

ются как естественные. В их сознании, поведении, мироощущении время, воспринимаемое как позитивная сила, выступает явной или латентной составляющей, организующей вокруг себя многие аспекты жизнедеятельности, образа жизни, взаимодействия с окружением. Исследование показало правомерность употребления термина «темпоральные стратегии поведения» во множественном числе в анализе данной социальной общности, поскольку в рамках одного типа стратегии формируются индивидуальные стили и варианты темпорального поведения.

Литература:

1. *Амбарова П.А.* Авангардные общности в контексте исследования темпоральных стратегий поведения // Известия УрФУ. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3. С. 149–162.
2. *Бауман З.* Текущая современность. М.: Питер, 2008.
3. *Паутова Л.А.* Молодые «Люди XXI»: общие черты локомотивной группы и региональная специфика. [Электронный ресурс]. URL: <http://ppt4web.ru/okruzhajushhij-mir/molodye-ljudi-i.html> (дата обращения 05.04.2014).
4. *Паутова Л.* Молодых кризис только раззадорил // Огонек. 2009. № 4 от 8 июня 2009 г.
5. *Стребков Д, Шевчук А.* Фрилансеры в информационной экономике // Социальная реальность. 2008. № 1. С. 23–39.
6. *Трубина Е.Г.* Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2013.
7. *Харченко В.С.* Фриланс как стиль жизни в современном российском обществе: автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2013.
8. *Урри Дж.* Социология за пределами обществ: Виды мобильности для XXI века. М.: Изд. дом «Высшая школа экономики», 2012.
9. *Шабанова М.А.* Бизнес-образование в России. Особенности нового поколения деловых людей // Социологические исследования. 2009. № 4. С. 49–62.

**P. A. Ambarova**  
**SOCIAL TIME AS RESOURCE OF DEVELOPMENT**  
**OF BUSINESS COMMUNITY**

*The temporal behavior strategies of business community developing in the megalopolis are analyzed. Features of social time the city are shown as the factor defining innovative and constructive character of temporal behavior of this social community. Nonlinear social time is treated as the strategic resource used by business community for achievement of vital success.*

*Keywords: business community, businessmen, freelancers, nonlinear social time, temporal behavior strategies, vanguard communities.*

**А.В.Булатова\***

**РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНОСТИ У ДИЗАЙНЕРОВ И**  
**СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ В ПРОЦЕССЕ**  
**ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ**

*Статья посвящена проблемам развития творческих способностей у студентов дизайнеров и рекламистов.*

*Ключевые слова: креативность, образовательная среда.*

Для некоторых профессий, связанных с творчеством, креативность является важнейшим элементом, без которого невозможно

---

\* Булатова Анастасия Васильевна – кандидат философских наук, доцент. УрФУ. stasy-by@mail.ru

успешно осуществлять профессиональную деятельность. Возникает вопрос: можно ли обучить креативности. Как следует построить процесс обучения дизайнеров и рекламистов, чтобы обеспечить развитие креативных способностей будущего специалиста. Чтобы ответить на эти вопросы необходимо определиться с тем, что мы понимаем под креативностью, каковы ее основные компоненты, предпосылки и условия возникновения.

Так, сегодня выделяются несколько теоретических подходов относительно природы креативности и ее структуры: уровень креативности зависит от уровня интеллекта; креативность мало зависит от интеллекта, а определяется такими независимыми факторами, как чувствительность к побочному продукту деятельности (Пономарев Я.А.), дивергентное мышление (Дж.Гилфорд), чувствительность (сензитивность) к проблеме (Торранс Е.П.); уровень креативности определяется личностными чертами; креативность - интегративная характеристика личности, обусловленная взаимодействием когнитивно-интеллектуальных и мотивационно-личностных факторов.

В процессе эволюции категории «креативность» в психологических исследованиях наблюдается очевидная тенденция к расширению поля значений этого понятия. Наиболее перспективно рассматривать креативность в качестве интегральной характеристики личности, определяющую ее способности к творчеству, принятию нового, нестандартному созидательному мышлению, генерированию большого числа оригинальных и полезных идей. Именно развитию таких способностей необходимо уделять большое внимание в образовательном процессе студентов творческих специальностей. Основная цель образовательной среды и процесса образования в высшей школе является разбудить и максимально развить в студенте заложенный творческий потенциал. Какие же черты образовательной среды и образовательного процесса помогают раскрытию креативных способностей студента.

Дж.Гилфорд рассматривал креативность в свете дивергентного мышления – мышления отступающего от тотальной логики и идущее в разных направлениях. В рамках решения дизайнерских задач и задач по созданию рекламы, подобный тип мышления является самым эффективным и продуктивным, поскольку в таких задачах существует не одно единственно правильное решение, а множество в равной мере правильных, разнообразных и оригинальных. Традиционная система образования мало использует дивергентное мышление в системном, продолжающемся все время обучения виде. Для студентов творческих специальностей такие задачи должны быть представлены на всех уровнях и этапах образования, образуя систему креативных визуальных и речевых задач разной степени сложности.

Образовательная среда, в которой находится обучающийся, должна быть индивидуализирована, чтобы раскрыть способности каждого обучающегося. Среда, в которой креативность может актуализироваться должна обладать свободой, высокой степенью неопределенности, потенциальной многовариантностью, так как это стимулирует развитие воображения, фантазии и творческий поиск. Для развития креативности образовательная среда должна соот-

ветствовать таким требованиям: предоставление учащимся больше свободы и самостоятельности; наличие большой информационной базы; возможность свободно изучать передовые образцы творческой деятельности и оценивать ее результаты; создание условий для раскрытия творческого потенциала каждого в ходе активной поисковой деятельности.

Причем эти задачи должны быть не простой совокупностью, а системой задач возрастающей трудности, индивидуализированной в зависимости от возможностей обучающегося и т.д. Принцип возрастающей трудности может иногда нарушаться неожиданным предъявлением оригинальных задач повышенной трудности, рассчитанных на внезапное озарение (инсайт) и поэтому особенно способствующих творческому развитию. Особенно эффективным будет инициирование самостоятельного выбора обучающимися таких задач.

Таким образом, для реализации в учебном процессе вуза концепция развития творческой личности требует существенная перестройка сложившейся педагогической системы. Необходимо проведение целого ряда работ по разработке конкретных технологий обучения для каждой дисциплины, методической базы, введению новых методов и организационных форм обучения.

Но и в рамках современного более традиционного образовательного процесса, можно применять множество методов развития творческих способностей. Вот некоторые из них: метод мозгового штурма - один из самых распространенных и используемых методов, его можно применять практически во всех гуманитарных и творческих дисциплинах. Он развивает не только творческое мышление, но и улучшает навыки командной работы. В рамках этого метода несколько человек предлагают свои идеи и соображения по определенной проблеме. При этом проблема или задача, стоящая перед студентами должна иметь множество разнообразных правильных решений. Основное правило в этом методе, что идеи должны высказываться любые, без стеснения «лягнуть что-нибудь не то». Этому должен содействовать модератор. Метод мозгового штурма позволяет активизировать проблемное поисковое мышление.

Это метод синектики. Он базируется на свойстве нашего мозга устанавливать ассоциативные связи. Используются 4 вида аналогий: прямая, символическая, фантастическая, личная. Этот метод может применяться как в групповых, так и в индивидуальных видах работ. Упражнения и задачи на установление ассоциаций должно быть постоянным элементом обучения для студентов творческих специальностей, так как это своеобразная тренировка, регулярное выполнение которой, позволяет быстро оперировать большим количеством ассоциативных связей при решении той или иной задачи.

Это метод фокальных объектов. Он заключается в выборе любых предметов и присоединении их признаков к объекту, который мы хотели бы усовершенствовать. Суть данного метода – в сочетании самых невероятных характеристик с объектом и дальнейшем их додумывании до состояния реальности.

В процессе обучения необходимо научить активизации всех процессов генерирования креатива. Иногда креативная идея или

образ приходит внезапно через озарение (инсайт) и здесь большую роль играет интуиция и подсознательные элементы и здесь студент должен научиться доверять своей интуиции, уметь катализировать процесс генерации идей и образов. Основой для возникновения нового часто служит обширная база образов, текстов, то есть, хорошая эрудиция и любознательность студента, которая должна быть существенно увеличена в процессе образования. Это тот фундамент, который пригодится и при создании ассоциативных связей и для поиска новых визуальных и речевых решений.

Наиболее распространен в высшей школе другой способ генерирования креатива, который возникает в процессе ориентирования сознания на поиск идей. То есть, для начала мы определяем, какие идеи нам нужны (область применения), потом фокусируемся на них и начинаем разрабатывать (устраиваем мозговой шторм), далее, после того как на ум приходит одна или несколько достойных идей, следует их фиксация и разносторонняя проработка (шлифовка). Таким образом, значительный прирост креативности, как раз и дает умение разрабатывать, улавливать и фиксировать вдруг промелькнувшие мысли и идеи.

В любом случае задачи на создание нового оригинального продукта или решения необходим творческий подход, следовательно ум студента должен быть пластичным и гибким, регулярным тренировкам этого должно способствовать и образовательная среда и сам процесс обучения. В рамках образовательного процесса обучаемому должны быть предложены задачи, позволяющие мыслить нестандартно, переключаться с одного хода мысли на другой, выходить пределы очевидных рамок и границ, строить неожиданные комбинации, проигрывать всевозможные варианты, перемешивать идеи, рассматривать ситуацию со всех сторон.

**A. V. Bulatova.**  
**DEVELOPMENT OF CREATIVITY AMONG DESIGNERS AND  
ADVERTISING PROFESSIONALS IN LEARNING UNIVERSITY**

*This article is devoted to the problems of development of creative abilities designers and advertisers students.*

*Keywords: creativity, educational environment.*

**А.С. Воронин\***

**К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ СОЦИАЛИЗАЦИИ  
СТУДЕНТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*В статье рассмотрены вопросы социализации студентов в процессе обучения и проживания в общежитии. Исследуются некоторые элементы механизмов социализации. Сформулированы предложения по развитию основного метода самовоспитания студентов.*

*Ключевые слова: студент, социализация, самовоспитание, общежитие*

В работах А.В.Мудрика социализация личности представляет собой процесс формирования человека в определенных социальных условиях, усвоение им социального опыта и приобретение соб-

---

\* Воронин Александр Сергеевич - кандидат педагогических наук, доцент УрФУ