

ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНЫХ КЛАСТЕРОВ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ

ЗАУСТ София Константиновна

кандидат искусствоведения

доцент кафедры педагогики и психологии профессионального образования

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет

промышленных технологий и дизайна»

г. Санкт-Петербург, Россия

Исследование рассматривает роль креативных кластеров в контексте новой парадигмы развития творческих специальностей с учетом предъявляемых к ним требований в условиях глубоких социально-экономических и культурных перемен, происходящих в современном обществе, а также затрагивает вопросы влияния креативных кластеров на систему образования, исследует возможные процессы интеграции и формирования гибридных образовательных пространств для подготовки компетентных специалистов в сфере культуры.

Ключевые слова: креативный кластер, культура, экономика, образование, имиджевый дизайн, стилисты-имиджмейкеры.

Общество на современном этапе развития претерпевает стремительные и качественные изменения. Глубокие социально-экономические и культурные перемены, происходящие на фоне глобализации, колоссальных продвижений и открытий в области информации и новейших технологий, затрагивают многие процессы и явления социального пространства, включая и образовательные. Образование представляет собой не только результат усвоения систематизированных знаний, умений и навыков (что само по себе имеет важное и определяющее зна-

чение в педагогике), но и процесс накопления, передачи, преобразования и усвоения социального опыта, как поэтапное, пошаговое овладение необходимыми компетенциями, способным отвечать текущим и будущим запросам профессиональной среды. В данном контексте образование можно рассматривать общественную систему, функцией которой является обучение и воспитание членов общества, ориентированную на передачу определенных знаний, идейно-нравственных ценностей, умений, навыков, норм поведения [7].

Актуальная действительность придает особую роль и значение образованию как одному из важнейших социальных явлений, повышая уровень предъявляемых к его качеству требований в новых условиях исторического развития страны, в которых обновление и интегрирование различных инновационных подходов (т. е. новых идей, технологий и подходов, которые способны менять мир и окружающую действительность) в систему образования становится объективной необходимостью. Так, синхронизации образования с потребностями общества и инновационным экономическим развитием является одной из причин возникновения в современной педагогике идеи создания гибридных образовательных пространств, важную роль в становлении которых играют креативные кластеры.

Понятие «креативный кластер» сравнительно новое в теории кластеров. И если на заре формирования данное понятие употреблялось, как правило, в экономической сфере: в качестве новой «движущей силы» местного и регионального экономического роста исследователи [3; 4; 10–12] выделяли именно кластеры, в том числе креативные, или творческие, и определяли их как «связанную географическим местоположением концентрацию сходных, взаимосвязанных дополняющих друг друга фирм, активных каналов для деловых взаимоотношений, коммуникации и диалога, которые пользуются общей специализированной инфраструктурой, рынками труда и услугами и у которых общие возможности развития и общие риски»; как «близко расположенную группу компаний, объединенных в определенной сфере и сходными взаимными дополнениями» [4]. То

сегодня, по справедливому замечанию С. Эванса, креативный, или творческий, кластер представляет собой нечто большее: «Творческие кластеры – не только для работы, но и для жизни, для общения и для генерирования общих идей» [13]. Так они не только «стимулируют экономическое развитие, поощряют сотрудничество между предприятиями, университетами, исследовательскими организациями, поставщиками и властью в конкретном географическом районе» [1], но и благодаря своей интерактивной природе, «кластеры стимулируют разработку инноваций и приобретение знаний, которые являются основой для того, чтобы в будущем извлекать пользу и создавать благоприятные условия для успешного инновационного развития в самых разных направлениях» [1].

Все чаще в качестве новой «движущей силы» местного и регионального экономического роста выступают креативные кластеры. Их создание способствует проектированию и реализации нестандартных идей через творческую деятельность в сфере архитектуры, живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, кино, музыки, компьютерной графики и анимации, телевидении, рекламе, издательской деятельности, и в том числе, конечно же, в сфере дизайна и моды.

Креативные кластеры способствуют актуализации культурных ценностей, развивают творческую компоненту, улучшает качество жизни граждан и устойчивость развития общества, но и, что особенно важно, обладая инновационным и предпринимательским потенциалом, они содействуют привлечению финансирования и инвестиций в новые проекты и идеи, адаптируемые к быстро меняющемуся миру.

Вместе с тем перед креативными кластерами стоят вызовы и препятствия, такие как «необходимость адаптации к новым технологиям, преодоление структурных и культурных барьеров, постоянная необходимость в умении видеть и принимать изменения» [2], однако не менее существенная проблема заключается в подготовке квалифицированных специалистов, ориентированных на новые

творческие формы занятости, а также на производство благ в сфере культуры с привлечением инновационных технологий.

Так, подходя к вопросам интеграции креативных кластеров с образовательной сферой, следует отметить, что понятие «образовательный кластер» также представляет собой новое понятие в теории кластеров. Образовательный кластер – это «совокупность расположенных на одной территории образовательных учреждений, исследовательских организаций, экономических субъектов, государственных органов, связанных по горизонтали и вертикали, которые юридически оформлены, действуют в сфере образования, чтобы добиться общей цели на базе индивидуальных целей отдельных участников» [6]. Ведущая роль в становлении и развитии образовательных кластеров отведена высшим учебным заведениям как научным и образовательным учреждениям, однако их возможное тесное сотрудничество с различными бизнес-организациями может стать одним из существенных условий повышения качества и эффективности учебного процесса. Подтверждение тому – результаты исследования Московского городского педагогического университета, – которые показывают, что большинство экспертов считают взаимодействие с вузами – это единственный возможный вариант решения проблемы нехватки кадров для креативной индустрии [5], а также отмечают особую роль креативных индустрий на подготовку кадров, обладающих инновационным потенциалом.

В современном мире трудно отрицать значение и роль творческих специальностей, в особенности, в сфере дизайна и моды. Данное направление активно развивается в рамках современных реалий модной индустрии. В современном обществе считается одна из основных потребностей – необходимость в поддержании целостности, обеспечении благоприятных условий для существования и развития представителей общества, для развития социальных, культурных и профессиональных отношений людей между друг другом. Одним из способов удовлетворения данной потребности является процесс формирования внешнего

образа с учетом внутренних особенностей личности – имиджевый дизайн. Услугами стилистов-имиджмейкеров пользуются люди из разных сфер жизни, среди них – артисты, политики, бизнесмены, и другие люди, желающие добиться карьерного успеха. И с каждым годом тенденция обращения к имиджевым дизайнерам за созданием персонального имиджа возрастает, поскольку, верно спроектированный образ человека способствует достижению самых различных целей. Креативные специалисты в области красоты и моды сегодня востребованы не только из-за их роли в процессе «элитарного потребления», но и потому, что данная сфера деятельности принимает на себя одну из главных функций моды – функцию отбора. мода, предоставляя человеку принятый большинством стандарт, облегчает проблему выбора. Поэтому деятельность имиджевых дизайнеров проявляется именно в коммуникативном процессе, где они формируют стереотипы, или модные стандарты, и являются основными их распространителями. Однако деятельность подобных специалистов связана и с огромными рисками и неопределенностью, продиктованной условиями постиндустриального общества, с его быстротечностью и постоянной сменой культурных ориентиров, с потребностью вливаться в новые реалии и возрождать былые тренды, где производство новых идей и тенденций должно осуществляться изо дня в день, постоянно, круглосуточно. Так, творческие специалисты должны обладать следующими навыками, которые ждут от них работодатели: иметь собственный оригинальный почерк в работе, генерировать новые идеи, обладать «насмотренностью», интересом к новинкам, динамичностью и логическим мышлением, а самое главное – уметь понятно объяснять текущие задачи исполнителям, понимать и принимать конструктивную критику. Также в креативной индустрии важен полипрофессионализм – умение создавать продукты на стыке разных сфер, например моды и литературы с применением современных информационных технологий. Кроме того, креативный специалист должен уметь: договариваться в сложных неоднозначных ситуациях; быстро перестраивать деятельность, если усло-

вия изменились; координировать свои действия с другими членами команды; работать самостоятельно и проявлять инициативу в рамках поставленной задачи; быстро адаптироваться и отвечать на внешний запрос; критически мыслить и отличать факты от мнений. Этими обстоятельствами и обусловлен рад весьма острых противоречий в организации подготовки будущих специалистов креативных индустрий, в числе которых – традиционная система вузовского обучения и объективные требования к созданию гибридных образовательных пространств, в которых креативные кластеры выступают как инструмент их становления и развития. В исследованиях [2; 8; 9; 14], посвященных возрастающей роли гибридности, или интегрированности, экономической, культурной и образовательной сфер общественной жизни, отмечается размытие границ между различными составляющими процесса обучения в условиях динамично развивающегося современного мира таким образом, что теоретический и практический компонент образовательного процесса обогащают и дополняют друг друга. Данное обстоятельство подчеркивает возникновение нового, порой неожиданного опыта такого взаимодействия, что способствует разработке новых методик и стратегий, направленных на обогащение учебного процесса и создание инновационной обучающей среды.

Успешное будущее креативных кластеров и гибридных образовательных пространств видится во взаимодействии по формуле «работодатель плюс вуз» [5]. Подобная формула на практике способна обеспечить не только расширение связей между образовательными, научными и производственными организациями, общественными объединениями и современной информационной средой, но и сократить разрыв между требованиями работодателей и подготовкой специалистов, а также способствует более эффективному использованию потенциала образования, науки и производства. Так, слаженное сочетание учебной и внеучебной деятельности, к последней можно отнести участие студентов разного уровня подготовки в проектной, исследовательской, управленческой, творче-

ской, коммуникативной деятельности и других видах работы компаний и производственных организаций, благоприятствует формированию необходимых знаний, умений, навыков, творческих и профессиональных компетенций, необходимых для решения самых разных проблем на практике в условиях актуальных требований и тенденций экономики.

Таким образом, с учетом всего вышесказанного, успешное построение и реализация взаимоотношений между креативными кластерами и образовательными учреждениями по формуле «работодатель и вуз», требующей сотрудничества и информационного обмена между бизнес-сообществами, образовательными учреждениями и научными организациями, и способствующей тем самым созданию гибридных образовательных пространств, обещают стать ключевым инструментом в обеспечении устойчивого и инновационного развития и процветания страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кожухаров М. Анализ и оценка кластерного потенциала в Болгарии : автореф. доктор. дис. ... – Загора : ФрУ, 2018. – 24 с.

2. Козюкин Д. Б., Сергеев А. С. Креативные кластеры в образовании: стратегии интеграции и разработка гибридных образовательных пространств для подготовки компетентных специалистов в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс]. // Информационные технологии в образовании : сборник научных статей. Вып. 6 : материалы XV Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции «Информационные технологии в образовании», 2–3 нояб. 2023 г. – URL: <https://www.sgu.ru/research/nauchnye-izdaniyasgu/prodolzhayushchiesya-izdaniya/informacionnye-tehnologii-v-obrazovanii/arhiv-vypuskov/informacionnye-tehnologii-v-obrazovaniiivypusk-6> (дата обращения: 24.02.2024).

3. Маршалл А. Принципы экономической науки. – М.: Бизнеском, 2010. – 12 с.

4. Портер М. Конкуренция [Электронный ресурс]. – URL: <https://viewer.rsl.ru/rsl01004707575> (дата обращения: 24.02.2024).

5. Представления работодателей о необходимых компетенциях для развития креативной экономики: результаты исследования Московского городского педагогического университета [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mgpu.ru/chego-ne-hvataet-vypusknikam-vuzov-dlya-raboty-v-kreativnyh-industriyah/> (дата обращения: 24.02.2024).

6. Чучкалова Е. И., Мосунова О. Г. Кластерный подход в образовательных интеграционных структурах // Вестник учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. – 2012. – Вып. 1 (46). – С. 81, 78–84.

7. Шереги Ф. Э. Образование как социальный институт: функции и дисфункции // Россия реформирующаяся. – 2015. – №13. – С. 12–36.

8. Cohen Anat, Ezra Orit. Development of a contextualised MALL research framework based on L2 Chinese empirical study // Computer Assisted Language Learning. 2018. Vol. 31. PP. 764–789.

9. Ellis Robert. A., Goodyear Peter. Models of learning space: integrating research on space, place, and learning in higher education // Review of Education. Vol. 4(2). PP. 149–191.

10. Markusen Ann R. Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts // Economic Geography. 1994. Vol .72 (3). PP. 293–314.

11. Markusen Ann R. Studying Regions by Studying Firms // Professional Geographer. 1994. N 46 (4). PP. 477–490.

12. Markusen Ann R. The Rise of the Gunbelt: The Military Remapping of Industrial America. Oxford University Press, 1991. 341 p.

13. Simon Evans. Creative clusters: key concepts [Electronic resource]. URL: http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/7page_id=1599 (дата обращения: 24.02.2024).

14. Trentin Guglielmo. Always-on education and hybrid learning spaces // Educational Technology. 2016. Vol. 56. PP. 31–37.

IMPACT OF CREATIVE CLUSTERS ON INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CREATIVE SPECIALTIES IN MODERN EDUCATION SYSTEM

ZAUST Sofia Konstantinovna

Ph.D. in Art history, Associate Professor Department
of pedagogy and psychology of professional development
St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design
St. Petersburg, Russia

The article is devoted to a role of creative clusters in the context of a new paradigm of creative specialties development taking into account the requirements for them in the context of socio-economic and cultural changes, which is taking place in modern society. Also the article is touched upon the impact of creative clusters on the education system, explores the possible processes of integration and formation of hybrid educational spaces for the training of competent specialists in the field of culture.

Keywords: creative cluster, culture, economy, education system, image design, image-makers