



СЕКЦІЯ 4. СОЦІАЛЬНА ПЕДАГОГІКА

УДК 37.091.12.011

DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2413-1865/2022-98-8>

КРЕАТИВНІСТЬ ВИКЛАДАЧА / КРЕАТИВНІСТЬ СТУДЕНТА: ПОБУДОВА НОВОЇ МОДЕЛІ

Чужикова Вікторія Григорівна,
кандидатка педагогічних наук, доцентка,
доцентка кафедри педагогіки та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

victory.post@ukr.net
orcid.org/000-0003-2030-5840

Процеси креативізації вищої освіти розпочалися на зламі тисячоліть, коли стало відомо, що запити соціуму щодо якості навчального процесу зазнали суттєвих змін, адже раніше вони розглядалися через досягнену ефективність освітніх реформ і застарілу модель оцінювання важкоідентифікованих «успіхів». З іншого боку, посилення у світі глобалізаційних тенденцій породило цілу низку зрушень у характері й структурі викладання, контенті та компетенціях випускників, що повною мірою віддзеркалювало процеси інтернаціоналізації, цифровізації, таксономізації, сек'юритизації та ментально-культурні трансформаційні відносини. Унаслідок посилення подібного роду суперечливих процесів мало місце загострення конкуренції закладів вищої освіти і їх суперництво за креативних викладачів, здобувачів освіти, а також за адміністративний апарат, консолідована і гармонізована діяльність якого забезпечувала престижність університету, його рейтинговість, а також можливість отримувати гранти, брати участь у міжнародних проектах тощо. Численні спроби окремих авторів підвести теоретичну базу під розуміння феномену креативізації освітнього простору виявились далеко не завжди вдалимими і потребували застосування системного підходу до аналізу ефективності. Важливим теоретичним здобутком науковців на початку нового тисячоліття став міждисциплінарний підхід у розумінні цілісності цього процесу і тих парадигмальних ознак, які перебирають на себе споріднені до педагогіки науки, зокрема: психологія, філософія, соціологія, економіка. У статті доведено, що ключовими учасниками сучасного освітнього процесу є викладач і студент, кожен з яких має різний креативний рівень, а відтак й різні уподобання і очікування. Отже, гармонізація відносин між основними акторами може, з одного боку, забезпечити успішний нетворкінг і колаборацію, проте з іншого, в разі масштабних прорахунків – конфліктність і сингулярність освітньо-наукового відтворення. Автором виявлені креативні якості викладача і здобувача вищої освіти та побудована трендова модель їх можливої взаємодії (інтернаціоналізація компетенцій, глобалізація «почуттів», цифровізація навчання, таксономізація змісту навчання, сек'юритизація інтересів, когнітивний дисонанс). Доведено, що успішними можуть вважатися спільні платформи, котрі охоплюють різні види активностей учасників процесу, зокрема створення старт-апів.

Ключові слова: *творчість, тренер-викладач, здобувач вищої освіти, дифузія, інновація, ідентифікація, колаборація.*

TEACHER'S CREATIVITY / STUDENT CREATIVITY: BUILDING A NEW MODEL

Chuzhykova Viktoriia Hryhorivna,
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Pedagogics and Psychology
*State Higher Educational Institution Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman*

victory.post@ukr.net
orcid.org/000-0003-2030-5840

The process of creativization of higher education began at the turn of the millennia, when it became obvious that the society's demands for the quality of the educational process have changed significantly, and it was no more impossible to consider the effectiveness of educational reforms through the old prism of "success" identification. On the other hand, the intensification of globalization trends has led to a few changes in the nature, structure of teaching, content and competencies of graduates, which fully reflects the processes



of internationalization, digitalization, taxonomization, securitization and mental-cultural transformational relations.

As a result of such contradictory processes, there was an intensification of competition between higher education institutions and their competition for creative teachers, higher education students, for the administrative staff, which consolidated and harmonized activities ensured the prestige of the university, its rating, as well as the ability to win grants, take part in international projects etc.

Numerous attempts of some authors have brought the theoretical basis for understanding the phenomenon of creativisation of the educational process, though they were not always successful and required a systematic approach to performance analysis.

An important theoretical achievement of scientists at the beginning of the new millennium was the interdisciplinary approach to understanding the integrity of the creative process and the paradigmatic features that take over sciences related to pedagogics: psychology, philosophy, sociology, economics.

The article proves that the key participants in the modern educational process are teachers and students, each of whom has a different creative level, and therefore different preferences and expectations. Thus, the harmonization of relations between the participants of the educational environment can, on the one hand, ensure successful networking and collaboration, but on the other hand, in the case of large-scale miscalculations – conflict and singularity of educational-scientific reproduction.

The author identifies creative features of teachers and graduates and establishes trend models of their possible interaction (internationalization of competencies, globalization of “feelings”, digitalization of learning, taxonomy of learning content, securitization of interests, cognitive dissonance).

It has been proven that joint platforms covering various types of activities of process participants, particularly, the creation of start-ups, can be successful.

Key words: *creativity, trainer-teacher, higher education student, diffusion, innovation, identification, collaboration.*

Вступ. Посилення глобальних конкурентних відносин у вищій школі підштовхує її керівників, стейкхолдерів, численних експертів і аналітиків до нового розуміння креативності двох ключових учасників освітнього процесу – викладача та студента (здобувача вищої освіти), вимоги до яких з боку суспільства постійно зростатимуть, що й зумовлює певну конфліктність, а також можливу колаборацію (співробітництво на певних етапах освітнього процесу і нейтральність на інших). У глобальному соціумі дедалі стають все більш популярними новітні гіпотези, виходячи з яких мірилом успішності навчально-виховного процесу вже в недалекому майбутньому має стати зростаюча креативність як тих, що навчаються, так і тих, що навчають. Органічне поєднання їхніх інтересів забезпечуватиме прогрес освітнього закладу у цілому, його високу господарську еластичність і гнучкість, адже відоме гасло минулих років «Мене так вчили, і я так вчитиму» у першій чверті прийдешнього століття виглядає доволі архаїчним. Водночас слід добре розуміти, що й псевдокреативність або ж її часткова імітація «не відкривають двері» для продукування нових ідей, планів, відкриттів і не роблять гармонізованими відносини «викладач – студент».

У сучасній системі психолого-педагогічних наук процеси креативізації вважаються доволі добре дослідженими, утім, вони навряд чи можуть претендувати на цілісність і, головне, змістовну узагальненість тих міждисциплінарних процесів, які повною мірою віддзеркалюють усю складність,

багатогранність та багатовимірність доволі суперечливих мультиструктурних тенденцій молодіжного, і не лише його одного, соціуму. Ось чому ми переконані, що відокремити процеси креативізації від глобалізації, платформізації, цифровізації, сек'юритизації навряд чи вдасться, так само як не вдасться уникнути доволі небезпечної сингулярності освітнього процесу, яка повною мірою проявила себе під час пандемії COVID.

Теоретичне обґрунтування проблеми. Творче мислення, творча натура, творчий процес і багато інших похідних від цих словосполучень, які назавжди закарбувалися в науковому лексиконі педагогіки, психології, соціології, філософії і багатьох інших споріднених з ними дисциплін, відігравали надзвичайно важливу роль в ХХ ст. у процесі ідентифікації якісних і кількісних змін в освіті. Утім, початок нового століття ознаменував своєрідну дифузю понятійного апарату і неминучу, у такому випадку, диференціацію меж застосування базового терміна «креатив». Людство піднялось ще на один щабель цивілізаційного розвитку, і домінуючим у ньому, на думку вітчизняного дослідника М. Полякова (Поляков, 2017), стає ноосферний підхід з його новою, інноваційною парадигмою, яка у сучасних умовах являє собою визнану фахівцями модель сучасного розуміння інформаційного суспільства та численних парадоксів його еволюції, яку відомий нідерландський дослідник Й. Роймер пропонує назвати *Homo Urbanus* (Роймер, 2017). Додаткове уточнення розвитку сучасних креативних процесів зробив американський соціолог



Х. Казанова, у якого важливим доповнюючим сегментом є секулярна модерність, котра чітко ідентифікує так звану «релігійну приватизацію» і водночас «релігійний плюралізм» (Казанова, 2017), що надзвичайно важливо для духовних навчальних закладів, в яких подібного роду сентенції часто-густо розуміють кожний по-своєму.

Не можна не оминати й економічний блок розуміння процесів креативізації. Одним із перших обґрунтував суть креативної економіки британець J. Howkins як мистецтво, архітектура, видавництва, відеоігри, а також, і це надзвичайно важливе, креативний капітал (Howkins, 2012). Ще далі пішов американський дослідник Р. Флорида, який написав доволі ємну, проте беззаперечну монографію «Homo creativus. Як новий клас завойовує світ» (Флорида, 2018). При всій багатоплановості цієї праці і певній парадоксальності та тенденційності автору вдалося систематизувати системні наукові погляди на те, що становить поняття «креативний клас суспільства». При цьому до суперкреативного ядра автор відніс професії в галузі освіти, професійної підготовки та (!) бібліотечної справи. Очевидно, що самі бібліотеки мають або як найшвидше модернізуватися, або ж перетворитися у такий собі пам'ятник попередніх віків. Слід зазначити також, що у сучасній науковій літературі здійснюються численні спроби поширення цифровізації освіти як одного з трендів креативності, на необхідність якої вказував свого часу фахівець з інтернет-технологій М. Кастельс. Саме він активно відстоював ідеї дистанційної активності, а відтак й віддаленого мережного навчання (Кастельс, 2007: 285). Водночас спробу поглибленої платформізації всього без виключення суспільства здійснили Е. Макафі і Е. Брінюльфссон. Саме ці автори поставили цілком слушне питання про можливу маргінальність суспільства, яка на їхню думку, «містить величезну кількість людей, що поєднують у собі розум, досвід, ентузіазм та мотивацію» (Макафі, Брінюльфссон, 2019: 235). Із чітко викладеними міжсистемними підходами до ідентифікації характеру й динаміки креативних змін в освіті підходять Г. Драйден, Дж. Вос, яким вдалося, виходячи з власних наукових позицій, обґрунтувати шістьнадцять кроків до створення суспільства, котре навчається і може, з певними припущеннями, вважатися креативним. Також авторами було запропоновано ще 20 додаткових кроків, що ведуть до швидкого, ефективного й легкого навчання (Драйден, Вос, 2011).

Реально оцінюючи все сказане вище, слід зауважити, що так званий теоретич-

ний «бекграунд» креативізації освітнього процесу у вищій школі являє собою лише первинну платформу гармонізації складної, мультирівневої взаємодії викладачів і здобувачів що, у свою чергу, потребує чіткої стратифікації їхніх інтересів, ретельного аналізу динаміки, проявів певних видів активності й урахування можливих загроз. Із наведених аргументів випливає, що у суспільстві назріла нагальна потреба у визначенні структурних елементів креативізації всіх учасників освітнього процесу та гармонізації їхніх спільних моделей взаємодії.

Мета статті – обґрунтувати особливості дифузії креативності викладачів і здобувачів вищої освіти у процесі формування в суспільстві колабораційної моделі.

Методологія та методи. Задля реалізації поставленої мети автором був використаний цілий ряд теоретичних методів, зокрема аналізу, синтезу, селективної оцінки особливостей розвитку креативності викладачів і здобувачів вищої освіти. Метод глибинної таксономії дозволив здійснити системне моделювання багаторівневої дифузії креативних процесів, що вирують у глобальному освітньому середовищі. Таким чином, використання теоретичних та прикладних методів забезпечило високий ступінь валідності отриманих результатів, що базується на сучасній методології пізнання складних соціально-економічних і психолого-педагогічних процесів.

Результати та дискусії. Чимало сучасних дослідників глибоко переконані, що характер, структура, а також зміст сучасного навчального процесу потребують докорінного оновлення, а відтак й швидкої модернізації усіх її параметральних індикаторів, яких, із легкої руки багатьох науковців, із кожним роком стає дедалі більше. Утім, справа не лише у цьому, адже наше розуміння креативності учасників навчального процесу також зазнає значних трансформацій. Типовим явищем останнім часом стало своєрідне взаємне «проникнення» дослідницького апарату різних наук. Водночас має місце їх спільне синергетичне збагачення. Характерним прикладом подібного роду процесів транснаукової інтеграції стала проривна, за своєю суттю, книга «Економічна психологія» німецького науковця Л. Верта, який, попри те, що спеціально не виокремлює термін «креативність викладача і студента», тим не менше підводить під це важливу психологічну і економічну базу та застосовує, на нашу думку, радикальні біхевіористичні підходи. Зокрема, йдеться про когнітивний дисонанс, імпліцитний та імпульсивний стимул



поведінки, а також фреймінг (обгортка, самопрезентація, яку доволі часто використовують як студенти, так і викладачі. Умовно її можна ідентифікувати як позиціонування свого творчого «Я»).

Багатьом сучасним дослідникам слід добре розуміти, що важливим доповненням до об'єктивного розуміння креативності (як якості) і креативізації (як процесу) має стати дифузія їх комплементарності, спільного розуміння багатовекторності і комунікативності, основним двигуном якої зазвичай виступають інновації. Уперше цю ідею висловив американський дослідник Е. Rogers, найважливішим здобутком якого, на нашу думку, є дослідження генерацій інновацій (Rogers, 2003) та прийняття на підставі цього важливих інноваційних рішень. Від себе додаю, що в подібного роду «взаємопроникненні» зацікавлені як викладачі, так і студенти. Щоправда, методи, стиль і кінцевий результат вони, швидше за все, будуть розуміти кожний по-своєму. Утім, швидкість і потужність комунікації може виявитись різнорівневою і різноплановою залежно від конкретних умов передачі знань, умінь, навичок, а також розуміння вагомості, затребуваності, корисності цього важливого інтелектуального процесу. В умовах пандемії і перенесення навчання в онлайн-простір його технологічний контент із кожним разом посилюватиметься і відіграватиме надзвичайно важливу трансмісійну роль. Проте за умов домінування технологізації можливостей для розкриття творчих здібностей та реальних творчих здобутків ставатиме все менше, насамперед у студента, а щодо викладача, то на перший план його мотивації почнуть виходити засвоєння програми і оцінювання знань, тобто суто прагматичні елементи розуміння своєї місії, а це занадто далеко від креативності.

Відтак виокремлення ціннісних ознак як передумов креативності здобувача вищої освіти та викладача може суттєво різнитися, адже так званий прошарок нової молоді – міленіали, які складають основний масив сучасного студентства, більше орієнтовані на внутрішні цінності, комунікації і, навіть, на притаманну їм сленгову мову, яка далеко не завжди є зрозумілою для викладачів, а відтак розраховувати на взаємну психо-лінгвістичну, етичну та естетичну конвергенцію навряд чи варто. Однак й небезнадійно, адже існує чимало інших варіантів поглибленої креативізації, які, хоча й з різною швидкістю сприйняття, можуть, тим не менше, бути віднесені до числа спільних проблем глобальних крос-культурних і творчих комунікацій.

Доволі неформальні підходи до ідентифікації креативних процесів застосовує вищезгаданий Л. Верт, зокрема йдеться про неймдропінг (пригадування гучних імен мимохідь) (Верт, 2013: 386). Утім, варто розуміти, що сучасних лідерів, зокрема в межах молодіжного соціуму, які й утворюють креативний клас в процесі його формування, існує не так вже й багато. Однак за нашими прогнозами впродовж наступних 10-15 років їх може стати значно більше і саме вони посідаватимуть ключові позиції у майбутньому суспільстві. Водночас сучасні міленіали значно менше, ніж їхні однолітки, переймаються діючими моральними сентенціями, а їх розуміння креативності (задля цього вони використовують спеціальний сленг) буде суттєво різнитися порівняно з традиційними уявленнями та тією морально-етичною регламентацією, що формувалася століттями.

Своє розуміння креативної школи (Creative Schools: The Grassroots Revolution) дають відомі західні дослідники К. Робінсон і Л. Ароніка. На їхню думку, основою майбутньої освітньої системи має стати перш за все виховання творчої особистості, фундаментальну основу якої становлять:

- 1) допитливість, як спроможність ставити питання і досліджувати світ;
- 2) творчість, як здатність творити нові ідеї та втілювати їх у життя;
- 3) критичне мислення – спроможність аналізувати;
- 4) комунікація – здатність чітко й упевнено висловлювати свої думки;
- 5) співпраця як можливість конструктивно працювати разом з іншими.

Утім, вищезазвані автори на цьому не зупиняються. Далі йде співчуття, під яким вони розуміють здатність переживати, а також самовладання і громадська свідомість (Робінсон, Ароніка, 2018: 136–141). Звичайно, що цей список морально-етичних вимог можна було б продовжити, але за будь-яких обставин завжди поставатиме цілком логічне питання: чи лише ці тенденції визначатимуть глобальний освітній тренд майбутнього суспільства, чи буде налагоджена, за D. Giles, парасоціальна взаємодія (Giles, 2010), і чи всі члени суспільства ідеально впишуться в панівну на той час парадигму розвитку.

Частково підтримуючи точку зору представників західної школи психолого-педагогічних наук, хотілося б, тим не менше, висловити своє бачення креативності сучасних викладачів та студентів, графічна модель творчої дифузії яких представлена на рис. 1.



Рис. 1. Модель дуальної дифузії креативних процесів у викладанні й навчанні

Складено автором

На пропонуваній графічній моделі чітко визначені основні тренди розвитку креативних процесів, що мають місце у сучасній вищій школі. Вони суттєво впливають на освітнє студентське середовище, в основі якого лежить процес студентоцентризму (на схемі він не був представлений через те, що з плином часу, на наше глибоке переконання, саме він може бути доповнений, наприклад, професорським центризмом, або будь-яким іншим). Взаємодія між двома цими блоками може забезпечити відповідний прогрес і призвести до потужної нової колаборації та створення чергової моделі суспільного підприємництва, на цей раз зі своїми знайомими, друзями та іншими зацікавленими особами, назва якому «нетворкінг». Варто підкреслити, що дві творчі категорії – мистецтво як одна з креативних моделей з її обов'язковим підприємницьким стилем за

Г. Гагоорт (Гагоорт, 2008) та креативне викладання дисципліни – рухатимуться, швидше за все, назустріч одне одному. Водночас варто зазначити, що й сама концепція нетворкінгу, як стверджує К. Вікрі, суттєво залежить від комфортної та ефектної комунікації, в основі якої лежить «таємна сила інтроверта» (Вікрі, 2020: 24). Водночас каркас внутрішньої контентної взаємодії охоплює цілу низку спільних інтересів, котрі включають так звану глобалізацію «почуттів», яка передбачає подальшу психологізацію культури, медіа і освіти, графічне та секторальне розширення меж активності, аутсорсинг компетенцій, цифровізацію навчання, котра в подальшому може становити як безумовні переваги, так і значне посилення сингулярності (роботи-викладачі відтворюватимуть собі подібних із набутими в процесі технологічної еволюції



новими якостями). Звичайно, що в подальшому важливу роль відіграватимуть й інші процеси спільної взаємодії: сатисфакція взаємних інтересів, когнітивний дисонанс, ідентифікація нових креативних якостей, сек'юритизація, цифровізація та платформізація, системна доцільність/недоцільність яких буде доведена вже в найближчому майбутньому.

Висновки. Активний розвиток глобалізаційних процесів та посилення міжнародної академічної мобільності викладачів та здобувачів вищої освіти зумовили пришвидшений трансфер їхнього творчого потенціалу, натомість багатогранність та різнорівневість цієї дефініції дозволили чітко сформулювати контент креативності у вищій освіті. Його слід розуміти як міждисциплінарну модель творчої дифузії, яка передбачає наявність декількох блоків взаємодії: між креативними викладачами, креативними студентами та платформою їхньої спільної взаємодії. Їхня зростаюча активність впливатиме на позитивні (коллаборація, нетворкінг) та негативні (сингулярність, конфліктність) процеси, що вирують у глобальному освітньому середовищі, його цифровій і мережній системах. Міждисциплінарний дискурс психологічних і креативних педагогічних ідей дозволяє сфокусувати увагу науковців на феномені нового покоління міленіалів, тобто того прошарку студентської молоді, управлінські, ментальні, сленгові уподобання якої можуть вважатися домінуючими вже впродовж наступних 10-15 років, а відтак саме вони потребуватимуть глибинного, міжпредметного, системного осмислення сучасного стану, майбутньої динаміки, можливих змін у характері і структурі глобальних трендів розвитку освітнього простору та його організаційного дизайну.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верт Л. Экономическая психология. Теоретические основы и практическое применение. Харьков : Гуманитарный центр, 2013. 431 с.
2. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради для комфортної комунікації. Харків : Vivat, 2020. 224 с.
3. Гагоорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль. Львів : Літопис, 2008. 360 с.
4. Драйден Г., Вос Дж. Революція у навчанні. Львів : Літопис, 2011. 542 с.
5. Казанова Х. По той бік секуляризації: релігійна та секулярна динаміка нашої глобальної доби. Київ : Дух і літера, 2017. 262 с.

6. Кастельс М. Интернет – галактика. Київ : Ваклер, 2007. 292 с.

7. Макафі Е., Бріньольфссон Е. Машина, платформа, наговп. Як приборкати наше цифрове майбутнє. Київ, 2019. 336 с.

8. Поляков М. Ноосферний підхід до розвитку пізнання і господарства. Дніпро : Нова ідеологія, 2017. 111 с.

9. Робінсон К., Ароніка Л. Школа майбутнього. Львів : Літопис, 2018. 256 с.

10. Роймер Й. Homo urbanus. Парадокс еволюції: монографія. Київ : Видавництво Жупанського, 2017. 271 с.

11. Флоріда Р. Homo creativus. Як новий клас завоює світ. Київ : Наш формат, 2018. 441 с.

12. Giles D. Psychology of the Media. London : Penguin Macmillan, 2010. 230 p.

13. Howkins J. The creative economy. How people make money from ideas. London : Penguin Book, 2007. 270 c.

14. Rogers E. Diffusion of innovations. New York : Free press, 2003. 551 p.

REFERENCES

1. Vert L. Jekonomicheskaja psihologija. Teoreticheskie osnovy i prakticheskoe primeneniye. Har'kov: Gumanitarnyj centr, (2013). 431 s.
2. Vikri K. Netvorkinh dlia introvertiv. Porady dlia komfortnoi komunikatsii. Kharkiv: Vivat, (2020). 224 s.
3. Hahoort H. Menedzhment mystetstva. Pidpriemnytskyi styl. Lviv: Litopys, (2008). 360 s.
4. Draiden H., Vos Dzh. Revoliutsiia u navchanni. Lviv: Litopys, (2011). 542 s.
5. Kazanova Kh. Po toi bik sekuliaryzatsii: relihiina ta sekuliarna dynamika nashoi hlobalnoi doby. Kyiv: Dukh i litera, (2017). 262 s.
6. Kastels M. Internet – halaktyka. Kyiv: Vakler, (2007). 292 s.
7. Makafi E., Brinolfsson E. Mashyna, platforma, natovp. Yak pryborkaty nashe tsyfrove maibutnie. Kyiv, (2019). 336 s.
8. Poliakov M. Noosfernyi pidkhid do rozvytku piznannia i hospodarstva. Dnipro: Nova ideolohiia, (2017). 111 s.
9. Robinson K., Aronika L. Shkola maibutnoho. Lviv: Litopys, (2018). 256 s.
10. Roimer Y. Homo urbanus. Paradoks evoliutsii: monohrafiia. Kyiv: Vydavnytstvo Zhupanskoho, (2017). 271s.
11. Floryda R. Homo creativus. Yak novyi klas zavoiovuie svit. Kyiv: Nash format, (2018). 441 s.
12. Giles D. Psychology of the Media. London: Penguin Macmillan, (2010). 230 p.
13. Howkins J. The creative economy. How people make money from ideas. London: Penguin Book, (2007). 270 c.
14. Rogers E. Diffusion of innovations. New York: Free press, (2003). 551 p.

*Стаття надійшла до редакції 02.02.2022.
The article was received 02 February 2022.*