

Министерство образования и науки Российской Федерации
Сибирский федеральный университет

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебное пособие

Рекомендовано ФГОУ ВПО «Государственный университет управления» в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью», 11.10.2012

Красноярск
СФУ
2012

УДК 659(07)
ББК 76.006.5я73
К238

Рецензент:

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой межкультурной коммуникации и перевода
Волгоградского педагогического университета О. А. Леонтович

К 238 Теория и практика креативной деятельности : учеб.
пособие / О. А. Карлова, Е. А. Ноздренко, И. А. Пантелеева,
И. А. Карлов. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. – 372 с.
ISBN 978-5-7638-2644-9

Предназначено для изучения будущими специалистами в области профессиональной деятельности возможных форматов, развивающих способность человека создавать новые значимые формы и идеи, соответствующие социокультурно-компетентному обществу с высоким уровнем эффективности. Концепция изложения теоретического и практического материала связана с необходимостью формирования у выпускников направления «Реклама и связи с общественностью» навыков по созданию и презентации креативного продукта и призвана сформировать у обучающегося представление о креативных подходах в любом виде деятельности, а также привить навыки самостоятельной деятельности в сфере генерации идей и смыслов творчества.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью».

УДК 659(07)
ББК 76.006.5я73

ISBN 978-5-7638-2644-9

© Сибирский федеральный
университет, 2012

Оглавление

Введение.....	5
1. Креатив как научная проблема современного общества	7
1.1. Креатив как новая реалья современности	7
1.2. Язык смыслообразования: слово, метафора, наглядный об- раз. Объект-модель формирования социальных смыслов: архе- типы, мифологемы, этносоциальные мифологии	20
1.3. Субъект-модель формирования смыслов: личностное осво- ение, изобретение и творение смыслов	37
1.4. Художественное творчество, научно-технические и соци- альные инновации: общее и особенное	56
1.5. Субъекты креативного процесса. Сети неформальной ком- муникации в современной городской среде и социальные сети «интересного»	78
2. Формирование креативного мышления	116
2.1. Основные подходы к формированию креативного мыш- ления.....	116
2.2. Креативные способности современного человека	134
2.3. Креативность как «вопрошающий» и «диалогический» стиль мышления	153
2.4. Аналитические методы «выпаривания» идей: фокус-группа как инструмент поиска и отбора	162
2.5. «Синтетические» методы активизации поиска идей и соз- дания новых значимых форматов: мозговая атака и синектиче- ский штурм.....	181
2.6. Моделирование как креативная способность.....	196
3. Гуманитарные реалии XXI века и организация креативной среды	219
3.1. Человек эпохи постмодерна в глобальном мире: ценности и мотивации. Креативные профессии: элементы творческого об- раза жизни	219
3.2. Креатив как системный фактор экономики XXI века и но- вые параметры современного рынка труда.....	236
3.3. Инвестиции в креативность: опыт корпоративной полити- ки в управлении креативностью	252

3.4. Креатив как новый подход к пониманию культуры и культурные стратегии современного общества	281
3.5. Теория креативных городов и муниципальные функции организации креативной среды	296
3.6. Креативная личность: управление собственной креативностью	314
Заключение	369
Ответы на тестовые задания в контрольно-измерительных материалах.....	370