

ВЫЯВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ У СТУДЕНТОВ (ЭКОНОМИСТОВ-МАРКЕТОЛОГОВ)

*Л.М. Михневич,
профессор*

Отечественная высшая школа, основанная на традиционной методологии русской школы, отличается высоким уровнем и качеством обучения специалистов, обеспечиваемых стабильной и тщательно отработанной системой их обучения. Главный принцип обучения специалистов заключается в органической связи теоретической и практической подготовки в рамках вузовского учебного процесса. Обе эти цели достигались точным позиционированием специализаций, стабильными теоретическими курсами, большим объемом семинарских и практических занятий, подкрепляемых довольно продолжительной производственной практикой.

Такая всеобъемлющая подготовка давала возможность определить выпускника на рабочее место с минимальными затратами времени и средств на их адаптацию к конкретным производственным условиям работы.

Однако эти достоинства могли быть реализованы в полной мере лишь в строго ограниченных условиях внешней среды, главной характеристикой которой являлась стабильность и стационарность общественно-экономических процессов. Уже в рамках индустриального и постиндустриального научно-технологических укладов стали ощущаться слабые стороны такой подготовки, а именно недостаточная динамичность развития специалиста на всех этапах его жизненного цикла, что в свою очередь предопределялось методами его формирования, ориентированными на стационарную передачу знаний, умений и навыков от наставника к ученику. Фактически здесь недооценивалась творческая компонента обучения, лежащая в основе формирования специалиста как самообучаемой личности, ориентированной на самосовершенствование в настоящем, чтобы получить результаты в будущем.

Информационный технологический уклад проявил очевидную необходимость перехода от системы передачи знаний к системе формирования умений и навыков на основе самообучения. Можно сказать, что главное в современной подготовке специалиста заключается в том, чтобы «научить учиться», макси-

мально развить творческие способности обучаемого, задействовать его ресурсные сферы, создать творцов будущего.

Начальный этап этого процесса состоит в определении потенциальных возможностей студента уже на стадии профориентации, диагностировать его как будущего специалиста, создать его профессионально-психологический портрет, определив таким образом направления работы над собой, одновременно сконцентрировав средства обучения на развитии творческой компоненты личности студента.

Речь идет об использовании тестовой методики на определение креативности личности. В данной работе применена методика «Креативность», разработанная известным белорусским психологом Н.Ф. Вишняковой [1, с. 141]. Эта методика отличается тем, что в ней использован отечественный материал при формировании содержания, структуры и последовательности вопросов, а также определен набор креативных факторов и процедура формирования их оценки. Подкупает также относительная компактность теста — всего 80 вопросов, что позволяет получить *валидные* результаты с минимальными затратами средств и времени. С разрешения автора некоторые вопросы нами были модифицированы с целью более тесной адаптации к обследуемому контингенту.

С помощью теста определяются 8 креативных факторов.

1. *Творческое мышление* как интеллектуальный процесс создания нового. А.Н. Лук определил творческое мышление так: «...сочетание зоркости в поисках проблем, гибкости интеллекта, легкости генерирования идей и способности к отдаленному ассоциированию проявляет себя как нестандартность мышления, которую издавна считают непременной составной частью таланта» [2, с. 53].

2. *Оригинальность* как способность личности воспроизводить разнообразные, необычные события с помощью ассоциаций, поиска нешаблонных решений проблем, изобретательность.

3. *Любознательность* как восприимчивость, тяга к новому и неизвестному, проявляющаяся в поиске адекватной информации.

4. *Воображение* как создание новых образов, сюжетов в соответствии с творческими замыслами и воплощаемых в необычных и ценных результатах деятельности.

5. *Интуиция* как подсознательное постижение истины или идеи на основе догадки, «внутреннего голоса» и предварительного рассуждения. Интуиция как «творческое озарение» отражает способ латентного (скрытого) дивергентного мышления.

6. *Эмоциональность и эмпатия*, которые характеризуют содержание, качество и динамику эмоций и чувств, отношение личности к продуктивному процессу и его результату.

7. *Чувство юмора*, остроумие и необычность видения проблемы под юмористическим углом зрения. Юмор творческой личности отличается философским обобщением сложившейся ситуации, изящным высмеиванием реальных человеческих недостатков, свойственным людям, но так, чтобы не вызвать отрицательных эмоций у другого человека. Юмор часто принимает форму беззлобной насмешки над тем, что может вызвать смех, а не раздражение. Юмор в атмосфере творчества отличается импровизацией и дружелюбием. Его с педагогической точки зрения можно считать особой формой воспитания. Наиболее ценная черта юмора творческой личности — его конструктивный характер.

8. *Творческое отношение к профессии или деятельности*, включает полезную профессиональную направленность личности, высокий уровень оригинальности мышления, импровизации, направленность к новому в деятельности, новаторство [1, с. 145].

Каждый фактор оценивается тестом по 10-балльной шкале. Задача исследователя сводится, во-первых, к тому, чтобы определить производственно-психологический портрет испытуемого и, во-вторых, найти адекватные педагогические приемы для корректировки свойств личности в направлении повышения качеств, обеспечивающих успешную творческую деятельность испытуемых на производстве.

Учебный процесс должен быть настроен так, чтобы от студента не требовалось каких-либо дополнительных усилий, кроме выполнения созданной совместно с преподавателем индивидуальной программы на весь срок обучения в вузе. Разумеется, подобная программа должна соответствовать учебному и рабочему планам по каждой дисциплине. В индивидуальном плане должна содержаться лишь нюансировка общих требований с учетом специфики личности. Это может выражаться в подборе задач, тем выступлений на семинарах, выборе тем курсовых, научных работ и др.

Преподавателю необходимо уделить внимание корректировке дидактического материала, используемого в учебном процессе, в том числе на лекциях, семинарских и практических занятиях в соответствии с общей психологической характеристикой групп и даже потоков.

Нами проводилось экспериментальное тестирование студентов I курса специальности «Маркетинг» в 1999—2001 гг., что

позволило определить устойчивость самого теста и в то же время зафиксировать изменения в контингенте за этот период.

Результаты тестирования обсуждались как в целом в группах, так и индивидуально с каждым участником эксперимента. Следует учитывать, что далеко не каждый участник эксперимента желает публично обсуждать свой производственно-психологический портрет. Преподаватель должен придерживаться правила строгой конфиденциальности неукоснительно. Однако общие результаты по группе могут стать предметом подробного обсуждения.

Сам процесс тестирования был осуществлен в компьютерной лаборатории кафедры промышленного маркетинга по программе, разработанной автором. От студента не требуется практически умения работать на компьютере. Общение с компьютером предельно упрощено: студент читает вопросы на экране монитора и вводит ответы «да» или «нет» с клавиатуры, набирая соответственно «1» или «2».

На каждый из 80 предложенных студенту вопросов требуется дать два ответа. Во-первых, о фактическом, реальном отношении к вопросу и, во-вторых, об идеальном отношении к тому же вопросу по принципу: «как есть в действительности» и «как должно быть». Например, на вопрос «Смеетесь ли вы над своими неудачами?» может последовать ответ «да» — в реальности и «нет» — в идеале (хотя студент, как правило, и смеется над своими неудачами, однако считает, что этого делать не следовало бы).

Обобщенные результаты тестирования 2000 г. отражены на рис. 1, 2, где четко отражено общее удовлетворительное состояние по всем критериям.

Для адекватной профессиональной оценки полученных данных по каждому фактору на кафедре промышленного маркетинга экспертным путем были определены нижние границы, удовлетворяющие условиям реальной работы маркетолога в промышленности Республики Беларусь в настоящем и с перспективой на 10 лет. Эти оценки составили 6 баллов для существующей ситуации на рынке и 7—8 для перспективы.

На приведенных диаграммах нетрудно обнаружить много общего в оценках мужчин и женщин. Тем не менее, имеются и заслуживающие обсуждения различия. Прежде всего бросаются в глаза явно завышенные самооценки женщин по фактору «творческое мышление». Мужчины оценили себя значительно ниже. Если у первых реальное и идеальное практически совпало, а это означает отсутствие стимулов для дальнейшего совершенствования, то у вторых имеется достаточное поле для творческого роста.

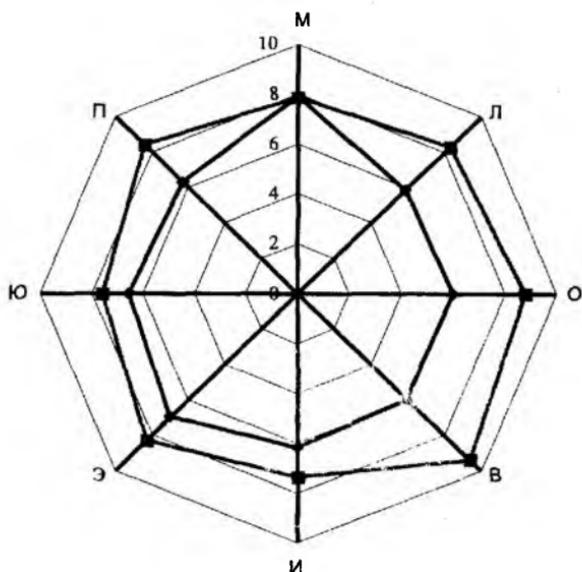


Рис. 1. Общая производственно- психологическая характеристика (женщины): М — творческое мышление; Л — любознательность; О — оригинальность; В — воображение; И — интуиция; Э — эмоциональность; Ю — юмор; П — отношение к производству

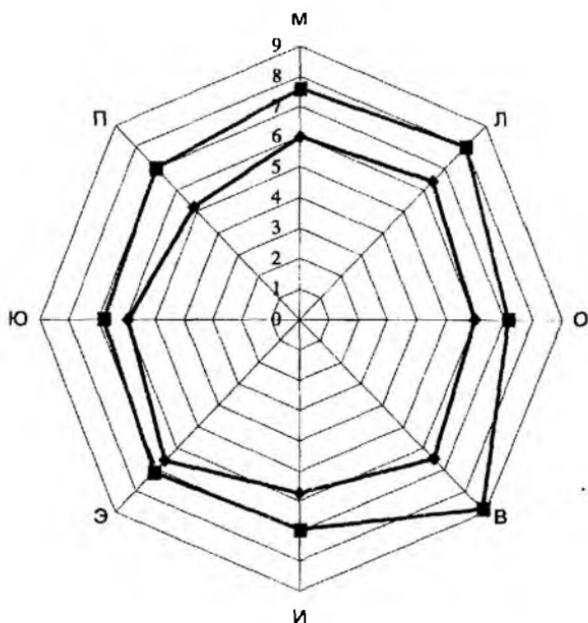


Рис. 2. Общая производственно-психологическая характеристика (мужчины)

Мужчины в свою очередь использовали всю шкалу фактора «воображение», считая его не без основания важнейшим фактором творческого процесса, однако фактор «оригинальность» при этом явно недооценен. Между тем творческие решения, как правило, отличаются оригинальностью подходов, методикой, новаторством.

У женщин, как и следовало ожидать, высокие оценки получил фактор «эмоциональность» (мужчины здесь заметно сдержаннее). Хотя контакты с потребителями требуют повышенной эмоциональности, однако здесь важно не упускать из виду рациональные аспекты и проявлять достаточную сдержанность.

Настораживают низкие оценки по фактору «отношение к производству» у женщин и особенно у мужчин. Мы считаем, что они ниже допустимого уровня и требуют целенаправленной работы всех преподавателей по их корректировке. Студент без прочно сформированной установки на творческий труд не сумеет реализовать себя и как специалист, и как личность.

Мы не ставили себе целью в рамках данной статьи проводить подробный анализ. Рассмотренные примеры с достаточной полнотой характеризуют возможности теста «креативность» как метода ранней диагностики производственно-психологических установок студента, что позволяет своевременно и целенаправленно использовать весь арсенал воспитательно-педагогических приемов для формирования специалиста высокой квалификации.

Необходимо отметить, что индивидуальные профиограммы значительно отличаются от рассмотренных выше обобщенных данных, где многие нюансы сглажены (взаимно скомпенсированы).

Представляется, что основная работа с точки зрения ее эффективности должна быть сосредоточена на индивидууме. Тест «креативность» при таком его использовании позволяет получить максимальный эффект.

Л и т е р а т у р а

1. Вишнякова Н.Ф. Креативная акмеология. Психология высшего образования. Мн., 1996.
2. Лук А.Н. Мышление и творчество. М., 1976.