

УДК 378

ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ В ВУЗАХ¹

С. Д. Кургалин, И. В. Шершень

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 сентября 2015 г.

Аннотация: в статье рассматривается проблема участия вузов в формировании креативного пространства для поддержки творческого предпринимательства, создания новых рабочих мест в сфере малого и среднего бизнеса. Приводятся результаты изучения мнения студентов Воронежского государственного университета, позволившего выявить ряд проблем, затрудняющих создание креативного пространства, и предложить меры, стимулирующие социальную активность обучающейся молодежи.

Ключевые слова: креативная экономика, образовательная среда, Воронежский государственный университет, творчество молодежи.

Abstract: the article deals with the problem of universities participation in forming creative space to support creative enterprise, creating jobs in small and medium-sized businesses. The opinion of students at Voronezh State University was researched, which enabled to reveal a number of problems that hamper the establishment of creative space and suggest measures for stimulating social activity of learning young people.

Key words: creative economics, educational environment, Voronezh State University, young people creativity.

Одним из наиболее популярных и востребованных направлений научных исследований в сферах экономики, менеджмента и социальной, в том числе урбанистической, политики является вопрос формирования, развития и организованного сопровождения креативных индустрий. Современные экономические условия диктуют деловой среде ориентир на инновации, применение подходов критического мышления, использование элементов творчества и поиск оригинальных решений в профессиональной деятельности, формирование активной социальной позиции членов общества.

При решении задач создания креативного пространства на уровне городов в мировой практике используется ряд универсальных принципов:

– вовлечение людей, непосредственно испытывающих сложности, во внедрение найденных решений проблемы;

– создание креативной образовательной среды для принятия решений;

– формирование системы решений, устойчивой с культурных, экологических, социальных и экологических позиций [1].

Непосредственное участие образовательных организаций в развитии креативных индустрий способствует поддержке творческого предпринимательства, созданию новых рабочих мест в сфере малого и среднего бизнеса, устранению разрыва между существующей культурной инфраструктурой и культурными потребностями жителей, активизации креативного городского потенциала, творческой самореализации членов общества.

На наш взгляд, роль инициатора творческих инициатив в регионах должны принять на себя образовательные учреждения, являющиеся региональными ресурсообразующими организациями. Именно крупные вузы обладают возможностями научно-исследовательских центров и социальных компаний, реализующих общественно значимые, в том числе образовательные, проекты [2].

Образовательные организации могут решить основные проблемы функционирования креативной экономики: восполнить дефицит профессионалов – опытных практиков, экспертов и консультантов в сфере творческих индустрий; предложить мероприятия по совершенствованию правового, финансового и организационного механизмов кре-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ № 15-06-10765.

© Кургалин С. Д., Шершень И. В., 2016

ативной экономики; акцентировать внимание на развитии уникальных самобытных, характерных для конкретной местности сфер бизнеса в противовес тенденциям глобализации [3].

Успешность деятельности вузов в поддержке творческих инициатив определяется наличием в образовательной организации особого микроклимата – творческой атмосферы, способствующей раскрытию потенциала студентов и научных работников, стимулирующей их познавательный интерес на профессиональном и личностном уровнях, вдохновляющей на поиски решений актуальных житейских и умозрительных проблем [4; 5]. Таким образом, формированию креативной образовательной среды в вузах следует уделять особое внимание в контексте образовательной политики.

Исследование, проведенное в студенческом сообществе Воронежского государственного университета – крупнейшего ресурсобразующего вуза Центрально-Черноземного региона, позволило выявить наиболее характерные проблемы в организации креативного образовательного пространства, носящей стихийный характер (т.е. импульсивный, эпизодический, при отсутствии разработанной стратегии, изменчивом векторе инициатив).

В анкетировании и интервьюировании приняли участие 114 студентов, обучающихся на различных курсах факультета компьютерных наук. Выбор факультета был обусловлен востребованностью у выпускников данного профиля креативности как профессионально значимого качества, а также популяризацией модного образа «творческого компьютерщика» в произведениях кинематографа, деловой и художественной литературы, СМИ. Например, ярким лидером мирового масштаба среди компаний с креативной организа-

ционной культурой является Google, а среди креативных личностей и успешных профессионалов – Стив Джобс.

Рассмотрим, насколько творчески ориентированы и социально активны воронежские будущие специалисты в сфере IT.

На взгляд студентов, креативные индустрии, получившие импульс наибольшего развития в г. Воронеже: спорт, бизнес в сети Интернет, исполнительные искусства, музыка и звукозапись, реклама и дизайн. В число наименее развитых вошли декоративное искусство и ремесла, мультимедиа и компьютерные игры, туризм, радио. Почти все опрошенные согласны, что роль вузов в формировании креативного пространства региона заключается не в пассивном наблюдении, а в разработке и принятии конкретных мер, направленных на активизацию креативного потенциала общественности (рис. 1).

В процессе опроса студенты назвали творческие мероприятия городского масштаба, которые они посетили в уходящем 2015 году. Из 114 человек максимальное количество участников (22 человека) праздновали День города, 8 человек побывали на выставке «Воронеж – город-сад» и столько же – на Платоновском фестивале, в акции «Бессмертный полк» в День Победы участвовали 4 человека. Мероприятия «Мы против экстремизма», «РИФ Воронеж», «Усадьба Jazz», Smartfest и городскую ярмарку назвали по 2 человека каждое.

По одному представителю студенческой выборки посетили Велоночь, День молодежи, Фестиваль красок, Неделю стиля, кинофестиваль «Новый горизонт», туристический тур с командой общественной организации «Нескучный день». Один респондент счел креативным мероприятием встречу с Президентом РФ.

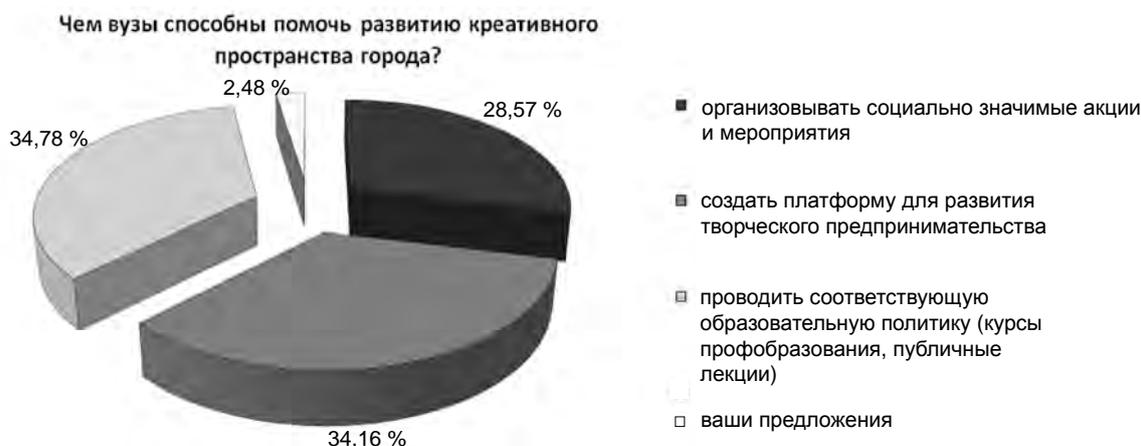


Рис. 1. Предлагаемые направления деятельности вузов по развитию креативного пространства города

Многие опрошенные не посещали мероприятия и социальные акции в силу личных обстоятельств и отсутствия интереса. В волонтерских проектах за текущий год приняли участие 2 человека из 114.

Такие данные получены на фоне достаточно активной социальной и культурной жизни г. Воронежа, изобилующего культурными, образовательными организациями и учреждениями, благотворительными фондами, клубами по интересам и иными общественными организациями и объединениями.

Студенты других специальностей, наоборот, проявляют инициативу в создании собственных организаций для личностной самореализации и (или) будущего профессионального продвижения. Можно отметить ЦСИ – Центр современного искусства, созданный выпускниками и студентами Воронежского государственного педагогического университета. Студенты физического факультета ВГУ ведут занятия-факультативы для детей в собственной лаборатории «Занимательная наука». Однако наши респонденты продемонстрировали выраженную пассивность в социальных коммуникациях.

К сожалению, только чуть более половины опрошенных молодых людей (62,72 %) принимают участие в креативных мероприятиях, проводимых в ВГУ или при поддержке ВГУ. Здесь следует отметить, что 26,17 % студентов потенциально согласны участвовать, но испытывают затруднения, т.е. проблема заключается непосредственно в организационной составляющей: создании комфортной обстановки, своевременном оповещении о мероприятиях, поддержке новичков и т.п. (рис. 2).

Круг мероприятий, в которых участвовали студенты, ограничился «Студенческой Весной» и «Днем первокурсника». По 3–4 человека посетили выставку робототехники «Робоарт», конкурс «Кубок пяти»; участвуют в КВН и Школе актива. Только по одному респонденту побывали на таких университетских мероприятиях, как Турнир Трех наук, конкурс видеороликов, WorkandTravel, Масленица и субботник. Одиночные представители факультета компьютерных наук являются участниками театра на английском языке и общеуниверситетского хора.

В контексте данного вопроса следует отметить, что диапазон предлагаемых университетом акций, мероприятий и студенческих объединений досугового, развлекательного и познавательного характера не ограничивается перечисленными выше; практически еженедельно стартуют новые конкурсы, проекты, на постоянной основе функционируют общественные объединения. Но респонденты в своих ответах их проигнорировали.

Интерес представляет расстановка студентами приоритетов в списке творческих мероприятий, в которых им интересно было бы принять участие. Первое место занимают проекты научно-исследовательского характера с элементами инноваций, на втором – туристические и экскурсионные туры, замыкают тройку лидеров костюмированные праздники типа Хэллоуин, Масленица. С точки зрения высвобождения творческой энергии посредством путешествий и театрализованных развлечений для формирования креативной среды такое предпочтение оправданно. На самом последнем месте списка стоят волонтерские проекты помощи пенсионерам, в числе аутсайдеров находятся мастер-классы в сфере рукоделия, во-



Рис. 2. Степень участия студентов в креативных мероприятиях, проводимых в ВГУ / при поддержке ВГУ

лонтерские проекты помощи детям и животным, проекты культурного характера (рис. 3).

Такой расклад предпочтений свидетельствует о тенденциях эгоцентричности и некоторой инфантильности молодых людей.

В целом показатели анализа всех опросов и бесед более характерны для респондентов зрелого возраста 30–40 лет, обремененных одной-двумя работами с полной занятостью рабочего дня, детьми-школьниками, в свободное время решающих житейские проблемы и изредка «выходящих в свет».

Молодежной студенческой среде традиционно были свойственны бунтарские настроения и идеализм, стремление к лучшему и предпринимаемые реальные усилия по совершенствованию существующих практик. Активное участие студенчества в вузовских и местных социальных мероприятиях предоставляло трамплин многим выпускникам в профессиональном самоопределении, оттачивало навыки коммуникации, формировало уверенность в собственных силах и обоснованную гражданскую позицию. Наши же респонденты в большинстве своем предпочитают в свободное время посещать кафе; смотреть кинофильмы (предпочтительно дома) и «зависать» в социальных сетях Интернет.

С целью оценки роли ВГУ в формировании креативного потенциала г. Воронежа респондентам было предложено проставить баллы по ключевым параметрам: заинтересованность (0 – безразличен, 1 – заинтересован по отдельным позициям, 2 – высокая степень мотивации), участие (0 – безучастен, 1 – частичное участие, 2 – энтузиазм и полная включенность) и инициативность (0 – инициатива отсутствует, 1 – инициатива исходит от отдельных лиц, в масштабе вуза дискуссия, 2 – инициатор и вдохновитель).

Оцениваемыми позициями выступили трудоустройство выпускников ВГУ, поддержка студентов старших курсов, организация студенческого досуга, формирование молодежной среды и творческого пространства на уровне города.

Как видно из таблицы, максимальное количество баллов по всем критериям поставили в среднем лишь половина из 114 опрошенных студентов. 14 человек затруднились с оценкой, сославшись на дефицит информации и неудобство по всем позициям ставить «0».

С учетом результатов исследования нам представляется преждевременным, называть образовательную среду ВГУ креативной. Необходимо разработать программу и внедрить комплекс мер,

В каких творческих мероприятиях Вам хотелось бы принять участие в ВГУ?

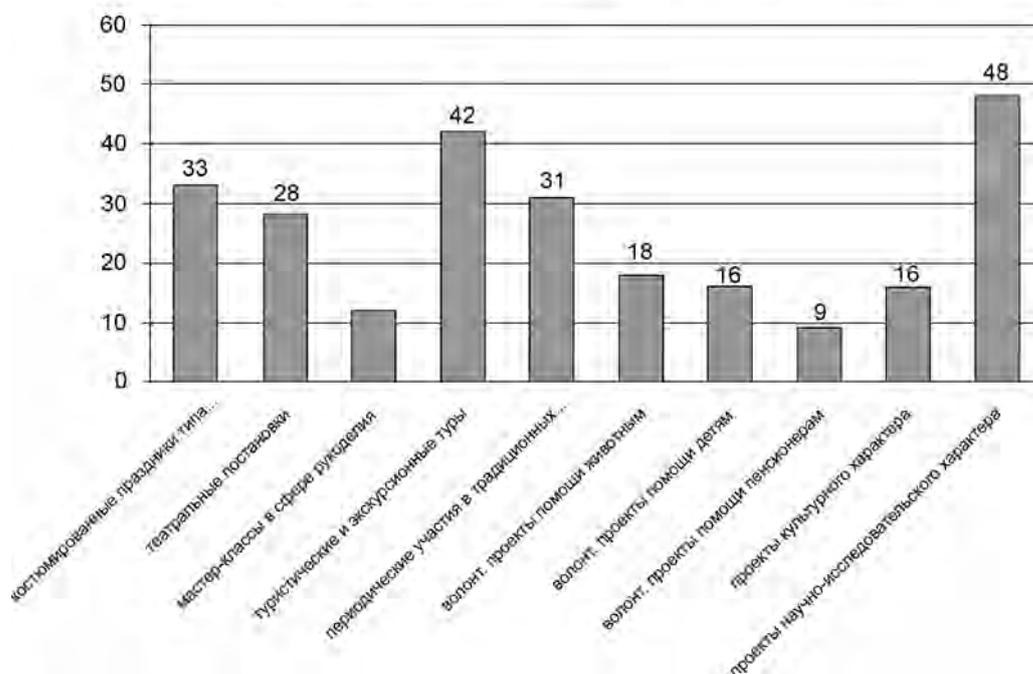


Рис. 3. Список креативных мероприятий, предпочитаемых респондентами

Т а б л и ц а

Оценка студентами роли ВГУ как ведущего ресурсообразующего вуза в процессе формирования креативного потенциала города

Параметры оценки	Число оценивших		
	0 баллов	1 балл	2 балла
Трудоустройство выпускников			
Заинтересованность	3	36	61
Участие	3	46	51
Инициативность	6	52	42
Поддержка студентов старших курсов			
Заинтересованность	2	41	57
Участие	7	40	43
Инициативность	7	58	35
Организация студенческого досуга			
Заинтересованность	9	37	54
Участие	15	40	45
Инициативность	13	36	41
Формирование молодежной среды			
Заинтересованность	5	27	68
Участие	7	31	62
Инициативность	10	28	62
Формирование творческого пространства на уровне города			
Заинтересованность	8	48	44
Участие	11	49	40
Инициативность	13	47	40

направленных на вовлечение студенческой массы в творческие процессы, формирование гуманистических ценностных ориентаций и усиление реальной, а не виртуальной социальной активности.

Образовательным организациям можно предложить несколько направлений деятельности с целью научно-исследовательского и прикладного сопровождения креативных индустрий. Первостепенным нам представляется развитие творческого предпринимательства [6]. На базе созданного структурного подразделения вуза – центра или лаборатории творческого предпринимательства, бизнес-инкубатора – можно проводить очно-заочные образовательные программы разового характера (лекционно-образовательные циклы) или на постоянной основе (школа творческих предпринимателей), а также профессиональные мероприятия: тренинги, конкурсы, мастер-классы, форумы и стажировки. Центр творческого предпринимательства может оказывать консалтинговую поддержку стартапов в сфере творческих индустрий, в том числе консультации экспертов, предложения партнерства, ресурсное обеспечение и коворкинг.

Вузы в качестве ведущих образовательных центров и крупных игроков на рынке занятости способны привлекать молодежь, творческих предпринимателей к деловому сотрудничеству с действующими культурными институтами города. Учреждения культуры в результате подобного взаимодействия получают мощный импульс к модернизации, а молодые специалисты обретут уникальный опыт в сфере проектного менеджмента, в целом же, подобные проекты освежат социокультурную обстановку города, разнообразят традиционную программу местных культурно-массовых мероприятий, создадут новые интерактивные культурные площадки.

Важным вектором формирования вузами креативных индустрий выступает качественная подготовка профессиональных кадров в сфере управления проектами различных профилей и активизация творческого потенциала студенчества (постоянно действующие творческие студии: театральная, танцевальная, хор и т.п., специальные курсы институтов дополнительного профессионального образования). Творческие индустрии являются сравнительно новым сектором экономики

и, как следствие, испытывают серьезный недостаток в профессиональных кадрах. Специалисты в области творческого предпринимательства очень востребованы на столичных рынках труда.

На базе университетских библиотек целесообразно организовать медиацентры, представляющие собой многофункциональное пространство для реализации образовательных, просветительских, досуговых и творческих проектов и программ, открытые площадки для независимых креативных инициатив, проектов и творческих групп. Для представителей третьего поколения можно организовать обучение компьютерным информационным технологиям, иностранным языкам, творческие клубы; для детей – разработать развивающие и образовательные программы, мастер-классы [7]. Студенты могут выступить волонтерами и приобрести опыт ведения инициативных социальных проектов и профессиональной деятельности.

Таким образом, генерирование и реализация комплекса творческих идей, мобилизация творческого потенциала студенчества и научно-педагогических коллективов является неременным условием подлинной креативности вузовской образовательной среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. Емельянова О. Я. Значение креативного потенциала в инновационном развитии городов / О. Я. Емельянова, И. В. Шершень // Великая Победа : патриотическое воспитание молодежи : материалы XVI Всерос. науч.-практ. конф. – Воронеж : ВГПГК, 2015. – С. 132–134.
2. Ендовицкий Д. А. Воронежскому университету 95 лет : традиции, достижения, направления развития / Д. А. Ендовицкий // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Проблемы высшего образования. – 2013. – № 2. – С. 11–15.
3. Емельянова О. Я. Феномен креативности : природа, содержание и факторы развития / О. Я. Емельянова, И. В. Шершень // Проблемы развития инновационно-креативной экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – СПб. : Креативная экономика, 2009. – С. 589–615.
4. Шершень И. В. Актуальные проблемы развития российских моногородов / И. В. Шершень, О. Я. Емельянова // Парадигма : материалы Междунар. науч. школы. Т. 3 : Теоретическая и прикладная экономика. – Варна : ЦНИИ Парадигма, 2015. – С. 327–331.
5. Емельянова О. Я. Использование природной и культурной уникальности г. Воронежа в образовательных проектах, направленных на реализацию городского креативного потенциала / О. Я. Емельянова, И. В. Шершень // Природное и культурное наследие : междисциплинарные исследования, сохранение и развитие : монография. – СПб. : Изд-во ГРПУ им. А. И. Герцена. – 2015. – С. 190–194.
6. Емельянова О. Я. Креативный менеджмент : учеб. пособие / О. Я. Емельянова, И. В. Шершень. – Воронеж : Новый взгляд, 2012. – 215 с.
7. Кургалин С. Д. Использование возможностей системы дополнительного профессионального образования для развития креативного потенциала региона / С. Д. Кургалин, И. В. Шершень // Адаптационные механизмы и практики в трансформирующихся обществах : материалы 3-й Междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж, 2015. – С. 49–56.

Воронежский государственный университет

Шершень И. В., кандидат экономических наук, профессор РАЕ, ведущий научный сотрудник Института дополнительного профессионального образования

E-mail: inga_shershen@mail.ru

Кургалин С. Д., доктор физико-математических наук, профессор, директор Института дополнительного профессионального образования, заведующий кафедрой цифровых технологий факультета компьютерных наук

E-mail: kurgalin@bk.ru

Тел.: 8(473) 2-208-384

Voronezh State University

Shershen I. V., PhD in Economics, Professor at the Russian Academy of Natural History (RANH), Senior Research Fellow at the Institute of Supplementary Professional Education

E-mail: inga_shershen@mail.ru

Kurgalin S. D., Dr. habil. in Physics and Mathematics, Professor, Head of the Institute of Supplementary Professional Education, Head of the Department of Digital Technology of the Faculty of Computer Sciences

E-mail: kurgalin@bk.ru

Tel.: 8(473) 2-208-384