

Ермакова Лариса Ивановна, Суховская Дарья Николаевна

РОЛЬ КРЕАТИВНОЙ СРЕДЫ РОССИЙСКОГО ГОРОДА В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЛИЧНОСТИ ГОРОЖАНИНА

В статье приведено краткое описание авторской гипотезы о том, что личность, действуя в креативном пространстве городского поселения, преобразует существующие в социуме ценности, наделяя их персонифицированным смыслом. Статья посвящена рассмотрению двух основных аспектов влияния креативной среды российского города на формирование ценностных ориентаций личности горожанина, а именно: анализу общих тенденций влияния креативной городской среды на личность, а также рассмотрению глобальных тенденций развития городов, их креативных пространств и влияния выявленных тенденций на формирование ценностей личности.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/10/21.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(72) С. 86-89. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hlist@gramota.net

УДК 124.51

Философские науки

В статье приведено краткое описание авторской гипотезы о том, что личность, действуя в креативном пространстве городского поселения, преобразует существующие в социуме ценности, наделяя их персонализированным смыслом. Статья посвящена рассмотрению двух основных аспектов влияния креативной среды российского города на формирование ценностных ориентаций личности горожанина, а именно: анализу общих тенденций влияния креативной городской среды на личность, а также рассмотрению глобальных тенденций развития городов, их креативных пространств и влияния выявленных тенденций на формирование ценностей личности.

Ключевые слова и фразы: урбанистика; креативное пространство; креативная среда города; ценность; ценностная ориентация.

Ермакова Лариса Ивановна, д. филос. н., профессор

Суховская Дарья Николаевна

Пятигорский государственный университет

Ermakova@miano.ru; Daria.sukhovskaya@yahoo.com

РОЛЬ КРЕАТИВНОЙ СРЕДЫ РОССИЙСКОГО ГОРОДА В ФОРМИРОВАНИИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ЛИЧНОСТИ ГОРОЖАНИНА

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 16-33-00035.

Целью настоящего исследования является выявление тенденций влияния креативных пространств городских поселений России на формирование ценностных ориентаций личности горожанина.

В контексте проводимого исследования под креативным пространством городского поселения мы понимаем публично доступное место города (социальную площадку) для творческих (креативных) проявлений личности, где люди могут самовыражаться, обмениваться идеями, демонстрировать результаты своего творчества и коммуницировать с другими не в роли потребителя товаров или работника компании, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта личности [7, с. 292].

Основываясь на трудах российского культуролога, социолога, политолога и философа А. С. Ахиезера, занимающегося исследованием влияния социальной среды поселения на жизнь и формирование системы ценностных ориентаций личности, обозначим общие тенденции влияния креативной городской среды на личность:

1. Креативная среда пространств современного города отличается динамизмом, т.е. ей присуща способность к ассимиляции изменений, имеющих место в самих социальных отношениях [2, с. 89]. В креативном пространстве города у личности возникает стремление постоянно преобразовывать, переделывать и трансформировать то, что существовало или было сделано до этого, в соответствии с веяниями, направлениями и трендами быстро изменяющегося окружающего мира, и тем самым удовлетворять возрастающие потребности воспроизводства.

Таким образом, специфика креативного пространства города заключается в трансформации и организации себя, социальных отношений, а также ценностей личности, направленной на реорганизацию уже существующих предметов и отношений в обществе.

2. Участник креативного пространства города приспосабливается к окружающей социальной среде и одновременно трансформирует ее, объединяя разнонаправленные и разнородные, возможно, даже противоположные элементы жизнедеятельности, формы деятельности различной природы, в том числе – креативные и инновационные. Таким образом, среда поселения воплощает социокультурный синтез (взаимодействие и соединение разнородных элементов) [1, с. 153].

3. Креативному пространству городского поселения присуща способность преодоления собственных лимитов ограниченности и замкнутости, креативная среда способна включать в себя и задействовать в своем функционировании новых людей, отвечающих ее требованиям и обладающих креативным потенциалом, а также среда способна распространять собственное влияние на еще не подверженные внедрению креативных социальных практик территории.

На наш взгляд, открытость является важнейшей характеристикой креативного пространства города, так как позволяет трансформировать социальность в креативном направлении, изменять сложившиеся в социуме отношения, формы деятельности, культурные нормы и ценности.

4. Креативное пространство города является плодотворной базой для развития творческого потенциала личности, так как провоцирует переход от эмоциональной формы мышления личности к понятийно-категориальной форме, в большей степени характеризующей креативное мышление. Креативная среда позволяет человеку приобщиться к более развитому глобальному, масштабному мышлению, стимулирующему инновации и трансформации социальности путем раскрытия креативного потенциала личности, тем самым позволяя человеку преодолеть (стереотипично воспринимаемую как естественную) связь с ограниченным ареалом

обитания и существующей в нем традиционной формой социального бытия и подняться над проблемами, присущими ограниченному сообществу.

5. Креативное пространство городского поселения является инкубатором и транслятором инноваций [4, с. 49], оказывающих влияние на ценностные ориентации личности. Инновации радикального характера трансформируют социальную действительность города и находятся в тесной взаимосвязи с информационно-технологической революцией (к таким инновациям относятся: мобильная связь, электронная почта, глобальная сеть Интернет и т.д.). Подобные инновации влекут за собой изменения в различных сферах жизни личности. Так, Т. А. Бондаренко пишет: «В условиях все нарастающей виртуализации общества формируется личность с принципиально новыми социальными чертами и поведенческими проявлениями» [3, с. 43].

Говоря о возникновении инноваций в условиях креативного поселения, следует отметить их очаговый характер, что непосредственно связано с динамичным развитием мира и прорывными скачками тех или иных отраслей знания. При таком очаговом возникновении инноваций житель поселения приобретает способность постоянно конкретизировать свои знания и представления при реализации собственного креативного потенциала.

6. Житель креативного поселения сталкивается с высоким уровнем конкуренции в социальной среде, поэтому деятельность представителя креативного поселения должна отличаться высокой эффективностью и результативностью, а он сам должен обладать социальной гибкостью (способностью к созданию новых социальных связей, формированию или созданию новых инновационных и подвижных организаций), способностью фокусировать свой креативный потенциал в конкретных направлениях, при условии их постоянного изменения и трансформации.

7. Условия жизни в креативном поселении непрерывно меняются в направлении возрастающего уровня сложности. Поэтому жителя такого поселения отличает способность справляться со всеми вызовами окружающей социальной среды, постоянно преодолевать их путем совершенствования социальных, планировочных, технических, культурных и иных аспектов жизнедеятельности.

Опираясь на исследования, проведенные департаментом по экономическим и социальным вопросам ООН в 2015 г., посвященные перспективам развития городской среды в мире [10], можно выделить глобальные современные тенденции развития городов, их пространств и влияние выявленных тенденций на формирование ценностей личности:

1. В креативном пространстве города ценностные ориентации смещаются в сторону человеческого капитала и конкурентной борьбы за него. Личность находится в состоянии постоянной конкурентной борьбы, усиливающей внутреннее напряжение человека, потенциальную враждебность к другим индивидам, личностный страх и агрессию. Возникающий в результате конкуренции страх, что человек может лишиться (или не приобрести) общественно значимых благ и вещей, ведет к занижению самооценки и проблемам с самоуважением. С другой стороны, конкурентная среда является стимулом к обретению социального успеха и общественного одобрения, побуждая человека к развитию целеустремленности и усилий воли для достижения поставленных задач.

2. Для привлечения человеческого капитала, без которого функционирование любого поселения невозможно, поселениям с менее привлекательными климатическими, социальными, экономическими и иными условиями приходится компенсировать существующие недостатки иными возможными преимуществами.

С позиции данного тренда отметим, что среда обитания человека является определенной духовной и социальной реальностью, в структуре которой культура (в том числе транслируемая в креативных пространствах городских поселений) является ключевым элементом системы ценностей, которые оказывают влияние на деятельность личности в отношении среды собственного обитания. Эволюция среды обитания человека имеет в своей основе социокультурное развитие личности, так как личность выступает создателем и «рычагом» усовершенствования среды собственного проживания.

3. В соответствии с трендами изменений городской социальности в современных городских поселениях возрастает мобильность населения и личностная мобильность, а также мобильность бизнесов и производств различных направлений, что впоследствии формирует негативные диспропорции населения [8, р. 49].

С позиции исследования ценностных установок человека личностная мобильность заслуживает упоминания, так как способствует целенаправленной активности личности в контексте самоизменения, саморазвития и является мощным элементом процесса ее самосовершенствования.

4. Социальная среда городских поселений ориентирована на представителя «креативного класса» [6, с. 132], творческую личность, испытывающую потребность в самореализации, находящуюся в поиске пространств для выражения собственного креативного потенциала.

5. Сообщества людей в городской среде отличаются высокой сложностью организации и определенной социальной разобщенностью членов. Жизнь представителей таких поселений отличается высокой степенью индивидуализации, децентрализации и самостоятельности [9, р. 15]. Таким образом, можно утверждать, что среда формирования ценностных ориентаций личности в креативных пространствах города отличается многослойным и поляризованным характером. Различные типы креативных пространств, функционирующих на территории города, предполагают дифференциацию горожан по таким параметрам, как модель и нормы поведения, стиль и образ жизни, формы презентации собственной личности, что подразумевает формирование различных ценностных ориентаций. Креативные компоненты городских пространств, проявляющиеся в их непосредственной деятельности, позволяют воспроизводить ценности, как востребованные в социуме, так и слабо актуализированные в его рамках.

На наш взгляд, особо важным является дифференциация потенциального влияния креативного пространства города на личность. С одной стороны, креативное пространство может возникать как положительная реакция на потребности и ценностные установки общества, но с другой – в креативных пространствах могут пропагандироваться духовные влияния оппозиционным традиционным ценностям характера, формирующие контркультуру и контрценности.

6. Неразрывное сосуществование креативных пространств с компьютерными технологиями и информационными коммуникациями способствует возникновению новых социальных практик, культурно-смысловых форм и способов их освоения. Интерактивность и вариативность креативного пространства формируют специфическую ценностную шкалу личности.

Существование городского поселения как объекта, наполненного креативными, творческими, динамичными, конфликтными формами бытия, является наглядной моделью глобальных социальных трансформаций современности. В креативных пространствах города тиражируемые культурные (как наиболее характерные для трансляции в креативных пространствах) и другие ценности могут приобретать черты дегуманизации и демонизации [5].

На наш взгляд, в креативных пространствах возможно нарушение исторического процесса культурно-ценностной преемственности. Характерный «ценностный разрыв» разных поколений трансформируется в разобщенность ценностных ориентаций и утрату национальных традиций. Наибольшее влияние среда креативных пространств города оказывает на своих непосредственных участников, представленных в основном городской молодежью (креативным классом), сталкивающейся в креативных пространствах со значительным потоком различной (в том числе и негуманной) информации. Негативные установки, транслируемые в ряде случаев в креативных пространствах, оказывают деструктивное влияние на личность, не способствуя развитию у нее позитивного мышления и влияя на ценностно-смысловую систему личности горожанина.

По результатам проведенного анализа возможно заключить, что российское городское поселение сегодня имеет значительный культурно-креативный потенциал, способный оказывать влияние на формирование ценностей личности, в связи с широким спектром социально-культурно-креативных институтов и площадок (креативных пространств), расположенных в его теле. Креативные пространства города как элементы креативно-информационной сферы оказывают значительное влияние на характер развития бытовых аспектов ценностных ориентаций личности.

Ценностные ориентации личности всегда находятся под влиянием социальной среды, в которой индивид живет и формируется социумом. При этом система ценностных ориентаций каждой отдельно взятой личности субъективна и индивидуальна. Ценности – идеальный феномен, особенностью которого, в отличие от материальных объектов, является принадлежность к субъективному восприятию. Когда мы говорим, что какие-либо предметы или отношения обладают ценностью для нас, это не означает, что они являются такой же ценностью для других индивидов. Помимо этого, ценности личности не являются статичными (застывшими), трансформируясь, они взаимодействуют друг с другом, находясь в постоянной динамике.

Таким образом, индивид в процессе формирования ценностных ориентаций преодолевает путь от частного к общему и обратно. Личность, действуя в креативном пространстве городского поселения, преобразует существующие в социуме ценности, наделяя их персонафицированным смыслом. Социальная среда (в данном исследовании – креативные пространства) по отношению к личности имеет относительно случайный характер. Она может как дозвездеть над ней, так и предоставлять необходимые свободные площадки (пространства) для развития «живой» мысли.

Список литературы

1. **Ануфриева Е. В., Дулина Н. В., Ефимов Е. Г., Овчар Н. Е., Токарев В. В.** Социокультурный портрет региона. Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2013. 159 с.
2. **Ахиезер А. С.** Человек в экономике и других социальных средах. М.: Институт философии Российской академии наук, 2008. 195 с.
3. **Бондаренко Т. А.** Трансформация личности в условиях виртуальной реальности. Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2006. 60 с.
4. **Овчаренко Г. В.** Эволюция практических и теоретических аспектов управления социальными инновациями // *Terra Economicus*. 2012. Т. 10. № 1-2. С. 47-49.
5. **Поломошнов А. Ф., Поломошнов П. А.** Проблема творчества и постмодернистский кризис культуры [Электронный ресурс] // *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14687> (дата обращения: 21.09.2016).
6. **Стародубровская И., Лободанова Д.** Креативный класс и креативный город: российское преломление // *Экономическая политика*. 2013. № 5. С. 127-149.
7. **Суховская Д. Н.** Тезаурусный подход к определению сущности креативного пространства современного города // *European Social Science Journal = Европейский журнал социальных наук*. 2013. № 11-1 (38). С. 291-297.
8. **Dunarintu A.** The Socio-Economic Impact of Urbanization // *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. 2012. Vol. 2. Special Issue 1. P. 47-52.
9. **Vlek C., Steg L.** Human Behavior and Environmental Sustainability: Problems, Driving Forces, and Research Topics // *Journal of Social Issues*. 2007. Vol. 63. № 1. P. 1-19.
10. **World Urbanization Prospects. The 2014 Revision. Methodology** [Электронный ресурс] / United Nations Department of Economic and Social Affairs. URL: <http://esa.un.org/unpd/wup/Methodology/WUP2014-Methodology.pdf> (дата обращения: 10.08.2016).

ROLE OF RUSSIA'S CREATIVE URBAN ENVIRONMENT WHEN FORMING THE CITIZEN'S VALUE ORIENTATIONS

Ermakova Larisa Ivanovna, Doctor in Philosophy, Professor
Sukhovskaya Dar'ya Nikolaevna
Pyatigorsk State University
Ermakova@miano.ru; Daria.sukhovskaya@yahoo.com

The article proposes a thesis that a personality acting in creative urban space transforms existing social values endowing them with personified meaning. The paper focuses on studying two basic aspects of Russia's creative urban environment's influence on the formation of a citizen's value orientations. In particular, the authors analyze the general tendencies of creative urban environment's influence on a personality, examine global developmental tendencies of towns, their creative spaces and conclude on the influence of the identified tendencies on the formation of personal values.

Key words and phrases: urbanistics; creative space; creative urban environment; value; value orientation.

УДК 124.51

Философские науки

Статья посвящена рассмотрению вопросов эволюции понимания сущности, содержания и процесса творчества в социально-философской мысли. Авторами предпринята попытка философского осмысления и изучения различных сторон творчества в истории, что не только обогащает эмпирические знания о природе и человеке, но и может послужить основой для создания комплексных методов анализа сложных философских и психологических категорий. В статье представлен анализ подходов к трактовке категории «творчество» с позиций античных философов, христианских философов Средних веков, проведен анализ взглядов на природу творческого потенциала в эпоху Возрождения и эпоху Реформации.

Ключевые слова и фразы: креативность; личность; творчество; творческий потенциал; творческий процесс; творческая личность; генезис творчества.

Ермакова Лариса Ивановна, д. филос. н., профессор
Суховская Дарья Николаевна
Пятигорский государственный университет
Ermakova@miano.ru; Daria.sukhovskaya@yahoo.com

ЭВОЛЮЦИЯ ПОНИМАНИЯ ТВОРЧЕСКОГО (КРЕАТИВНОГО) ПОТЕНЦИАЛА ЛИЧНОСТИ В КЛАССИЧЕСКОЙ ФИЛОСОФСКОЙ МЫСЛИ

Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 16-33-00035.

Проблема творческого потенциала и аспекты рассмотрения процесса творчества всегда являлись актуальными точками приложения философской мысли и проблемами для человеческого сообщества. Развитие цивилизации на всех ее этапах являлось возможным благодаря творцам, способным выйти за рамки повседневности, открывавшим новые горизонты в познании, науке и искусстве.

С точки зрения социальной философии, творчество есть процесс самостоятельной деятельности личности по ее самореализации, охватывающий изменение действительности в процессе создания материальных и духовных ценностей, новых, более прогрессивных форм управления, воспитания и раздвигающий пределы человеческих возможностей. Основой творчества выступает принцип трудовой деятельности. В процессе практического преобразования человеком окружающего мира формируется его личность, а человек становится неотъемлемым элементом социума. Таким образом, принцип деятельности, единство труда и творчества раскрывают философский аспект анализа основ творчества. Творческая деятельность есть главный компонент культуры, её сущность.

Процесс творчества с точки зрения философии можно разделить на два этапа: этап рациональной работы разума и этап иррациональной работы разума.

1. Рациональный этап творчества. Этот процесс происходит во взаимодействии разума с теми формами, которые находятся в данный момент в сознании, и этот процесс есть бытие разума.

2. Иррациональный этап творчества начинается за границей сознания, отделяющей существующие формы от ничто, или бытие от небытия. Иначе говоря, чтобы начать творить, разум должен сдвинуть существующую границу в сознании, вытеснить из сознания все рациональное, все существующие формы.

Творческая деятельность – это самодеятельность, охватывающая изменение действительности и самореализации личности в процессе создания материальных и духовных ценностей, которая способствует расширению пределов человеческих возможностей. Если человек освоил творчество в полной мере – и по процессу