

- 1) признается приоритет индивидуальности, самооценности студента как активного носителя субъектного опыта;
- 2) студент изначально является субъектом познания;
- 3) при конструировании образовательного процесса учитывается имеющийся субъектный опыт студента;
- 4) развитие личности идет не только через овладение им нормативной деятельности, но и через обогащение, преобразование субъектного опыта.

М.В. Семенова

КРЕАТИВНЫЙ ЭТОС КАК ПРЕДМЕТ СОЦИАЛЬНО–КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Творчество – наиболее распространенная категория, посредством которой описывается художественный процесс, сегодня отдана на откуп педагогике и психологии. Результаты, которые нами получены – значительны, а заслуги – несомненны. Но есть вопросы, которые, оставаясь в рамках данных наук, разрешить невозможно. Психология и педагогика исходят из того, что основу творчества составляют способности, являющиеся уникальным даром, выделяющим одаренного ребенка среди его неодаренных собратьев. Но, как отмечает Э. Ильенков, еще Гегель представил все индивидуальные способности, т. е. способы деятельности как «коллективные («всеобщие») формы, переживающие действительное развитие в истории» [1, с. 377]. Из этого следует, что индивидуум является субъектом способностей, «равно в той мере и тех границах, в которых ему посчастливилось приобщиться к развитию общечеловеческой культуры» [2, с. 378].

То, что справедливо в отношении к истории, не менее справедливо и в отношении к наличному состоянию. Творчество не только индивидуальный, но и социальный процесс. Всплеск творчества, или, говоря современным языком, креативности отличительный признак нашего времени вызван теми изменениями, которые переживает современное общество и культура. Креативный этос, т. е. «преобладающий дух и характер культуры, предполагает переход к новому типу мышления, и характера» [4, с. 35]. В нем отражаются нормы и ценности,

современной культуры. Кроме того, креативность нуждается в поддерживающей ее среде, обеспечивающей соответствующие экономические, социальные, культурные стимулы, необходимые для ее развития. Креативность напрямую связана с развитием новых условий труда и стилей жизни – всем тем, что не только может, но и должно проектироваться и внедряться на уровне общества.

Определяя аспекты креативности, американский социолог Р. Флорида обращает внимание на следующее: во-первых, креативность предполагает способность к синтезу (чтобы создать *новые, пригодные для использования* комбинации, приходится тщательно анализировать данные, концепции и факты); во-вторых, креативность «требует уверенности в себе и способности идти на риск»; в-третьих, креативность предполагает разнообразие опыта (разные виды креативности способны усиливать друг друга через взаимную стимуляцию); в-четвертых, «креативный этос основан на дисциплине и сосредоточенности, поте и крови»; в-пятых, креативность стимулируется потребностью добиться внутреннего удовлетворения; в-шестых, креативная личность, отличается тем, что умеет организовать свои и чужие усилия. Наконец, креативность достигает расцвета лишь в особой социальной среде, которую отличает, с одной стороны, стабильность, а с другой открытость и разнообразие, «стимулирующее творчество во всех его провокативных формах». Креативный поток, подчеркивает Р. Флорида, не возобновляется автоматически, он «требует постоянного внимания и инвестиций в экономические и социальные формы, поддерживающие творческий импульс» [4, с. 45–50]

Современная организация подобных инвестиций требует представления основных элементов креативности в качестве объекта социально-культурного проектирования, где творчество превращается в продукт, производимый профессионалами посредством применения ряда технологий.

Чтобы данное стало возможным, необходимо определиться, прежде всего, с тем, что собственно мы будем производить. Существующие в литературе, по сути своей романтические, определения творчества нам здесь не помогут. Причиной тому мы считаем тот факт, что они создавались вовсе не для того, чтобы верифицировать творческий процесс до некоторой совокупности технических приемов, но для того, чтобы обосновать особый статус сообщества носителей божественного дара гениальности или таланта. Все существующие определения характе-

ризуют не творчество как деятельность, но результат этой деятельности, отличающийся принципиальной новизной и социальной значимостью. Для социально-культурного проектирования необходимо более операциональное определение, согласующимся с современным научным и экономическим дискурсом как, например, следующее: творчество - умения успешно действовать в плохо структурированных средах.

Социально-культурный проект – это особым образом организованная коммуникация, в процессе которой одна группа людей, передает другой некоторый предмет-сообщение, призванное переориентировать поведение представителей этой другой группы. Профессор А. П. Марков, анализируя маркетинговые коммуникации, выделяет целый ряд циркулирующих здесь предметов-сообщений. Это ценности, нормы, этические идеалы, идеи, проблемы, имиджи, образы, репутации, общественное мнение, стили жизни, акции, организации, условия, товары, услуги, качество, товарные знаки, бренды [2, с. 48–62]. Очевидно, что за некоторым исключением данные предметы-сообщения могут циркулировать и в рамках социально-культурных проектов, направленных на стимулирование и поддержание интереса к творчеству. При этом, проект, можно будет признать успешным лишь в том случае, если хотя бы половина его аудитории будет готова идти на риск, посвящая свою жизнь разрешению сложнейших задач. Что возможно лишь, если разработчикам проекта удастся так представить творчество и определять статус креативной личности, что сбор данных, концепций и фактов, их последующий и анализ будет восприниматься аудиторией проекта как самое важное занятие. И она (аудитория), проявляя чудеса упорства и дисциплины, будет способна не только привлекать для своих целей разнообразные виды опыта, но и увлекать за собой других.

При создании подобных проектов важно помнить и о том, что инструментом достижения социального успеха (а только это может сделать привлекательным творчество) способно быть не творчеством вообще, а только творчеством современного типа. Условимся называть данный тип творчества креативностью. Для креативности в художественной сфере определяющее значение имеет характеристика современной художественной парадигмы, существенной чертой которой является полипарадигмальность, допускающая совместное бытие и классики, и авангарда, и модерна, и иных стилей и направлений в качестве самостоятельных, конкурирующих голосов.

Свой материал современная культура и искусство черпают в лингвистической (шире -- в семиотической) сфере: это языки и стили, тексты и словари различных культур. Здесь действуют разные модели творчества, в том числе и модель, которую мы условно обозначили как *Cop|et|ro|ga|y Contemporary*. Именно эта модель релевантна постмодернистскому философско-социологическому дискурсу и не только согласована с основными параметрами современной культуры, но и инкорпорирована в экономические и политические процессы современности, так что сама суть данной модели составляет социально-культурное проектирование. Кроме того, постмодернистская модель «*Contemporary Contemporary*», без сомнения, накладывает свой отпечаток и на все остальные художественные модели, определяя формы их присутствия в современной культуре, а потому представляет собой наиболее перспективный предмет для изучения.

Следует отметить, что, несмотря на свою актуальность, многими исследователями художественный постмодернизм, как впрочем, и весь постмодернизм в целом оценивается довольно негативно [3]. К этому есть свои основания. Весьма справедливо, например, замечание А.П. Маркова, утверждающего, что «постмодернизм культурно и социально реабилитировал собственника, придав ему значительный символический капитал, позволяющий выйти за границы норм и условностей социума, национальной культуры» [2, с. 350]. А.П. Марков подчеркивает: «Практики массового постмодернизма с их крайним субъективизмом, нигилизмом, отрицанием долга, нормы, истины делают легитимной асоциальность, возводя ее в значимый принцип бытия» [2, 350]. Но может ли современный креативный этос существовать без среды, создаваемый подобными постмодернистскими практиками?

Принципы и основания культуры определяются, как минимум с двух сторон: со стороны человеческой деятельности и со стороны общества. Именно общество задает параметры, определяющие то, каковой этой деятельности быть. Нормы и параметры общества диктуют, и формы деятельности, и определяют методики, артикулирующие их социальную значимость. Но человек, особенно там, где он занят творчеством, действует не только в границах социальной нормы, творчество по определению есть выход за границы легитимности. Не случайно для общества искусство, даже тогда, когда оно было полностью инкорпорировано в социальные структуры, оставалось делом

сомнительным. История искусства изобилует примерами, позволяющими это утверждать.

Работа на грани нормативного и нормативного, принятого и вытесненного отличает искусство как особый социальный институт и творчество как род деятельности. Чтобы занять свое место в культуре продукты творчества должны обрести легитимность. Придать им искомый статус может только общество. И, если иметь в виду художественные практики постмодернизма, то обществу придется существенно изменить свой взгляд на мир, чтобы их признать. Впрочем, без этого изменения и этого признания, общество рискует оказаться за бортом быстро летящего корабля современности.

Библиографический список

1. *Ильенков Э. В.* Философия и культура. М., 1991.
2. *Марков А. П.* Проектирование маркетинговых коммуникаций: Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность. СПб., 2005.
3. *Парамонов Б.* Конец стиля М., СПб., 1997; *Бычков В.В., Бычкова Л.С.* XX век: предельные метаморфозы культуры // Полигнозис. 2000. №3; *Дубровский Д.И.* Постмодернистская мода // В диапазоне гуманитарного знания.. СПб., 2001.
4. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2005.

Н.С. Серегина

ПРОБЛЕМА МОДУЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В настоящее время в России идет становление новой системы образования, ориентированного на вхождение в мировое образовательное пространство. Этот процесс сопровождается существенными изменениями в педагогической теории и практике учебно-воспитательного процесса. Происходит смена образовательной парадигмы: предлагаются иное содержание, иные подходы, иное право, иные отношения, иное поведение, иной педагогический менталитет.