УДК 372.881.111.1:378

РАЗВИТИЕ НАВЫКА КРЕАТИВНОСТИ У СТУДЕНТОВ ИНЖЕНЕРНОГО ПРОФИЛЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Кораблина М.В.

ФГБОУ ВПО «Тюменский индустриальный университет», Тюмень, e-mail: marinakorablina@yahoo.com

В статье предлагаются авторские методические приемы формирования, развития и поддержания навыка креативности у студентов инженерного профиля в процессе обучения иностранному языку. В свете современных дискуссий о так называемых hard skills («твердые», или «жесткие» навыки) и soft skills («мягкие» навыки) актуализируется проблема развития надпрофессиональных, неспециализированных навыков, отвечающих за высокую производительность и успешное участие в рабочем процессе, у студентов технического вуза, которые в ближайшем будущем выйдут на рынок труда. Автор считает, что основная проблема большинства российских предприятий и компаний – нехватка человеческого ресурса, обладающего необходимыми «софтами», в первую очередь креативностью. И перед обществом ставится серьезная задача – развивать в своих молодых согражданах «навыки будущего» (креативность, эмпатию, сотрудничество, адаптивность, гибкость). В статье анализируется проблема развития одного из них – креативности. Важность срочного формирования этого навыка обсуждают экономисты, политики, психологи, педагоги, IT-специалисты, представители бизнеса и предпринимательства, культуры и искусства. Проблема креативности находится на стыке различных наук, что обусловливает ее универсальный характер. Процесс обучения иностранному языку имеет свои специфические особенности и обладает огромным потенциалом в развитии «мягких» навыков, в том числе креативности. В статье обсуждаются технологии развития креативности у бакалавров и магистрантов Тюменского индустриального университета, приводятся результаты опроса студентов.

Ключевые слова: креативность, обучение иностранному языку, «мягкие» навыки, методология развития креативности, контекстное образование

FOSTERING A CREATIVITY SKILL AMONG ENGINEERING STUDENTS IN THE PROCESS OF A FOREIGN LANGUAGE TEACHING

Korablina M.V.

Tyumen Industrial University, Tyumen, e-mail: marinakorablina@yahoo.com

The article proposes the author's methodical techniques, aimed at forming, fostering and ensuring the skill of creativity among engineering students in the process of teaching a foreign language. In view of the modern debates on the so-called «hard skills» and «soft skills» the problem of developing above-professional, non-specialized skills which accord with high productivity and successful participation in the working process, among the students of a technical university who enter the labour market in the nearest future is actualized. The author considers that the main problem of the majority of Russian enterprises and companies is the lack of human resources with necessary «soft skills», in particular, with creativity. And the society's serious aim is to develop «the skills of the future» such as creativity, empathy, cooperation, adaptability and flexibility among its younger citizens. The article places emphasis on one of them, creativity. The importance of urgent formation of this skill is being discussed by economists, politicians, psychologists, educators, IT-specialists, entrepreneurs, business, culture and art representatives. The problem of creativity demonstrates its universal and interdisciplinary nature, being a meeting point of different sciences. The process of teaching a foreign language has its own specific peculiarities and holds great potential in «soft skills» developing including creativity, comments on the results of the survey conducted among students.

Keywords: creativity, teaching a foreign language, soft skills, methodology of fostering creativity, context education

Роль и значение креативной деятельности тесно связаны с глобальными процессами, происходящими в современном мире. Мир вступил в эру информации, которая в большей степени базируется на интеллектуальной технологии, а не на механической технике. Весьма актуальной в новых социально-экономических условиях становится проблема креативности – умения индивидуума формировать новые идеи, искать и находить эффективные пути их реализации в экономике. Креативность входит в ТОП-3 самых востребованных навыков современности, причем занимает в этом списке верхнюю позицию. Наряду с креативностью в списке востребованных навыков будущего стоят эмпатия (эмоциональный интеллект), сотрудничество (способность работать и эффективно взаимодействовать с другими людьми), адаптивность (умение гибко и быстро приспосабливаться к изменчивой ситуации при постоянной смене трендов), гибкость [1].

По данным российских аналитиков, работающих в Сколково, основная проблема российских предприятий и компаний – нехватка человеческого ресурса, обладающего необходимыми «софтами», в первую очередь креативностью. Это не только отбрасывает российскую экономику далеко назад, не позволяя занять достойное место в плеяде «креативных обществ», которые

диктуют правила игры на всемирных рынках. Нет ресурса, способного изменить ситуацию в корне, в связи с чем перед российским обществом ставится серьезная задача – развивать в своих молодых согражданах те самые «навыки будущего». Именно поэтому все наше образование претерпевает сегодня коренные преобразования.

Целью данного исследования является анализ методических приемов, направленных на развитие навыка креативности в процессе обучения иностранному языку на примере работы со студентами вуза технического направления.

Материалы и методы исследования

Научные труды отечественных и зарубежных ученых, экспертов в области креативности стали основным материалом для анализа. Для достижения цели применялись методы наблюдения, экспериментальной работы, глубинного интервью, беседы, опроса, компаративный и аналитический и компаративный методы.

Результаты исследования и их обсуждение

Достаточно сложно найти тему, способную конкурировать по значимости и широкому обсуждению в разных контекстах разными общественными науками с темой креативности в эпоху глобализации.

Очевидно, что сегодня в бизнес- и индустриальной среде прибыль приносят оригинальные идеи, интеллектуальные творения, программное обеспечение и иное, а отнюдь не материальные продукты. По оценкам экспертов, в развитых странах до 40 % ВВП создается именно креативными работниками. Использование способностей, воплощенных в людях, позволяет компаниям повышать качество и конкурентоспособность продукции и услуг, активизировать нововведения. Только те предприятия, которые признают креативность в качестве важного фактора и ресурса своего развития, могут считаться конкурентоспособными. При этом они должны быть заинтересованы в формировании креативной организационной культуры, аккумуляции знаний сотрудников и направлении их в русло креативности. Экономика должна стать креативной. По словам Джона Хоукинса: «Люди с идеями, люди, владеющие идеями, становятся более могущественными, чем те, кто работает за станком, и во многих случаях могущественнее тех, кто этими станками владеет» [2, p. 5].

Генерировать новые идеи, быстро разрешать проблемные ситуации, прагматично и созидательно действовать – именно на это нацелена креативность. И в современную эпоху именно она становится одной из важных задач не только экономической науки. Экономика России нуждается в поиске потенциала своего развития, для чего ей нужны исследования в этой области, эффективные предложения.

В работах отечественных и зарубежных ученых достаточно широко освещены разные аспекты вопросов креативности, большинство трудов носит междисциплинарный характер. Данная проблема затрагивает интересы психологов, которые рассматривают ее в ракурсе психологии личности, межличностного общения (Г. Алдер, Дж. Эйврилл, К.А. Торшина и др.), педагогов и специалистов по менеджменту организаций и т.д. Чрезвычайно актуальными являются исследования и разработки экономистов, которые видят в креативности экономический ресурс (И.Л. Тимонина), «инновационный ресурс развития экономики» (Н.М. Лапин) [3]. Важно отметить, что для российской науки – это сравнительно новый предмет для исследования, в то время как зарубежные ученые приступили к активному изучению креативности как феномена и ресурса развития в середине XX в. В этом ряду находятся Д. Гилфорд, С. Тейлор, А. Маслоу, Т. Амабиле, Р. Симпсон, В. Франкл, Ф. Базан, Е. Торренс и др.

В частности, Д. Гилфорд определял креативность как многомерное понятие, включающее в себя развитую интуицию, готовность рисковать, умение быстро переключаться с одного объекта на другой, быстро находить решения возникающих социальных и экономических задач [4]. Как совокупность способностей рассматривал креативность и С. Тейлор, уточняя, что каждая из способностей может проявляться в разной степени [5].

Точка зрения на креативность Е. Торренса – способность к обостренному восприятию недостатков, пробелов в знаниях, проблем в процессе идентификации недостающей информации [6]. Человека можно считать креативным, если он может отказаться от стереотипных способов мышления (Р. Симпсон); обнаружить новые способы решения проблем (К. Роджерс); внести системные изменения в свою деятельность и готов к инновациям (В. Франкл); решить проблему социального или экономического характера в результате свежих подходов к проблеме с разных точек зрения (Д. Ренцулли).

Несмотря на различия в точках зрения, почти все авторы соотносят креативность с изобретением чего-то нового. Российские ученые (Н.М. Гнатко, Д.В. Богоявленская,

А.Н. Воронин, С. Джулер, Р.И. Капелюшников, Н.В. Кочелаева, Е.Н. Князева, Т.Б. Шакарян, А.В. Морозов, О.М. Разумникова, В.А. Садовничий, Л.Н. Федотов и др.), изучая феномен креативности, выдвигают в основном следующий тезис: российская экономика сумеет удовлетворить растущие потребности населения в качественных товарах и услугах только на основе развития инновационных процессов и обновления технологий. Часто авторы сопрягают понятия «инновации» и «креативность», что можно объяснить так: инновации – это достижения человеческого ума (изобретения, открытия, конструктивные разработки), то есть креативности.

Что касается темы развития навыка креативности у студентов вузов, будущих специалистов, которые по окончании учебных заведений выйдут на рынок труда, то эта тема только начинает рассматриваться научным сообществом. Вопрос о том, как именно развивать этот «навык будущего» в студентах, требует решения, а именно методических поисков, отбора лучших стратегий и практик [7]. Поскольку креативность является навыком, который подлежит формированию и развитию и, по мнению специалистов, не относится к врожденным навыкам [8–10], возникает потребность направить основной поиск на выявление действенных методик по развитию креативного потенциала будущих специалистов. В качестве одной из них предлагается анализ чужих креативных идей (коллег, успешных бизнесменов и т.д.).

В результате проведенных экспериментов на занятиях по дисциплинам «Иностранный язык», «Профессиональный иностранный язык» мы пришли к следующим выводам.

Большой отклик вызывали задания, направленные на поиск креативных решений в сфере профессионального интереса студентов. К примеру, обучающимся по направлению «Дизайн архитектурной среды» было предложено для начала просмотреть американский комедийный художественный фильм «The Internship» (в российском прокате – «Кадры»). В сюжете фильма заложена актуальная идея поиска хорошо оплачиваемой работы, в результате чего главные герои попадают на стажировку в компанию нового поколения «Гугл», которая отбирает новых сотрудников по наличию «навыков будущего», в том числе и креативности. Знакомясь с нестандартной корпоративной культурой компании, где поощряются свободный дух предпринимательства и нестандартное мышление (важный аспект креативности), герои начинают понимать, что успех их поиска зависит главным образом от создания, выбора и реализации креативного решения предложенной проблемы. Задание для студентов заключалось во внимательном просмотре и наблюдении за профессионально значимыми для будущих архитекторов и дизайнеров аспектами: как спроектирован офис компании «Гугл» в Лос-Анджелесе (оформление, дизайн, архитектурные, цветовые решения, встраивание в архитектурную среду города и т.д.). В результате обучающиеся представили свои аналитические описания и выяснили, что они сделали разные акценты, нашли разные детали, не обозначенные другими, использовали различную лексику и т.д. Языковой ракурс выполненного задания: активный и заинтересованный поиск лексики, выбор лексических единиц для выражения собственной мысли и мнения, выбор соответствующего функционального стиля, грамматических и синтаксических конструкций.

Следующий этап заключался в анализе других зданий компании «Гугл», построенных в разных странах. Дополнительное задание – отметить региональный компонент в решении проекта, отличия от американского проекта. Очень быстро студенты разобрали предложенные локации (в Японии, Швейцарии, Великобритании, Германии, Саудовской Аравии, России и др.). Добавление новой лексики, новое усилие в попытке проанализировать «чужую креативность» привели к показу интересных и оригинальных презентаций, обсуждению профессиональных вопросов, дискуссии. Наконец, было предложено придумать проект, который можно было бы реализовать в столице Сибири. Студенты, которые выбрали для анализа проект здания в Нью-Йорке, для чего им пришлось сравнивать два американских проекта, предложили, как сибирский проект мог бы отличаться от московского проекта (т.е. как сделать проект одной и той же компании на территории одной страны, но в разных ее точках). В результате общими усилиями получился командный проект группы студентов. Зафиксирована высокая степень креативного потенциала обучающихся данной группы и отработана методика по развитию навыка креативности посредством иностранного языка.

Группе студентов, обучающихся по специальности «Строительство уникальных зданий», было предложено проанализировать проект «Танцующий дом», реализованный в Праге, в смысле описания стиля, архитектурной метафоры танцующей пары и т.д. В результате студенты первого кур-

са самостоятельно сделали отбор лексики по стилю «деконструктивизм», признали значение архитектурной метафорики, проанализировали архитектурные детали, прочитали дополнительную информацию о проекте и его архитекторах (Фрэнке Гэри и Владо Милуниче). Обучающимся специальности «Строительство уникальных зданий» можно предложить огромное количество редких проектов, созданных по всему миру, так как само понятие «уникальный» тесно связано с понятием «креативный» (здесь заложен смысл неординарного, неожиданного, свежего, нового, уникального решения). Преподавателю остается разработать по всем языковым аспектам оригинальные, интересные и разнообразные задания различной сложности в зависимости от стартовых возможностей студентов в соответствии с программой, т.е. проявить свою методическую креативность.

Магистранты сильнее осознают, что современные требования к специалисту качественно изменились, что если производство не направлено на разработку более эффективных решений и технологий, то оно проиграет в конкурентной борьбе на рынке. По результатам опроса магистрантов наибольший интерес вызывают задания, направленные на развитие креативности и такой компетенции, как поиск и внедрение инноваций, причем на региональном уровне с учетом того, что предприятие находится в Сибири (следует учитывать определенный климат, характер почвы, состав воды, традиции и т.д.). Практически все магистерские диссертации задействуют региональный компонент и решают проблемы, характерные для своей сибирской территории.

Развивая одну из важных компетенций магистранта – умение работать с узконаправленной профессиональной литературой, важно отбирать для них такие источники профессионально значимой информации на иностранном языке, чтобы это способствовало не только сбору исследовательской базы для будущей диссертации, расширению профессионального вокабуляра, укреплению готовности к коммуникации, но и проявлению креативности.

Понимая, насколько несовершенны многие решения в сфере их профессионального интереса в пространстве региона, магистранты заинтересованы в поиске креативных решений существующих проблем. Такой опыт также можно почерпнуть у зарубежных коллег, понять принцип, подход к решению той или иной проблемы.

В качестве примера можно привести одно из заданий на развитие креативного подхода к решению проблемы для магистрантов направления «Строительство» профиля «Управление дорожным хозяйством». В г. Тюмени, крупном индустриальном центре, очень много так называемых car-oriented streets («улицы для машин»). В связи с возрастающей приоритетностью идеи строить «multimodal streets» («мультимодальные улицы»), заботясь о пешеходах и ином, интерес представляет опыт зарубежных проектировщиков городских пространств. В книге «Global Street Design Guide» есть много материала по данной теме. Можно предложить на выбор одну из многочисленных улиц города для перестройки в мультимодальную улицу. Студентам направления «Строительство» профиля «Формирование пространственных систем в градопланировочной и землеустроительной деятельности» можно предложить для ознакомления ту же книгу, где они могут в соответствии с темой своей работы найти интересный материал для анализа: как обустроить заброшенные пространства города или неиспользуемые пространства (под дорожными эстакадами), каковых в родном городе множество; спланировать «зеленые пространства» и т.д.

Многие студенты решают экономически и социально значимые проблемы небольших городов региона. И можно обнаружить многие примеры, каким образом можно превратить небольшой город в комфортное и эстетически организованное для проживания место, в популярное для туристов пространство. На примере небольшого, но одного из самых культурно активных городов на юге Франции – Арля, население которого составляет около 60 000 человек, можно проследить и проанализировать опыт превращения города в популярную круглогодичную дестинацию.

Рекомендуем предложить для прочтения и анализа статью В. Лоури «This French City Is the Art World's New Hot Spot» («Этот французский город стал новым и самым модным местом в мире в области искусства)», где автор пишет о том, что давно известный своими римскими руинами город Арль рождается заново, становясь очагом современного искусства. Благодаря влиятельному арт-брокеру М. Хоффманну заброшенная железнодорожная станция была реконструирована в международный культурный кампус (15 акров) «ЛЮМА Арль» для проведения здесь мероприятий по искусству, окружающей среде и защите прав человека. Один из крупнейших архитекторов современности Фрэнк Гэрри был привлечен для проектирования сверкающей 10-этажной башни, которая стала центром парка около кампуса. В башне (наполовину

музее, наполовину мозговом центре) разместился Центр Достоинства Человеческой Личности и Экологической Справедливости (the Center for Human Dignity and Ecological Justice). На создание фасада из камня и нержавеющей стали архитектора вдохновили римский амфитеатр Арля (I в. до н. э.) и известняковые скалы региона. «Я была поражена всеобъемлющим подходом Гэрри к созданию проекта, тем, как он смешивает современное искусство и архитектуру, свободой его мыслей и линий» [11]. Бельгийский ландшафтный архитектор В. Сметс проектировал прилегающий общественный парк-сад.

А. Селдорф завершила реновацию второго промышленного здания XIX в., которое когда-то использовалось для строительства и ремонта поездов. В результате получилось спокойное и гибкое выставочное пространство. Теперь в двух зданиях много места для выставок, перфомансов, мастерских художников, шоу, инсталляций, хореографических спектаклей. В скором времени планируется строительство стильных отелей и ресторанов. «ЛЮМА» вдохнуло в город новую жизнь и свежую энергию. «Майя Хоффманн нарушает все правила, и то, что она делает в Арле, – фантастика», – говорит фотограф Ф. Халард, который купил для себя в Арле дом XVIII в. Сегодня «Арль – одновременно древний и современный город, а это большая редкость» [11]. Совсем недавно Арль не входил в топ туристического списка городов для посещения в Провансе, а теперь входит.

Преподаватель иностранного языка заинтересован в том, чтобы поддерживать интерес своих студентов к предмету [12]. В частности, в работе с магистрантами важно в большей степени задействовать профессионально значимый материал, так как студенты второй ступени образования более прагматичны и склонны быстрее и эффективнее анализировать информацию, отбирать самое необходимое. Осознавая, что инжиниринг в смысле технологий – одна из очень быстро обновляемых областей, что знания необходимо получать в течение всей жизни, они заинтересованы в укреплении своей мотивации, постоянном расширении профессионального кругозора и опыта.

Заключение

Таким образом, иностранный язык, как и раньше, – это не только предмет изучения, но и средство обучения. Но в соответствии с реалиями сегодняшнего дня, когда дискуссии о так называемых hard skills («твердые», или «жесткие» навыки) и soft skills («мягкие» навыки) набирают силу, становится очевидным, что педагогам необходимо в какой-то степени менять свое методическое мышление. Следует уделять достаточно большое внимание формированию, поддержанию, развитию неспециализированных, надпрофессиональных навыков, которые отвечают за высокую производительность и успешное участие в рабочем процессе, т.е. в ближайшем будущем наших студентов. Для любого предприятия креативность становится необходимым условием конкурентоспособности. Предприятия и фирмы стремятся к обновлению услуг и продукции, инновациям, а креативные идеи и решения составляют их основу. В процессе изучения иностранного языка студенты могут и должны развивать этот навык, поскольку в будущем им предстоит работать или управлять предприятием сообразно современной обстановке, когда одним из главных факторов эффективности организации будут не только знания, опыт, но и креативность персонала.

Список литературы

1. Puccio G.J., Murdock M., Mance M. Creative Leadership: Skills that Drive Change. [Electronic resource]. URL: http://tinyurl.com/478zrcs (date of access: 22.03.2020).

2. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. 2013. 267 p.

3. Лапин Н.М. Креативность как инновационный ресурс развития экономики: автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.01, 08.00.05. Тамбов, 2008. 24 с.

4. Amabile T.M. Social psychology of creativity: a consensual assessment technique. 1982. Vol. 43. P. 997–1013.

5. Taylor C.W. Various approaches to and definitions of creativity. The nature of creativity. 1988. P. 429–446.

6. Torrance E.P. The nature of creativity as manifest in the testing. The nature of creativity. 1988. P. 43–80.

7. Мороз В.В. Развитие креативности студентов. Оренбург: ОГУ, 2011. 183 с.

8. Намаконов И.М. Креативность. М.: ЛитРес, 2019. 160 с.

9. Техника креативности Илона Маска: искусство задавания вопросов [Электронный ресурс]. URL: https://www.1000ideas.ru/article/kreativ/tekhniki-kreativnosti/ (дата обращения: 22.03.2020).

10. Савкин К.С. Потребность бизнеса в креативности [Электронный ресурс]. URL: https://www.savkinks.ru (дата обращения: 22.03.2020).

11. Lowry V. This French City is the Art World's New Hot Spot. [Electronic resource]. URL: https://www.architecturaldigest.com/story/arles-france-art-destination (date of access: 22.03.2020).

12. Креативная педагогика: методология, теория, практика. М.: БИНОМ. Лаб. знаний, 2012. 319 с.