

Мороз Виктория Викторовна

доктор педагогических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков
Оренбургского государственного университета

**ОСОБЕННОСТИ РЕЗОНАНСНОГО
КРЕАТИВНО-ЦЕННОСТНОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
«ПРЕПОДАВАТЕЛЬ – СТУДЕНТ –
ГРУППА» В КОМПЕТЕНТНОСТНО-
ОРИЕНТИРОВАННОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ
УНИВЕРСИТЕТА**

Аннотация:

В статье утверждается важность развития креативности у молодого специалиста в процессе его подготовки в вузе. Современный университет представляет собой ключевое стратегическое звено в социально-экономической жизни общества. Сущность образования заключается во взаимодействии преподавателя и студентов, а креативность развивается в процессе резонансного креативно-ценностного взаимодействия преподавателя и студента.

Ключевые слова:

резонансное креативно-ценностное взаимодействие, компетентностно-ориентированная образовательная среда университета, развитие креативности студентов.

Moroz Victoria Viktorovna

PhD in Education Science, Assistant Professor,
Foreign Languages Department,
Orenburg State University

**THE FEATURES OF
THE RESONANT
CREATIVE-VALUE
INTERACTION "TEACHER –
STUDENT – GROUP"
IN THE COMPETENCE-ORIENTED
EDUCATIONAL ENVIRONMENT OF
A UNIVERSITY**

Summary:

The author believes that creative development of young experts in the course of their training in a higher school is quite important. The present-day university is the strategic key link in the socio-economic life of a society. The essence of education consists in teacher-student communication, and creativity is being developed in the process of resonant creative-value interaction of students and a teacher.

Keywords:

resonant creative-value interaction, competence-oriented university educational environment, students' creativity development.

В современном мире образование и знания стали доступными как никогда прежде. Глобализация, открывая бескрайние возможности в разных сферах деятельности, вместе с тем вызывает множество ограничений в современной системе образования. Высшее образование выступает главной ареной для происходящих социальных изменений, но для того, чтобы быть преобразующей силой, системе образования необходимо самой трансформироваться. Феноменально ускоряющееся развитие технологий, стремительно изменяющийся рынок труда, все более разнообразная рабочая сила, высококонкурентная глобальная экономика многократно увеличивают потребность в развитии креативности современного специалиста.

Современный университет, представляя собой ключевое стратегическое звено в социально-экономической жизни общества, осуществляет ряд функций, позволяющих сочетать традиции и инновации, трансляцию и продуцирование знаний, передачу культурных ценностей, развитие человеческого потенциала в частности и социального капитала общества в целом.

Полагаем, что креативность, являясь интеллектуально-эвристическим качеством личности, присуща каждому студенту в той или иной степени, от которой зависит интенсивность развития данного качества при погружении студента в компетентностно-ориентированную образовательную среду университета [1].

Сущность образования заключается в резонансном креативно-ценностном взаимодействии преподавателя и студентов, причем развитие креативности в условиях университета обладает рядом особенностей. Во-первых, студентам необходима модель креативного поведения, образцом которого является преподаватель. Во-вторых, ценностное отношение преподавателя к креативным способностям студентов заключается не в том, чтобы декларировать необходимость их развития, а в подлинном желании помочь открыть и развить креативные способности у обучающихся. Креативный преподаватель стремится научить навыкам креативного и критического мышления, особенностям и этапам креативного процесса, а также создать благоприятную среду для развития креативности. Студенты же в свою очередь способствуют развитию креативности преподавателя, в частности в области цифровых технологий, в которых они порой более компетентны.

Считаем, что можно выделить триаду компонентов, играющих значимую роль в развитии креативности личности, а именно совокупность эмотивного, когнитивного и деятельностного компонентов. Когнитивный компонент образует интеллектуальный базис в структуре данного феномена и включает междисциплинарные фундаментальные и прикладные знания студентов, способности освоения критического мышления, конструирование нового знания. Необходимо отметить, что для развития креативности существенную роль играет именно междисциплинарный синтез знаний, поскольку чем шире горизонт познания, тем свободнее и ярче будут ассоциации, необходимые для креативного мышления [2].

Знания, являясь фундаментом креативности, создаются при ценностном переосмыслении информации. Ценностно окрашенные знания в свою очередь могут привести к созданию инноваций. Мы считаем, что обучение – креативный процесс, а креативность – процесс обучения, которое возможно при ценностном отношении самого студента к познанию при наличии готовности творить, прилагать усилия. Ценностное отношение к креативности демонстрирует стремление выразить, реализовать себя.

Полагаем, что наукоемкие знания могут быть освоены только во взаимодействии преподавателя и студента. Проведение совместных исследований и участие в конференциях позволяют развивать креативность как преподавателя, так и студента. Преподаватель может создать благоприятные условия для развития креативных навыков студента, раскрытия его креативного потенциала, повышая тем самым и свою собственную креативность.

Эмотивный компонент отражает ценностно-смысловое наполнение креативности и фиксирует роль эмоций, интуиции и значимость ценности созидания в креативном процессе. Эмоции играют важную роль в общей атмосфере университета, эмоциональной насыщенности резонансного креативно-ценностного взаимодействия студентов и преподавателя, студента и группы, преподавателя и группы, а также в усвоении знаний. Кроме того, эмоциональные детерминанты креативного процесса показывают, что в данном процессе имеют значение как положительные, так и отрицательные эмоции.

Деятельностный компонент воплощает процессуальность: «подготовка – инкубация – озарение – оценка – оттачивание» и мотивационно-потребностное наполнение: «потребность – эмоции – мотивы – ценности – цель», раскрывающие сдвиг мотива на цель, результатом которой является как созидание продукта, так и преобразование личности. Мы разделяем точку зрения В.Н. Сагатовского о том, что творчество есть характеристика деятельности, а деятельность есть единство мотива, цели, процесса и результата, причем системообразующим началом является именно ценность [3].

Подчеркивая важность деятельностного компонента в развитии креативности студентов университета, следует отметить, что креативность личности может проявляться только в деятельности, причем, по нашему мнению, имеет значение как индивидуальная, так и коллективная деятельность. Одним из заблуждений относительно природы креативности является убеждение в том, что креативность проявляется только на индивидуальном уровне. Мы пришли к заключению о том, что в процессе коллективной деятельности происходит резонансное взаимодействие членов группы, при котором усиливается креативное мышление, обогащенное разными знаниями, точками зрения, личностными характеристиками, при этом ярче проявляются индивидуальные способности каждой личности. Кроме того, по нашему мнению, резонансное креативно-ценностное взаимодействие представляет собой такой тип взаимоотношений между внешней и внутренней стороной процесса образования, при котором происходит гармоническое совпадение внешних условий среды и внутренних потребностей субъектов образовательного процесса, когда наиболее полно раскрываются индивидуальные особенности и креативные способности каждого субъекта, а коллективная деятельность субъектов образовательного процесса обогащается взаимными ценностями, знаниями и опытом и приводит к созданию креативного продукта.

Именно совокупность всех перечисленных элементов позволяет усилить исходную креативность студента, которая, преломляясь в креативной образовательной среде, расширяется в пространстве и во времени, выходя за рамки учебной деятельности, переходя сначала во внеучебную деятельность, а затем в плоскость жизнедеятельности студента.

Преподавателям следует учитывать, что наибольшего расцвета креативность достигает в возрасте 18–25 лет, поэтому необходимо вкладывать наибольшие усилия в развитие креативности в период получения университетского образования [4].

С развитием технологий и глобализации сотрудничество становится не только важным, но и необходимым навыком для студентов. Если выпускники выйдут из учебного заведения, не зная, как постоянно создавать, они окажутся неподготовленными к вызовам общества и рабочей силы [5]. Таким образом, следует понимать, что технологии способствуют улучшению образовательного процесса, позволяя снизить время и расстояние в процессе коммуникации и сотрудничества.

Важность общения раскрывается в обмене ценностями, что представляет аксиологическое основание развития креативности. Лингвистически и культурно эффективное общение жизненно необходимо для успешной работы «глобальных команд», сотрудничающих во всем мире и расширяющихся через границы временных зон, стран и культур, поэтому ясное и эффективное общение на разных языках становится императивом для завтрашних выпускников [6]. Коммуникативные компетенции тесно связаны с навыками взаимодействия, такими как командная работа, достижение компромисса ради общей цели, принятие ответственности за общую работу.

В настоящее время сферой приложения усилий человека стало не столько производство вещей, сколько общение с другими людьми и обработка информации: важнейшими видами продукции сегодня выступают инновации, знания и идеи. Самым значительным фактором производства становится креативность человека, которая наиболее эффективно развивается в компетентностно-ориентированной университетской образовательной среде.

Ссылки:

1. Кирьякова А.В., Мороз В.В. Аксиология креативности : монография. М., 2014. 225 с.
2. Мороз В.В. Закономерности развития креативности студентов университета [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=17477> (дата обращения: 22.06.2016).
3. Сагатовский В.Н. Аксиология творчества // Наука. Искусство. Культура. 2012. Вып. 1. С. 58–63.
4. Мороз В.В. Развитие креативного потенциала студентов университета: аксиологический подход // Теория и практика общественного развития. 2015. № 2. С. 97–99.
5. Shaheen R. Creativity and Education // *Creative Education*. 2010. Vol. 1, № 3. P. 166–169.
6. Ibid.

References:

- Kiryakova, AV & Moroz, VV 2014, *Axiology of creativity*: monograph, Moscow, p. 225, (in Russian).
- Moroz, VV 2015a, 'Development of creative potential of university students: axiological approach', *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 2, pp. 97-99, (in Russian).
- Moroz, VV 2015b, 'Laws of development of creativity of university students', *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, no. 1, viewed 22 June 2016, <<http://science-education.ru/ru/article/view?id=17477>>, (in Russian).
- Sagatovsky, VN 2012, 'Axiology creativity', *Nauka. Iskustvo. Kul'tura*, vol. 1, pp. 58-63, (in Russian).
- Shaheen, R 2010, 'Creativity and Education', *Creative Education*, vol. 1, no. 3, pp. 166–169.