Культуралагічная думка Беларусі: вучэб. дапам. / С.В. Снапоўская, К.У. Антановіч. – Мінск: РІВШ, 2017. – 216 с.
3. Снапковская, С.В. Проблема формирования профессионально-педагогической культуры преподавателя высшей школы на фоне перемен в современной Европе (на польском и русском языках) / С.В. Снапковская // Культурные основы системы образования в европейских государствах / под науч. ред. С. Бембоса, А. Голембовского. – Минск, 2014. – С. 173-181.
4. Снапковская, С.В. Развитие образования и педагогической мысли Беларуси: вторая половина XIX – начало XX вв. / С.В. Снапковская. – М.: ИТИП РАО, 2011. – 308 с.
5. Snapkowska, S. Wartości narodowe studentów pedagogiki w kwestii charakteru pracy naukowej / S. Snapkowska // Prawne, instytucjonalne i społeczne uwarunkowania bezpieczeństwa. Rozdział III / Redakcja naukowa S. Bębas, A. Gołębiowski. – Wydawnictwo: Wyższa Szkoła Handlowa w Radomiu. – Radom, 2014. – S. 325-332.