

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2018, №4, Том 9 / 2018, No 4, Vol 9 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2018.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/17KLSK418.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мусийчук В.В., Анисимов Н.В. О проблеме коммуникативной креативности в процессе подготовки студентов-дизайнеров // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2018 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/17KLSK418.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Musiychuk V.V., Anisimov N.V. (2018). On the problem of communicative creativity in the process of training design students. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 4(9). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/17KLSK418.pdf> (in Russian)

УДК 7.05

ГРНТИ 13.01.11

Мусийчук Владимир Васильевич

ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», Краснодар, Россия
Магистрант, специальность дизайн среды
E-mail: gektor174@gmail.com

Анисимов Николай Васильевич

ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», Краснодар, Россия
Кандидат культурологии, доцент

Член Союза дизайнеров России, член Творческого союза художников России, заслуженный деятель искусств Кубани

О проблеме коммуникативной креативности в процессе подготовки студентов-дизайнеров

Аннотация. В статье показано, что социокультурные перемены, происходящие в современном российском обществе, оказывают существенное влияние и на процесс подготовки специалистов по дизайну. Студенты-дизайнеры в значительной степени профессионально ориентированы на сохранение российского и мирового культурного наследия. Важной представляется проблема формирования личности будущего дизайнера на основе активной творческой целеустремленности в формировании культурной среды общества, на основе традиционных методов и на разработке инновационных путей формотворчества. В этой связи особую актуальность приобретает развитие коммуникативной креативности будущих дизайнеров.

Авторы доказывают, что изучение процессов художественно-эвристической деятельности и, в частности, коммуникативной креативности в процессе подготовки дизайнеров, позволяет констатировать то, что есть проблема как недостаточного опыта исследования и применения интуитивных методов творчества, так и недостаточного опыта применения коммуникативной креативности в учебном процессе. При подготовке будущих дизайнеров целесообразно использовать для развития коммуникативной креативности задачи содержащие парадоксы и антиномии; задачи с недостаточной исходной информацией; задачи с избыточной исходной информацией. Данный вид задач направлен на поиск совершенной формы.

Развитие коммуникативной креативности будущих дизайнеров является актуальной проблемой в системе подготовки специалистов, поскольку современный дизайн направлен на создание новой конкурентоспособной продукции и напрямую связан, с необходимостью

объединения предметно-художественной функции при поиске и создании художественных образов, направленных так же на удовлетворение эмоциональных потребностей потребителей. Авторами проведен анализ исследований совместной деятельности в форме обмена идеями в процессе диалога при решении задач (коммуникативной креативности).

Проблема развития коммуникативной креативности при подготовке дизайнеров, может быть решена при учете ряда факторов: 1. Формирования личности будущего дизайнера на основе активной творческой целеустремленности в формировании культурной среды общества, на основе традиционных методов и на разработке инновационных путей формотворчества. 2. Коммуникативная креативность проявляется как осознание и преодоление барьеров и установочных и поведенческих шаблонов, возникающих в творческом процессе. В связи с этим следует уделять внимание анализу совместной творческой деятельности, в том числе в условиях обмена идеями и диалогического взаимодействия, как коммуникативной креативности, в процессе подготовки дизайнеров. 3. Учитывать роль преподавателя как фасилитатора, при обучении эвристическим методам, основанным в значительной степени на коммуникативной креативности (мозговом штурме, синектике, методе контрольных вопросов и т. д.).

Ключевые слова: обучение дизайнеров; коммуникативная креативность; обмен идеями; культурная среда общества; формотворчество; фасилитатор; эвристические методы

Социокультурные перемены, происходящие в современном российском обществе, оказывают существенное влияние и на процесс подготовки специалистов по дизайну. Студенты-дизайнеры в значительной степени профессионально ориентированы на сохранение российского и мирового культурного наследия. Важной представляется проблема формирования личности будущего дизайнера на основе активной творческой целеустремленности в формировании культурной среды общества, на основе традиционных методов и на разработке инновационных путей формотворчества. В этой связи особую актуальность приобретает развитие коммуникативной креативности будущих дизайнеров.

Вопрос понимания объекта и предмета дизайна, определяющий чему и как учить будущих дизайнеров, требует обращения к понятию «дизайн». В литературе можно встретить значительное количество определений дизайна, представленных как зарубежными, так и отечественными авторами. Существенные характеристики, на наш взгляд отражены в определении, принятом в 1964 г. на международном семинаре по дизайнерскому искусству, проведенному в г. Брюгге (Бельгия). Данное определение, приводит в своей книге В. Глазычев: «Дизайн – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя» [1]. Далее автор подчеркивает ценную для решения проблемы подготовки дизайнеров мысль: «Этим определением утверждается наличие особой творческой деятельности, отличающейся от традиционных и более или менее изученных: искусства, инженерии, науки» [1].

Детальное изучение вопроса коммуникативной креативности в процессе подготовки будущих дизайнеров приводит к вопросу рассмотрения содержательной стороны коммуникативной креативности в дизайне. И в этой связи, обратимся, в качестве примера к культуре города, опираясь на работу выполненную под редакцией В.Л. Глазычева «Городская среда. Технология развития» [2]. Книгу предваряет «Введение: культурный потенциал города». Авторы, обсуждая вопрос культурного подхода к городу, выделяют ряд структурных элементов: «Проект – всегда ПРОЕКТ ЧЕГО-ЛИБО: парка, здания, квартала, формы

проведения праздника, нового учреждения. Это непременно упорядоченный, конкретный, по возможности наглядный образ желаемого результата, отвечающий на вопрос КАК ДЕЛАТЬ. Программа ВСЕГДА ПРОГРАММА ДЕЙСТВИЙ, направленных на достижение цели, отвечающая на вопрос ЧТО ДЕЛАТЬ – отвечающая на вопрос в какую сторону, в каком направлении двигаться. ... План – всегда ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ программы через проекты, отвечающие на вопрос – КОГДА и КАКИМИ СРЕДСТВАМИ, своего рода таблица, изображающее движение по осуществлению проекта во времени» [2, с. 21] (в цитате сохранены авторские шрифты).

Рассматривая «Проблему формирования дизайнерского мышления» Я.А. Лугина [3], анализирует дизайн как феномен культуры. Автор проводит сравнение дизайнера с изобразительным искусством, на основе этого делает вывод о различии данных феноменов с позиций их цели, функций, форм бытия. В русле решения проблемы коммуникативной креативности в дизайне, значительный интерес представляют описанные Я.А. Лугиной принципы дизайнерского мышления: концептуальность, диалоговость, модульность.

Изучение процессов художественно-эвристической деятельности и, в частности, коммуникативной креативности в процессе подготовки дизайнеров, позволяет констатировать то что есть проблема как недостаточного опыта исследования и применения интуитивных методов творчества, так и недостаточного опыта применения коммуникативной креативности в учебном процессе. При подготовке будущих дизайнеров целесообразно использовать для развития коммуникативной креативности задачи содержащие парадоксы и антиномии; задачи с недостаточной исходной информацией; задачи с избыточной исходной информацией. Данный вид задач направлен на поиск совершенной формы.

Развитие коммуникативной креативности будущих дизайнеров является актуальной проблемой в системе подготовки специалистов, поскольку современный дизайн направлен на создание новой конкурентоспособной продукции. Так же важной особенностью современного дизайна является тот факт, что креативность дизайнеров напрямую связана, с необходимостью объединения предметно-художественной функции при поиске и создании художественных образов, направленных так же на удовлетворение эмоциональных потребностей потребителей. Н.В. Анисимов в работе «Перспективы развития функций дизайна в условиях отечественно экономики» подчеркивает необходимость осмысления перспектив развития процесса создания новых изделий, т. е. креативности [4]. Так же обратим внимание на работу А. Окара, с весьма экспрессивным названием «Креативный класс как последняя надежда». Автор пишет: «...современная Россия нуждается не в какой-нибудь очередной авторитарной модернизации сверху, а в инновационной модернизации, основанной на солидарности и сотворчестве государства, общества и амбициозных общественных групп, и классов (бизнес, научная и творческая интеллигенция и проч.)» [5]. А. Окара вступает в дискуссию с американским социологом Р. Флоридой, причисляющих к креативному классу профессионалов, участвующих в создании не материальных активов, приносящих материальные дивиденды, в виде новых идей, технологий на основе креативного содержания. По его мнению, креативный класс – профессионалы творческих профессий. А. Окара подчеркивает, что «...в современной России круг людей, составляющих креативный класс, следует рассматривать шире, чем это делает Флорида. К нему можно причислить всех тех, кто в пределах своей профессиональной или социальной деятельности является инноватором, генератором развития, создателем «точек роста» [5].

В этой связи приобретают особую значимость модели когнитивных взаимодействий в сервис-ориентированных системах [6]. А.Д. Сотников, Г.Р. Катасонова, Е.В. Стригина отмечают, что элементы данной теории с успехом используются в объектно-ориентированной

и инфокоммуникационных моделях и технологиях обучения. Так же и в качестве инструментов разработки дизайнерских решений [7].

О.Ю. Прудовская анализирует понятие «визуальные коммуникации». Визуальная коммуникация рассматривается автором как процесс передачи визуальной информации и его влияние на процесс проектирования в графическом дизайне, что имеет большое значение в русле рассмотрения проблемы коммуникативной креативности [8].

Проблемой анализа совместной деятельности в том числе в форме обмена идеями в процессе диалога при решении задач занимался ряд авторов, среди них Брушлинский (1999); Джакупов (1998); Матюшкина (2003); Шумакова (1996); Яголковский (2005); Kelly, Karau (1993).

В исследовании, проведенном J.R. Kelly, S.J. Karau показано, что на креативность личности в ситуации обмена идеями существенное влияние оказывает количество идей, продуцированных партнером.

«Влияние обмена идеями на креативность» изучал в своей диссертации С. Яголковский [9]. Автором выделен ряд механизмов:

- механизм когнитивного обогащения способствует расширению представлений о проблемной области;
- механизм творческого эмоционального фона, основанного на наличии творческой обстановки и окружения;
- механизм сравнения, позволяет участнику оценить свои возможности наряду с возможностями других участников.

При наработке креативности, умения решать многофакторные задачи, как профессионального навыка, считает A.L. Costa, важнейшее значение приобретает процесс обучения, так как именно в процессе обучения, у студентов формируется инновационная модель мышления [10].

Ряд исследователей подчеркивает, что дизайн-мышление можно успешно развивать в контексте содержания академических и практических курсов и программ профессиональной подготовки, реализуемых ведущими вузами и корпоративными университетами [11].

Д.Ю. Адоньев рассматривает эвристические методы, направленные на решение творческих задач в системном проектировании объектов дизайна. Рассматривая такие методы как синектика, метод мозгового штурма и др. автор предлагает методы решения творческих задач в системе формирования профессионально-практической компетенции будущих дизайнеров [12].

В связи упоминанием таких методов как синектика, мозговой штурм, обратимся к статье E. Duckworth «Наличие замечательных идей и других эссе по преподаванию и обучению» [13], поскольку в упомянутых методах процесс поиска решения проблемы протекает в групповых коммуникациях. В этой работе автор, совершенно справедливо подмечает, что в процессе творчества велика роль преподавателя. Преподаватель, с точки зрения автора, должен обучить студентов некоторым базовым техникам и в процессе решения задачи, взять на себя роль фасилитатора (англ. facilitator, от лат. facilis «лёгкий, удобный»). Для решения проблемы коммуникативной креативности роль фасилитатора приобретает важное значение, поскольку способствует тому, чтобы творческая группа сконцентрировалась на целях и задачах встречи, на основании поддержания позитивной групповой динамики. О важности участия фасилитаторов в процессе коммуникативной креативности свидетельствует так же и тот факт, что с 1989 г. существует и Международная Ассоциация Фасилитаторов (The International

Association of Facilitators). В организацию входят фасилитаторы из 63 стран. В России с 2010 г. организуется ежегодная конференция профессиональных фасилитаторов.

Рядом авторов (А.А. Бодалёв, У.В. Кала, Н.Е. Кузьмина, Е.В. Цуканова) был проведен теоретический анализ экстра – и интраличностных определяющих развития коммуникативной креативности. В качестве таковых отмечены: опыт общения (имеющийся у индивида репертуар поведения), личностные особенности, позволяющие изменять шаблоны поведения (какие именно, не уточняется) и особенности мотивации.

Интерес представляет статья Zhao Y. опубликованная Ассоциация по надзору и разработке учебных программ (ASCD). Автор подчеркивает важность эмоционального интеллекта, как способность понимания и управления своими и чужими эмоциями, в процессе понимания их точки зрения и объяснении совей [14].

Опираясь на анализ зарубежных теорий, Л.Б. Ермолаева-Томина в качестве факторов, определяющих природу креативности, выделила три группы явлений: 1. природные задатки и индивидуальные особенности; 2. все формы влияния социальной среды; 3. характер и структура деятельности [15] Большинство отечественных авторов также разделяют эту позицию.

Таким образом сделаем выводы, проблема развития коммуникативной креативности при подготовке дизайнеров, может быть решена при учете ряда факторов:

1. Формирования личности будущего дизайнера на основе активной творческой целеустремленности в формировании культурной среды общества, на основе традиционных методов и на разработке инновационных путей формотворчества.
2. Коммуникативная креативность проявляется как осознание и преодоление барьеров и установочных и поведенческих шаблонов, возникающих в творческом процессе. В связи с этим следует уделять внимание анализу совместной творческой деятельности, в том числе в условиях обмена идеями и диалогического взаимодействия, как коммуникативной креативности, в процессе подготовки дизайнеров.
3. Учитывать роль преподавателя как фасилитатора, при обучении эвристическим методам, основанным в значительной степени на коммуникативной креативности (мозговом штурме, синектике, методе контрольных вопросов и т. д.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Глазычев В. Дизайн как он есть. М.: Европа, 2006. С. 8.
2. Городская среда. Технология развития: Настольная книга / В.Л. Глазычев, М.М. Егоров, Т.М. Ильина и др. М.: «Издательство Ладыя», 1995. 240 с.
3. Лугина Я.А. Проблема формирования дизайнерского мышления // Омский научный вестник. 2011. № 2 (96). С. 126-129.
4. Анисимов Н. Перспективы развития функций дизайна в условиях отечественно экономики // Культурная жизнь юга России. № 1. 2016. С. 14-17.
5. Окара, А. Креативный класс как последняя надежда // Интелрос-интеллектуальная Россия. – URL: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/rejting_09/material_sofiy/5027-andrej-okara-kreativnyj-klass-kakposlednyaya-nadezhda.html (дата обращения: 28.08.2018).

6. Сотников А.Д., Катасонова Г.Р., Стригина Е.В. Модели когнитивных взаимодействий в сервис-ориентированных системах // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 4. С. 118.
7. Катасонова Г.Р., Стригина Е.В. Инструменты разработки дизайнерских решений // Инновационные, информационные и коммуникативные технологии. 2017. № 1. С. 54-57.
8. Прудовская О. Эволюция визуальных коммуникаций в процессе проектирования // Культурная жизнь юга России. № 4. 2017. С. 35-38.
9. Яголковский С. Влияние обмена идеями на креативность. Автореф. дис. ... канд. психол. Москва. 2005. 24 с.
10. Costa A.L. Developing Minds: a Resource Book for Teaching Thinking. Association for Supervision and Curriculum Development, Alexandria, VA. 2001.
11. Carroll M., Goldman S., Britos L., Koh J., Royalty A. and Hornstein M. Destination, imagination and the fires within: design thinking in a middle school classroom. International Journal of Art & Design Education, 2010. Vol. 29, No. 1, pp. 37-53.
12. Адоняев Д.Ю. Методы решения творческих задач в формировании профессионально-практической компетенции будущих дизайнеров // Вестник московского государственного областного университета: Серия: Педагогика. 2009. № 1. С. 79-83.
13. Duckworth E. The Having of Wonderful Ideas and Other Essays on Teaching and Learning. New York: Teachers College Press. 1996.
14. Zhao Y. Catching Up or Leading the Way. ASCD, Alexandria, VA. 2009.
15. Ермолаева-Томина Л. Проблема развития творческих способностей детей (по материалам зарубежных исследований) // Вопросы психологии. 1975. № 5. С. 166-176.

Musiychuk Vladimir Vasilievich

Krasnodar state institute of culture, Krasnodar, Russia
E-mail: gektor174@gmail.com

Anisimov Nikolay Vasilyevich

Krasnodar state institute of culture, Krasnodar, Russia

On the problem of communicative creativity in the process of training design students

Abstract. The article shows that the socio-cultural changes taking place in the modern Russian society have a significant impact on the process of training specialists in design. Students-designers are largely professionally focused on the preservation of the Russian and world cultural heritage. An important problem is the formation of the personality of the future designer on the basis of active creative commitment in the formation of the cultural environment of society, on the basis of traditional methods and the development of innovative ways of form creation. In this regard, the development of communicative creativity of future designers becomes particularly relevant.

The authors prove that the study of the processes of artistic and heuristic activity and, in particular, communicative creativity in the process of training designers, allows us to state that there is a problem as a lack of research experience and the use of intuitive methods of creativity, and lack of experience in the application of communicative creativity in the educational process. When preparing future designers, it is advisable to use tasks containing paradoxes and antinomies for the development of communicative creativity; tasks with insufficient initial information; the problem with excessive background information. This type of task is aimed at finding the perfect form.

The development of communicative creativity of future designers is an urgent problem in the system of training, as modern design is aimed at creating new competitive products and is directly related to the need to combine the subject-art function in the search and creation of artistic images, aimed also at meeting the emotional needs of consumers. The authors analyzed the research of joint activities in the form of exchange of ideas in the process of dialogue in solving problems (communicative creativity).

The problem of development of communicative creativity in the preparation of designers can be solved by taking into account a number of factors: 1. Formation of the personality of the future designer on the basis of active creative commitment in the formation of the cultural environment of society, on the basis of traditional methods and the development of innovative ways of form creation. 2. Communicative creativity manifests itself as the awareness and overcoming of barriers and installation and behavioral patterns arising in the creative process. In this regard, attention should be paid to the analysis of joint creative activities, including the exchange of ideas and dialogical interaction as communicative creativity in the process of training designers. 3. Take into account the role of the teacher as a facilitator, when teaching heuristic methods based largely on communicative creativity (brainstorming, synectics, method of control questions, etc.).

Keywords: training of designers; communicative creativity; exchange of ideas; cultural environment of society; form creation; facilitator; heuristic methods

REFERENCES

1. Glazychev V. (2006). Dizayn kak on est'. [*Design as it is.*] Moscow: Europe, p. 8.
2. Glazychev V.L., Egorov M.M., Il'ina T.M. and etc. (1995). Gorodskaya sreda. Tekhnologiya razvitiya: Nastol'naya kniga. [*City environment. Technology Development: Handbook.*] Moscow: Rook Publishing, p. 240.
3. Lugina Ya.A. (2011). The problem of the formation of design thinking. *Omsk Scientific Herald*, 2(96), pp. 126-129 (in Russian).
4. Anisimov N. (2016). Prospects for the development of design functions in the domestic economy. *Cultural life of the south of Russia*, 1, pp. 14-17 (in Russian).
5. Intelros-Intellectual Russia. (n.d.). Okara A. Creative class as last hope. [online] Available at: http://www.intelros.ru/intelros/reiting/reiting_09/material_sofiy/5027-andrej-okara-kreativnyj-klass-kakposlednyaya-nadezhda.html [Accessed 28.08.2018].
6. Sotnikov A.D., Katasonova G.R., Strigina E.V. (2015). Models of cognitive interactions in service-oriented systems. *Modern problems of science and education*, 4, p. 118 (in Russian).
7. Katasonova G.R., Strigina E.V. (2017). Design development tools. *Innovative, information and communication technologies*, 1, pp. 54-57 (in Russian).
8. Prudovskaya O. (2017). The evolution of visual communications in the design process. *Cultural life of the south of Russia*, 4, pp. 35-38 (in Russian).
9. Yagolkovskiiy S. (2005). Vliyanie obmena ideyami na kreativnost'. [*The impact of the exchange of ideas on creativity.*] Moscow, p. 24.
10. Costa A.L. (2001). *Developing Minds: a Resource Book for Teaching Thinking*. Alexandria, Virginia: Association for Supervision and Curriculum Development.
11. Carroll M., Goldman S., Britos L., Koh J., Royalty A., Hornstein M. (2010). Destination, imagination and the fires within: design thinking in a middle school classroom. *International Journal of Art & Design Education*, 1(29), pp. 37-53.
12. Adonyaev D.Yu. (2009). Methods for solving creative problems in the formation of professional and practical competence of future designers. *Bulletin of the Moscow State Regional University*, 1, pp. 79-83 (in Russian).
13. Duckworth E. (1996). *The Having of Wonderful Ideas and Other Essays on Teaching and Learning*. New York: Teachers College Press.
14. Zhao Y. (2009). *Catching Up or Leading the Way*. Alexandria, Virginia: ASCD.
15. Ermolaeva-Tomina L. (1975). The problem of the development of creative abilities of children (based on foreign studies). *Psychology Questions*, 5, pp. 166-176 (in Russian).