



LIETUVOS AUKŠTOJO MOKSLO PERSPEKTYVA – KŪRYBINĖS VISUOMENĖS UGDYMAS

Aurelija Ganusauskaitė, Vytautas Liesionis

Vytauto Didžiojo universitetas

el. paštas: ¹aura0924@yahoo.com, ²v.liesionis@evf.vdu.lt.

Anotacija

Formuojantis naujam visuomenės sluoksniui – kūrybinei klasei, ekonominė sėkmė priklauso nuo naujų idėjų generavimo. Jei laikysimės požiūrio, jog aukštojo mokslo vienas iš pagrindinių tikslų – ugdyti mūsų šalies visuomenę, galima daryti prielaidą, kad būtent čia ir yra didžiausias potencialas formuoti Lietuvos kūrybinei klasei. Aukštojo mokslo įstaigos privalo sudaryti sąlygas visuomenės kūrybiškumui puoselėti ir talentingumui ugdyti. Todėl Lietuvai įsitvirtinant Vakarų Europos erdvėje, vienas iš svarbiausių švietimo tikslų tampa visuomenės kūrybinių galių stiprinimas. Tačiau Lietuvos švietimo sistema veikia pagal senosios industrinės sistemos principus ir yra paremta daugiausia žinių suteikimu ir jų patikrinimu, o kūrybinis ugdymas yra nustumiamas į antrą planą. Tyrimo tikslas – atskleisti ir pagrįsti kūrybinės visuomenės ugdymo poreikį Lietuvos aukštojo mokslo institucijose. Straipsnyje analizuojama kūrybinės visuomenės svarba bei jos vystymosi galimybės Lietuvoje būtent per aukštąjį mokslą. Apibrėžiama kūrybiškumo sąvoka ir esmė bei akcentuojama kūrybiškumo ugdymo samprata. Pabrėžiama, jog kūrybiškumas tai ne išskirtinis talentas, o įgūdis, kuris gali būti ugdomas ir skatinamas. Toliau atsižvelgdami į esamą situaciją, autoriai analizuoja ir pateikia kūrybiškumo ugdymo barjerus Lietuvos aukštajame moksle. Kūrybiškumas aukštojo mokslo kontekste identifikuojamas kaip asmenų ir grupių kūrybiškumas, organizacinis kūrybiškumas bei regioninis kūrybiškumas. Galiausiai autoriai apibendrina ir susistemina esminius problemos sprendimo būdus ir pasiūlo kelias alternatyvas – kūrybiškumą ugdyti ne tik per atskirus individus, bet ir skatinti grupėse bei organizaciniame kontekste. Straipsnyje prieinama prie išvados, jog aukštasis mokslas kūrybiškumą turi suvokti, kaip vieną iš esminių kompetencijų, reikalingų šiandieninės rinkos darbuotojui. Todėl aukštojo mokslo institucijos turėtų ne tik sukurti tinkamas sąlygas kūrybiniam potencialui vystyti, bet ir taikyti metodus jam skatinti. PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: kūrybinė visuomenė, kūrybiškumas, kūrybiškumo ugdymas, Lietuvos aukštasis mokslas

Išvadas

Pasaulinei visuomenės raidai evoliucionavus ir identifikavus naują socialinį sluoksnį – kūrybinę klasę, vis labiau akcentuojamas kūrybiškumas, naujos idėjos bei originalumas. Nūdienos ekonomikoje kūrybinės idėjos tapo svarbesnės už informaciją. Žinių visuomenė – jau praeinančias etapas, nors kadaise tai buvo nauja paradigma, keičianti industrinės visuomenės paradigmą. Dabar akcentuojant žinių ir informacijos laikinumą ir greitą jų plitimą bei tapimą neaktualiomis ir pasenusiomis, žinių visuomenė praranda savo potencialą.

Visuomenės kūrybingumas, dar vadinamas žmogiškuoju visuomenės kūrybiniu potencialu, o ekonomistų – žmogiškuoju kapitalu, jo ugdymas, priklauso nuo kūrybinės klasės formavimo ir jos padėties visuomenėje (Kirvelis 2008). Tai pagrindinis leitmotyvas, įtvirtintas Lisabonos strategijoje ir ES sprendime 2009-uosius paskelbti kūrybiškumo ir naujovių metais. Kūrybiškumas čia nebesiejamas vien tik su meno ir kultūros sritimi, bet ir – su švietimu, verslu, tyrimais, socialine sanglauda ir pan.

Laikydami tradicinio požiūrio, jog aukštojo mokslo vienas iš pagrindinių tikslų – ugdyti mūsų šalies visuomenę, galima daryti prielaidą, kad būtent čia yra didžiausias potencialas formuoti Lietuvos kūrybinei klasei. Tačiau Lietuvos švietimo sistema veikia pagal senosios industrinės sistemos principus ir yra paremta daugiausia žinių suteikimu ir jų patikrinimu. Ir tik labai

mažai dėmesio yra skiriama studentų nepriklausomo mąstymo, pasitikėjimo savimi, iniciatyvumo, užsispyrimo siekiant tikslo, naujų idėjų generavimo ugdymui. Todėl Lietuvos švietimo sistema privalo naudotis kūrybinės visuomenės skatinimo metodais, nes būtent kūrybiškumas, spontaniškai gimstantis kažkur išlaisvinto mąstymo ir vaizduotės sandūroje, pasireiškia idėjų generavimu, nestandartiniais sprendimais, gebėjimu spręsti problemas, jis kelia iššūkį kasdienybės monotonijai, suvienodėjimui, mąstymo kliūšms, galiausiai – jis pajvairina gyvenimą. Kūrybiškumo nauda asmenybei, o kartu ir visuomenei yra akivaizdi.

Apie kūrybiškumą švietime derėtų kalbėti ne vien tik kaip apie muzikos ar dailės disciplinų įsigalėjimą, bet kaip apie viso mokymosi proceso orientyrą. Todėl Lietuvai įsitvirtinant Vakarų Europos erdvėje, vienas iš svarbiausių švietimo tikslų tampa visuomenės kūrybinių galių stiprinimas.

Tyrimo objektas – kūrybiškumo ugdymas Lietuvos aukštojo mokslo institucijose.

Tyrimo tikslas – atsižvelgiant į kūrybinės visuomenės svarbą ne tik socialinėje, bet ir ekonominėje srityse, atskleisti ir pagrįsti kūrybiškumo ugdymo poreikį Lietuvos aukštojo mokslo institucijose.

Uždaviniai:

1. Supažindinti su kūrybinės visuomenės sąvoka;
2. Apibrėžti kūrybiškumo ir jo ugdymo sampratą;
3. Atskleisti kūrybiškumo ugdymo poreikį Lietuvos aukštojo mokslo institucijose.

Metodologija – mokslinės literatūros analizė, sisteminimas ir apibendrinimas.

Rytojus kūrybinės visuomenės rankose

XXI amžiuje vis garsiau kalbama apie tai, kokią lemiamą vaidmenį visuomenės raidai ir išlikimui turi socialinis sluoksnis - kūrybinė klasė bei kūrybinė visuomenė, pagrįsta mokslo - technologine kūryba (Kirvelis 2008). Kūrybinės visuomenės samprata pradėta naudoti ir taikyti kūrybinėms idėjoms tapus svarbesnėmis už informaciją. Kūrybinę visuomenę ir kūrybinę ekonomiką analizuojantys mokslininkai akcentuoja žinių ir informacijos laikinumą ir greitą jų plitimą bei tapimą neaktualiomis ir pasenusiomis.

Vienas iš garsiausių modernių ekonomikos teoretikų profesorius R. Florida (2002) identifikavo ir

metodologiškai pagrindė savo „kūrybinės klasės“ ir „kūrybinio amžiaus“ teorijų nuostatas. Anot R. Čepaičio (2008) šią teoriją galima laikyti savitu bandymu tobulinti ir aktualizuoti dar praėjusio amžiaus viduryje prancūzų filosofo R. Arono, taip pat amerikiečių ekonomisto W. Rostowo bei sociologo D. Bello suformuluotą „visuomenių tipų“ teoriją. Pagal ją Vakarų civilizacija istoriškai evoliucionavo į keturis visuomenės tipus, kurių savitumus kaskart determinuodavo technologiniai gamybos būdo pokyčiai. Kitaip tariant, „tradicinė“, „industrinė“, „poindustrinė“ bei jos atmaina „informacinė“ visuomenė yra technologijų kokybinių atsinaujinimų, jų tobulinimo gamybos procese rezultatas. Toliau pateiktoje R. Čepaičio (2008) lentelėje aiškiai pateiktas visuomenių tipų identifikavimas bei jų evoliucija:

1 lentelė. Visuomenių tipų identifikavimas bei jų evoliucija

	VISUOMENIŲ TIPAI				
	TRADICINĖ	INDUSTRINĖ	POINDUSTRINĖ	INFORMACINĖ/ŽINIŲ	KŪRYBINĖ
Socialinių santykių reguliatoriai	Tradicija	Įstatymas	Įstatymas	Įstatymas	Įstatymas
Dominuojanti socialinė grupė	Žemvaldžiai, dvasininkai	Finansiniai – pramoniniai magnatai	Mokslininkai (konsultantai), vadybininkai	Aktualia informacija disponuojančios socialinės grupės	Kūrybinė klasė
Socialinių santykių pobūdis	Luominis – hierarchinis (luominė atskirtis)	Klasinis (socialinė – turtinė atskirtis)	Meritokratinis	Informacinė atskirtis	Kūrybinė atskirtis
Gamybos būdas	Į natūrinius arba rinkos mainus orientuotas žemės ūkis	Prekinis (industrinis) ūkis, orientuotas į masinio vartojimo prekių gamybą	Paslaugų ūkis	Mokslinių ir technologinių inovacijų ūkis	Kreatyviųjų inovacijų ūkis

Šiandien jau drąsiai diskutuojama apie penktą kūrybinės visuomenės tipą, o kūrybiškumas siejamas su Europos ekonomikos augimo ir konkurencingumo procesais. Kūrybinės industrijos, kurių centre - tie patys kūrybiški žmonės, matomos kaip pramoninės ekonomikos alternatyva. R. Floridos (2002) pranašaujamos kūrybinės revoliucijos leitmotyvas – kūrybiškumas ir aktyvus gebėjimas naudotis įgytu išsilavinimu, patirtimi ir informacija – tampa vertingiausi ištekliai naujiems produktams, paslaugoms kurti ir sprendimams priimti. Jie konkurencinei pasaulio ekonomikai yra daug svarbesni už gamtinius išteklius ar pigią darbo jėgą (Makselis 2008).

Nors teigiama, kad žinių visuomenė jau praėjęs etapas, labai svarbu pažymėti, jog būtent ji ir yra kūrybinės visuomenės pagrindas. Kūrybinio potencialo vystimuisi labai svarbu žmogiškojo kapitalo kompetencija ir gebėjimas operuoti tobuliausiomis informacinėmis technologijomis (IT). Šiame kontekste ypač svarbu objektyviai įvertinti esamą informacinės

visuomenės plėtros Lietuvoje patirtį, jos kokybinius parametrus. Būtent jie ir sudaro pirmines prielaidas kūrybinės visuomenės brandai Lietuvoje. Anot R. Čepaičio (2008) santykinė informacinės visuomenės plėtros Lietuvoje sėkmė įrodė, jog Lietuvos visuomenė turi kūrybinį, intelektualinį ir verslumo potencialą, kurį būtina stiprinti - sudaryti kūrybinei raiškai ir iniciatyvai palankias sąlygas.

Prof. R. Florida (2005) pateikė 3T koncepciją: Technologija, Talentas ir Tolerancija. Tai pagrindiniai elementai skatinantys kūrybinės visuomenės formavimąsi, kurie suponuoja ne tik investicijų į žmogiškąjį kapitalą, žmonių lavinimo, jų talentų puoselėjimo būtinybę, bet ir visuomenės atvirumą, kur įvairovė yra pageidaujama, o kultūrinio pobūdžio kūrybinis potencialas – nevaržomai realizuojamas. Jei laikysimės požiūrio, jog aukštojo mokslo vienas iš pagrindinių tikslų – ugdyti mūsų šalies visuomenę, galima daryti prielaidą, kad būtent čia ir yra didžiausias potencialas formuoti Lietuvos kūrybinei klasei. Čia yra

geriausios sąlygos įgyvendinti 3T koncepciją: lavinti technologijų įsisavinimo ir pritaikymo kompetencijas, ugdyti talentą bei skatinti toleranciją. Todėl aukštojo mokslo įstaigos privalo sudaryti sąlygas visuomenės kūrybiškumui puoselėti ir talentingumui ugdyti.

Kūrybiškumo ir jo ugdymo samprata

Kalbant apie kūrybinės visuomenės ugdymą, labai svarbu teisingai suvokti pačią kūrybiškumo sąvoką. Turbūt labiausiai paplitęs požiūris į kūrybiškumą, jog tai yra gebėjimas generuoti originalias mintis, kurios atitinka tam tikrą paskirtį. Tai yra unikali mintis, kurios sprendžia problemą, kuria galimybę, ar gamina kažkokią tam tikrą naudą (apčiuopiamą arba neapčiuopiamą) (Puccio 2001).

Psichologai kūrybiškumą traktuoja kaip asmenybės bruožą, savybę, kaip žmogaus gebėjimą kūrybiškai mąstyti, kaip kūrybišką elgesį. Psichologinėje literatūroje nurodoma, kad kūrybinga asmenybė siekia saviraiškos ir geriausiai save išreiškia kūryba. Kūrybinga asmenybė paprastai sugeba vienaip ar kitaip save realizuoti, būna atvira gyvenimui, bet kokią patyrimui. Humanistinės psichologijos kontekste kūrybiškumas suprantamas kaip transformuojanti jėga, stiprinanti žmogaus vertės jausmą, asmenybės brandimą. A. Maslow kūrybiškumą sieja su sveika, sugebančia save išreikšti ir visaverte asmenybe, taip pat pabrėžia saviraiškos (žmogaus siekio būti tuo, kuo jis gali tapti) reikšmę (Karkockienė 2002).

Apibendrinant svarbu pabrėžti, kad kūrybiškumas yra ne tik išradingumas, sugebėjimas atrasti bei kurti. Kūrybinis mąstymas apima vaizduotę, kognityvius (mąstymo) sugebėjimus bei visą asmenybę. Būtent šių trijų komponentų integracija išlaisvina kūrybingumą (Karkockienė 2006).

Ugdant kūrybingumą labai svarbu ugdyti visą asmenybę ir skatinti intelektualinį pasitenkinimą. Svarbu suvokti, jog kūrybiškumas tai ne tik vaizduotės lavinimas meno šedevrams sukurti. Kūrybišku žmogus dažniausiai vadinamas tada, kai mąsto savarankiškai, kaip aidas nekartoja to, ką šneka visi, atsilaukia prieš ideologijų represyvumą, turi keisčiausių fantazijų, netikėtų minties dėlionių, galbūt klaidingų, bet žaismingų interpretacijų. Kita vertus, ar tai ir nėra aukštojo mokslo siekis – išugdyti savarankišką, savimi pasitikinčią, originalią asmenybę. J. Biggs (2002) pateikė kūrybiškumo komponentus susijusius su lavinimosi procesu – hipotezių iškėlimas, sintezė, mąstymas, idėjų generavimas, turimų žinių taikymas įvairiose srityse, problemų, kurios neturi unikalių sprendimų, analizavimas. Taip pat jo nuomone, kūrybiškumas apima gebėjimą generuoti ir jungti idėjas bei išvalgumą vertinant naujas idėjas ir potencialius sprendimus. Turbūt daugelis aukštojo mokslo atstovų sutiktų, jog tai yra vieni iš esminių išsilavinusio žmogaus įgūdžių.

Kaip matome, kūrybiškumas nėra tik įgimtas talentas, kurį turi išskirtinės asmenybės. Tai talentas, kurį turi kiekvienas, galbūt stipresnį ar silpnesnį. Talentas turi du apibrėžimus – natūralų (prigimtini) sugebėjimą ir ugdomą (lavinamą) savybę. Vadinas galima ugdyti kūrybiškumą ar bent jau tam tikrus jo komponentus.

Kūrybiškumo ugdymas – tai maksimalus potencialių galimybių išplėtojimas, suprantamas kaip įgimtų

gebėjimų tobulinimas sudarant tam tinkamas sąlygas ir naudojant specialias kūrybiškumo ugdymo programas. Kaip teigia socialinių mokslų psichologijos daktarė D. Karkockienė (2006), ugdant kūrybiškumą svarbūs yra du dalykai:

1) įsitikinimas, kad esi kūrybiškas;

2) gebėjimas dalyvauti kūrybos procese kartu su kitais grupės nariais. Galimybė kurti kartu su kitais, išgirsti jų patvirtinimą, kad esi kūrybiškas (o kartais išklausyti ir šiek tiek kritikos) padeda ugdyti pasitikėjimą savimi, moko įtikinti kitus savo idėjomis, skatina parodyti, kad esi kūrybiškas.

Taip pat labai svarbi vidinės motyvacijos reikšmė. Geriausias paskatinimas kūrybai yra susidomėjimas, pasitenkinimas, džiaugsmas ir noras išbandyti save atliekant tam tikrą darbą, o ne išorinis spaudimas. Todėl kūrybingumo ugdymo programose turi būti numatyta, kaip ugdyti kūrybinius įgūdžius, metakognityvinius (mąstymo apie mąstymą) įgūdžius, asmenybės savybes ir nuostatas, kaip „motyvuojančius“ kūrybą ir kokią aplinką reikėtų sukurti.

Apskritai, kalbant apie kūrybiškumo ugdymą, švietimas ir mokymas yra svarbiausi kūrybiškumo faktoriai. Švietimas ir mokymas gali būti ir paskata, ir kliūtis kūrybiškumui. Pastaraisiais dešimtmečiais daugelis pasaulio išsivysčiusių šalių perėjo nuo pramoninės ekonomikos prie žinių ekonomikos, paremtos žinių, informacijos ir inovacijų kūrimu. Tačiau per mažai dėmesio buvo skirta šio ekonominio perėjimo reikšmei, ypač švietimo sistemai. Dauguma dabartinių mokyklų, universitetų ir švietimo sistemų sukurtos atitikti pramoninės ekonomikos reikalavimus ir taip jos tapo atgyvenusios. Todėl reikia pritaikyti mokymo ir mokymosi metodus žinių trokštančios visuomenės poreikiams.

Kūrybiškumo barjerai aukštajame moksle

Yra sakoma, jei įmanoma identifikuoti problemą, tai jau žingsnis link sprendimo. Todėl straipsnio autoriai, analizuodami kūrybiškumo ugdymo galimybes, pirmiausia įvardina aukštojo mokslo barjerus, trukdančius kūrybiškumo potencialo vystymuisi. Kita vertus, galima laikytis požiūrio, jog esama problema – tai iššūkis, kurį galima įveikti ar galimybė, kurią galima įgyvendinti.

Visų pirma, problema yra ne tai, jog labai sunku tiksliai apibrėžti pačią kūrybiškumo sąvoką, o tai, kad kūrybiškumas gali būti siejamas su visomis sferomis, todėl kūrybiškumo sąvoka nėra tiksli. Kūrybiškumas yra tapatinamas su analitiniu mąstymu, kuris dominuoja aukštojo mokslo aplinkoje. Ir tai laikoma savaime suprantamu dalyku, nors tai yra netiesa. Paradoksalu, esminė mokslinių tyrinėjimų veikla – naujų žinių kūrimas – yra paprasčiausiai suvokiama kaip objektyvi sisteminė veikla, o ne kūrybiška veikla, kuri originaliais ir dar neišbandytais būdais sujungia objektyvias ir intuityvias mąstymo formas (Jackson 2006). Todėl aukštojo mokslo institucijos į kūrybiškumą studentų ugdyme turėtų pažvelgti rimčiau ir įsisavinti, kad kūrybiškumas yra mokymosi ir supratimo esmė bet kurioje disciplinoje. Jeigu kūrybiškumas būtų laikomas viena iš pagrindinių ugdymo priemonių, beliktų kūrybiškumo metodikas pritaikyti skirtingoms disciplinoms.

Kur kūrybiškumas tikrai galėtų būti realizuojamas, tai kursų sudarymas ir pats mokymas. Tačiau nors ir mokytojų/dėstytojų kūrybiškumas ir kūrybiški mokymo procesai yra plačiai žinomi, bet tik nedaugelio viešai pripažįstami ir vertinami. Dėstytojai labai dažnai tiesiog patys nesistengia ar net nenori pripažinti ir atskleisti savo kūrybišką mąstymą ir veiksmus daugelyje jų praktikos aspektų. Pavyzdžiui, Jungtinėje Karalystėje Nacionalinė Mokymo Draugija remia ir viešai skatina individualius mokytojų išpareigojimus kūrybiškam mokymui ir naujovėms, o daugiau kaip 70 Mokymo ir Studijavimo Meistriškumo Centrai remia komandas, švietimo skyrius ir įstaigas, teikiančias novatoriškus ir efektyvius mokymus. Lietuvoje tokios organizacijos galėtų padaryti didelę įtaką kūrybiškumo skatinimui ir apskritai aukštojo mokslo reformavimui.

Nors yra motyvuotų dėstytojų, kurie itin atsidavę savo dėstomam dalykui ir stengiasi įdomiai pateikti informaciją ir sudominti studentus. Tačiau kūrybiškumas bus naudingas tik tuomet, kai dėstytojas tikslingai sujungs praktiką ir žinias: kūrybiškai išdėstys savo discipliną. Dauguma dėstytojų nesugeba ar nežino, kaip integruoti kūrybiškumo metodus ir procesus į jų dėstomas disciplinas. Ir netgi priešingai, daugelis aukštojo mokslo dėstytojų iš viso nebeskiria dėmesio kūrybiškiems mokymo metodams net jų pačių disciplinose. Daugelis net gerai nesuvokia kūrybiškumo svarbos moksliniuose tyrimuose ir kad kūrybiško mąstymo technikos gali būti naudojamos palengvinant problemų sprendimus.

Kūrybinio potencialo skatinimas Lietuvos aukštajame moksle

L. Armstrongas (2009) kūrybiškumą aukštojo mokslo kontekste identifiko taip:

1. *Asmenų ir grupių kūrybiškumas* – individualaus studentų ir dėstytojų bei mokymo ir mokymosi procesų kūrybiškumo skatinimas.
2. *Organizacinis kūrybiškumas* – aukštojo mokslo institucijų kūrybinio potencialo skatinimas.
3. *Regioninis kūrybiškumas* – aukštojo mokslo institucijų sąveika su kitomis institucijomis bei visuomene.

Esminis žingsnis kūrybinės visuomenės ugdyme yra atskirų individų kūrybinio potencialo skatinimas. Todėl aukštojo mokslo institucijų pagrindinis uždavinys yra sudaryti sąlygas visuomenės kūrybiškumui puoselėti ir talentingumui ugdyti. Tačiau Lietuvos švietimo sistema veikia pagal senosios industrinės sistemos principus ir yra paremta daugiausia žinių suteikimu ir jų patikrinimu, o studentų saviraiška ir originalumas, dažnai vertinamas pagal neteisingus žinių neatitinkančius standartus. Pasak E. M. Alencaro (1996), dėstytojai turėtų ugdyti studentų nepriklausomą mąstymą, pasitikėjimą savimi, iniciatyvumą, užsispyrimą siekiant tikslo, naujų idėjų priėmimą. Kūrybingas problemų sprendimas neatsiranda staiga, „iš niekur“, bet turi būti ugdomas ir kuriamas, o originalus mąstymas – vertinamas ir skatinamas. Kūrybiškumo įgūdžiams ugdyti gali būti taikomi įvairūs metodai, tokie kaip „Minčių audra“, Lateralinis mąstymas“ ir pan.

Nors ir yra tam skirtų metodų kaip efektyviau ugdyti pagrindinius įgūdžius, bet norint tai įgyvendinti reikėtų

atsisakyti dalies tipiško mokomųjų metodų, kas iššauktų didelį dėstytojų pasipriešinimą. Taip pat labai svarbu skatinti grupinį kūrybiškumą, nes tik žmonių sąveikoje kyla originaliausios idėjos, be to dirbant grupėje išmokstama priimti kritiką bei skatinama tolerancija. Komanda įgyja daug didesnį kūrybiškumo potencialą, nes suvienija savo žinias ir įgūdžius. E. Bishop (2007) patvirtina, kad sąjungos (arba socialiniai tinklai, bendravimas) ir bendradarbiavimas leidžia išvengti kompetencijos spąstų, ribotumo ir tendencijų besilaikymo, taip stimuliuojant kūrybiškumą. Tokiu būdu grupė tampa daug pranašesnė už individą. Taipogi svarbūs kūrybiškumo ugdymo aspektai yra motyvacija ir iniciatyvumas. Vidinė motyvacija skatina kūrybiškumą. C. Hooker & M. Csikszentmihalyi (2003) nustatė, kad išoriniai skatinamieji faktoriai taip pat gali paskatinti kūrybiškumą, bet vidinė motyvacija iššaukia daug didesnį kūrybiškumo poveikį. Būtina pabrėžti, jog technologijos atlieka labai svarų vaidmenį, kaip jau buvo minėta, tik lavinant technologijų įsisavinimo ir pritaikymo kompetencijas, bus sudarytos pirmosios prielaidos kūrybiniam potencialui vystytis.

Tačiau labai svarbu suvokti, kad kūrybinės visuomenės ugdymas neapsiriboja vien tik studentų kūrybinio potencialo skatinimu. Labai didelę įtaką turi ir kiti du L. Armstrongo paminėti veiksniai – organizacinis ir regioninis kūrybiškumas. Organizacija, šiuo atveju aukštojo mokslo institucijos, turi formuoti naujovėms, lankstumui ir gebėjimui prisitaikyti sparčiai kintančiame pasaulyje palankią aplinką ir kūrybiškai valdyti įvairovę. Daugelis autorių aplinkos įtaką laiko svarbiausiu veiksnium kūrybiškumui skleisti arba žlugti (Gotberg 2002).

Kūrybiškumo ugdymo poreikis vadyboje

Per paskutinius dešimtmečius radikalai pasikeitusios ekonominės veiklos sąlygos, verčia apstebėti, jog sėkmė versle šiandien priklauso nuo nuolatinio novatoriškumo. Kūrybiškumas yra esminė kompetencija būtina lyderiams, vadovams ir vadybininkams ir viena iš geriausių priemonių organizacijai suteikti konkurencinį pranašumą. R. Webster (2003) kūrybiškumą apibrėžia kaip gebėjimą ar pajėgumą kurti — įgyvendinti, suteikti naują formą, kurti vaizduotės pagalba, sukurti kažką naujo. Šiuolaikinėje vadyboje gebėjimas kurti ir vystyti naujas idėjas, suteikti kam nors naują formą yra vienas didžiausių privalumų. Organizacijos sėkmė ateina iš naujų galimybių ieškojimo ir gebėjimo atrasti užslėptus ryšius naujuose produktuose ar paslaugose, kurių nori pirkėjas. Taigi ateities organizacijų vadyba turi vadovautis novatoriškumu. Šis terminas dažnai tapatinamas su kūrybiškumu, tačiau tai nėra tas pats. Kūrybiškumas yra procesas, kurio metu kas nors sukuriamas naujo. Tuo tarpu novatoriškumas yra ko nors naujo pateikimas arba, kitaip tariant, novatoriškumas yra kūrybinio įkvėpimo įgyvendinimas. Anot L. Naiman (2004) kūrybiškumas yra novatoriškumo šaknis.

Kūrybinis potencialas, t.y. naujų problemų sprendimų ieškojimas, gebėjimas sukurti naujus produktus ar paslaugas atsižvelgiant į rinkos pokyčius, yra dalis intelektualinio turto, kuris įmonei suteikia konkurencinį pranašumą. Tai procesas ir įgūdis, kuris gali būti vystomas ir valdomas visoje organizacijoje.

Kūrybiškumo esmės suvokimas ir žinojimas, kaip jis vystosi asmeniniame ar organizaciniame lygmenyje, gali padėti pasiekti užsibrėžtų tikslų ar net sukurti norimą aplinką. Taikydama įvairius kūrybiškumo skatinimo metodus, organizacija gali pasirinkti tinkamą valdymą ir struktūrą, kurie skatintų darbuotojų kūrybiškumą. Kokia organizacinė struktūra geriausiai skatina kūrybiškumą ir inovacijų siekimą ir kokios specifinės charakteristikos leidžia pasiekti didžiausią efektyvumą? Kūrybiškumas – viena svarbiausių savybių šiuolaikinėje inovacijų vadyboje.

Taigi, kūrybiškumas turi tapti kiekvieno atsakomybe – nuo vadovo ar lyderio, įvairių lygių vadybininko ir iki paprasto darbuotojo. Būtina paminėti, jog įmonės turi ne tik skatinti ir plėtoti kūrybiškumą bei savo darbuotojų inovacinius gebėjimus, bet ir sukurti mechanizmus, nustatyti procedūras, kurių pagalba individualus kūrybiškumas taptų bendru turtu ir veiksmu, lemiančiu įmonės sėkmę. Tačiau susiduriama su problema: ar mūsų organizacijos – verslo, mokslo, valstybės valdymo – turi pakankamai specialistų, gebančių kaupti mokslo žinias, informaciją, idėjas, kompetencijas ir jas paversti produktyviu veiklos rezultatu? Ar mūsų mokslo ir studijų sistema rengia vadybos ir verslo organizavimo specialistus, pasirengusius priimti naujus iššūkius, turinčius naujai situacijai adekvačią kompetenciją, leidžiančią jiems tapti žinių ekonomikos kūrėjais savoje įmonėje ar organizacijoje? Kita vertus, ar daug turime novatoriškų vadybos studijų programų, kurios ruošia specialistus ateities ekonomikos problemoms spręsti ir apskritai ugdo kūrybinę visuomenę?

Ne tik Lietuvoje, bet ir daugelyje kitų šalių pastebima studijų „proftechnizacijos“ tendencija. Taip yra dėl to, jog universitetai sunkiai atsispiria verslo įmonių spaudimui rengti specialistus, kurie „čia ir dabar“, tiesiai po studijų, galėtų spręsti įvairius einamuosius verslo organizavimo klausimus ar dirbtų kitą darbą, kuriam atlikti visai nebūtinas universitetinis išsilavinimas. Beje, patys studentai taip pat akcentuoja pasirengimo „dirbti čia ir dabar“ kompetencijos prioritetą prieš gilesnį išsilavinimą. Rezultatas logiškas – universitetų ir kolegijų programos skiriasi menkai, naudojama ta pati literatūra, netgi dėstytojai neretai yra tie patys. Parengti specialistai galbūt ir pajėgūs spręsti operatyvinius, einamuosius vadybos ir verslo organizavimo klausimus, bet ne visada yra pasirengę kurti, diegti ir valdyti plėtos procesus įmonėse, organizacijose ar valstybės valdymo institucijose. Juo labiau jie negali organizuoti veiklos ir vadovauti įmonėms bei organizacijoms, kurių svarbiausi ištekliai yra ne pinigai, medžiagos ar darbo jėga, o žinios ir kompetencija (Jucevičius 2008).

Verslo intelektualėjimas – akivaizdi ir neišvengiama tendencija, kurią būtina įvertinti, todėl tiek verslo ar kitos socialinės-ekonominės veiklos turinys ir organizacijų vadyba turi būti vertinami pagal žinių ekonomikos (visuomenės) perspektyvą. Kiek yra studijų programų, skirtų rengti specialistus, gebančius kurti intelektualią veiklą grindžiamą verslą, žinias, informaciją, inovacijas ir kitus sunkiai apčiuopiamus išteklius paversti ekonominiu ar socialiniu rezultatu?

R. Jucevičiaus (2008) nuomone, universitetai ir kitos švietimo įstaigos turėtų teikti tokias studijų programas, kurios užtikrintų, jog busimi specialistai įgytų reikalingų

žinių ir intelektualio kapitalo, žinių organizavimo valdymo, intelektualinės antreprenerystės kompetencijų, kurios leistų jiems sėkmingai kurti ir plėsti novatoriškas įmones, inovacinius verslo tinklus bei jiems vadovauti.

Aukštojo mokslo institucijos turėtų realizuoti naujos kartos vadybos magistro studijų programas paremtas žinių ir inovacijų vadyba. Tokios programos struktūra ir modulių turinys turėtų būti sukonstruoti taip, kad jie išreikštų modernų ir šiandien propaguojamą supratimą apie vadybą: vadyba – tai organizacinio mokymosi, nuolatinės kaitos ir produktyvumo įveiklinimas (angl. – Management is leading organisational learning, transformation and performance). Verslo turinio prasme tokios programos turėtų orientuotis į verslą, kuris grindžiamas produktyvių žinių kūrimu ar jų novatorišku taikymu.

Apskritai aukštasis mokslas kūrybiškumą turi suvokti, kaip vieną iš esminių kompetencijų, reikalingų šiandieninės rinkos darbuotojui. Todėl aukštojo mokslo institucijos turėtų ne tik sukurti tinkamas sąlygas kūrybiniam potencialui vystyti, bet ir taikyti metodus jam skatinti. Siūloma ne tik šalia disciplinos dalykų dėstyti kūrybiškumo programas, bet ir patį kūrybiškumą integruoti į atskirus disciplinos dalykus. Svarbu, kad kūrybiškumo svarbą suvoktų ne tik studentai, bet ir patys dėstytojai, nes dėstymo metodai gali skatinti arba, atvirkščiai, žlugdyti studentų kūrybiškumą.

Išvados

Naujasis visuomenės sluoksniš – kūrybinė klasė, pagrįsta mokslo - technologine kūryba, pasaulinės ekonomikos varomoji jėga. Prof. R. Florida (2005) pateikė 3T koncepciją: Technologija, Talentas ir Tolerancija, į kurią turėtų orientuotis Lietuvos aukštasis mokslas, nes būtent čia ir yra didžiausias potencialas formuotis Lietuvos kūrybinei klasei. Nes būtent čia yra geriausios sąlygos įgyvendinti 3T koncepciją: lavinti technologijų įsisavinimo ir pritaikymo kompetencijas, ugdyti talentą bei skatinti toleranciją. Todėl aukštojo mokslo įstaigos privalo sudaryti sąlygas visuomenės kūrybiškumui puoselėti ir talentingumui ugdyti.

Apibendrinant svarbu pabrėžti kūrybiškumo ir jo ugdymo sąvokas. Kūrybiškumas – tai ne tik gebėjimas generuoti originalias mintis, kurios sprendžia problemą, kuria galimybę, ar gamina kažkokią tam tikrą naudą (apčiuopiamą arba neapčiuopiamą). Kūrybiškumo ugdymas – tai maksimalus potencialių galimybių išplėtojimas, suprantamas kaip įgimtų gebėjimų tobulinimas sudarant tam tinkamas sąlygas ir naudojant specialias kūrybiškumo ugdymo programas.

Laikydami tradicinio požiūrio, jog aukštojo mokslo vienas iš pagrindinių tikslų – ugdyti mūsų šalies visuomenę, galima daryti prielaidą, kad būtent čia yra didžiausias potencialas formuotis Lietuvos kūrybinei klasei. Nors Lietuvos aukštųjų mokyklų siūlomos verslo vadybos ir administravimo studijų programų įvairovė ugdo studentų profesines, socialines, komunikacines ir kultūrines kompetencijas, tačiau tik dalis iš jų ruošia būsimus specialistus pasirengusius ateities problemoms spręsti. Labai mažai dėmesio yra skiriama studentų nepriklausomo mąstymo, pasitikėjimo savimi,

iniciatyvumo, užsispyrimo siekiant tikslo, naujų idėjų generavimo ugdymui.

Aukštojo mokslo institucijos turėtų realizuoti naujos kartos vadybos magistro studijų programas paremtas žinių ir inovacijų vadyba. Tokios programos struktūra ir modulių turinys turėtų būti sukonstruoti taip, kad jie išreikštų modernų ir šiandien propaguojamą supratimą apie vadybą: vadyba – tai organizacinio mokymosi, nuolatinės kaitos ir produktyvumo įveiklinimas (angl. – Management is leading organisational learning, transformation and performance). Verslo turinio prasme tokios programos turėtų orientuotis į verslą, kuris grindžiamas produktyvių žinių kūrimu ar jų novatorišku taikymu.

Aukštasis mokslas kūrybiškumą turi suvokti, kaip vieną iš esminių kompetencijų, reikalingų šiandieninės rinkos darbuotojui. Todėl aukštojo mokslo institucijos turėtų ne tik sukurti tinkamas sąlygas kūrybiniam potencialui vystyti, bet ir taikyti metodus jam skatinti. Universitetai ir kitos švietimo įstaigos turėtų teikti tokias studijų programas, kurios užtikrintų, jog busimi specialistai įgytų reikalingų žinių ir intelektualinio kapitalo, žinių organizavimo valdymo, intelektualinės antreprenerystės kompetencijų, kurios leistų jiems sėkmingai kurti ir plėsti novatoriškas įmones, inovacinius verslo tinklus bei jiems vadovauti.

Literatūra

- Alencar, E. (1996). University students evaluation their own creativity and their teachers and colleagues level of creativity. *Gifted Education International*, 11, 128–130.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context – Update to the Social Psychology of Creativity*. Westview Press, Boulder.
- Armstrong, L. (2009). *Creativity and the Research University*. [Retrieved January 7, 2009], <<http://www.changinghigher-education.com>>.
- Biggs, J. (2002). *Creativity in Higher Education 'Creating tipping points for cultural change'*. [Retrieved January 15, 2009], <<http://209.85.129.132/search?q=cache:v5XR2Z09-migJ:www.surrey.ac.uk/sceptre/documents/PAPER3DEVELOPINGCREATIVITYINTERTIARYEDUCATION.doc+Creativity+in+Higher+Education&hl=lt&ct=clnk&cd=3>>.
- Bishop, E., Moore, M. (2007). *The Psychodynamics of creativity*. Princeton University Press, New Jersey.
- Čepaitis, R. (2008). *Eiti pažangos siekio keliu ar grįžti į XVII amžių?* [Retrieved January 5, 2009], <<http://www.paleckis.lt/Default.aspx?Element=ViewArticle&TopicID=103&ArticleID=1103&Lang=LT>>.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. Routledge, New York.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class– and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, Jackson.
- Gotberg, K. (2002). *Verslui reikia naujų idėjų: iš kur jų gauti?* [Retrieved February 11, 2009], <<http://www.cultureartfact.org/index.php?tid=70&sid=133&aid=641>>.
- Hooker, C., Csikszentmihalyi, M. (2003). *The group as mentor: Social capital and the systems model of creativity. Group Creativity*. Oxford University Press US, New York.
- Hutcheson, M., Webster, R. (2003). *Kickstart your creativity (The Ideas Book)*. Profile Publishing Ltd, Auckland.
- Jucevičius, R. (2008). *Žinių ir inovacijų vadyba: naujos kartos magistro studijų programa*. [Retrieved February 4, 2009], <<http://www.mokslasirtechnika.lt/mokslo-naujienos/zini-ir-novacij-vadyba-naujos-kartos-magistro-studiju-programa.-html>>.
- Karkockienė, D. (2006). *Apie kūrybiškumą bei galimybes jį ugdyti*. [Retrieved January 28, 2009], <<http://www.bernardinai.lt/-index.php?url=qna/q/14>>.
- Karkockienė, D. (2002). *Kūrybos psichologija*. VPU leidykla, Vilnius.
- Kirvelis, D. (2008). *Mokslo festivalis*. [Retrieved January 12, 2009], <<http://mokslofestivalis.eu/lt/index.php?mact=News-,cntnt01,print,0&cntnt01articleid=190&cntnt01showtemplate=false&cntnt01returnid=17>>.
- Makselis, R. (2008). *Menas ir verslas drauge kuria darbo vietas*. [Retrieved January 19, 2009], <<http://archyvas.vz.lt/index.php?ss=&kid=255772&sa=1&sp=1&st=3&s=Rasius+Makselis>>.
- Naiman, L. (2004). *Creativity at work*. [Retrieved February 11, 2009], <<http://www.creativityatwork.com>>.
- Puccio, G. J. (2001). *Creative Thinking in the Higher Education Classroom*. [Retrieved January 19, 2009], <<http://www.learnerstogether.net/creative-thinking-in-the-higher-education-classroom/107>>.
- Kanapeckienė, L., Gribniak, V. (2007). *Žinių valdymas ir aukštasis mokslas*. [Retrieved January 14, 2009], <<http://www.cceol.com/aspx/getdocument.aspx?logid=5&id=0fe2da7c-3fc4-40c9-9827-2819dd2635ba>>.

LITHUANIAN HIGHER EDUCATION PERSPECTIVE – CREATIVE SOCIETY DEVELOPEMENT

Summary

As R. Florida (2002) indicated new level of society – creative class, the creative potential became the main aspect in economical and social spheres. According to this, Lithuania also has to concentrate on creative society development. So the object of investigation is creativity development in Lithuania higher education institutions. But too little of our teaching in higher education is focused on nurturing students' ability to think in creative ways. As a result, an educational system that should train students to become independent thinkers ends up creating individuals who readily conform to prevailing thought, individuals who take a reactive rather than a proactive approach to problem solving, and individuals who would rather follow than lead. According to this, the aim of the study - in view of the importance of the creative society, not only in social, but also in economic progress, is to identify and justify the need for creativity development in higher education institutions of Lithuania.

First of all, creativity is defined that it is a skill that can be developed and a process that can be managed that leads to possibility of nurturing creativity in education. So by identifying the concept of creativity development and affirming the main presumptions for stimulating it, authors of the article provided reasons for why there should be concerned to support students' creative development and explores the problem of creativity in higher education.

In the second part authors tried to analyze and determine the barriers of nurturing creativity in education system. Firstly, it is said that the problem is not that creativity is absent but that it is omnipresent. That it is taken for granted and subsumed within analytic ways of thinking that dominate the academic intellectual territory. Secondly, although teaching and designing courses are widely seen as sites for creativity: teachers' creativity and creative processes are largely implicit and are rarely publicly acknowledged and celebrated. Thirdly, although students are expected to be creative, creativity is rarely an explicit objective of the learning and assessment process.

Fourthly, for teachers whose motivation derives primarily from their passion for the subject, creativity only has meaning when it is directly associated with the practices and forms of intellectual engagement in their discipline. And fifthly, while many higher education teachers recognize the intrinsic moral value of promoting students' creativity, they balk at what they perceive as the additional work necessary to successfully implement more creative approaches. Furthermore, any conversation about creativity raises many organizational barriers and factors that inhibit or stifle attempts to nurture creativity.

In general higher education occupies a privileged position in providing educational opportunities that engage people in complex learning and problem working – ideal conditions for

the development of creative human potential. There was stated that higher education institutions can contribute to the creativity of three constituencies – students (how the students are educated to unleash their creative capacity), faculty (how the institutions are organized or the faculty is rewarded to reach their creative potential) and regional (the creativity nurturing interface between university and the region). The most important argument for higher education to take creativity in students' learning more seriously and that creativity lies at the heart of learning and performing in any subject-based context and the highest levels of both are often the most creative acts of all.

KEYWORDS: creative society, creativity, creativity development, Lithuanian higher education.

Aurelija Ganusauskaitė, Vytauto Didžiojo universiteto, Ekonomikos ir vadybos fakulteto, Firmų organizavimo ir vadybos krypties II k. magistrantė. Mokslinių interesų sritys: kūrybiškumas versle ir vadyboje. Pagrindinės publikacijos: Čepaitė A., Ganusauskaitė A. (2008). Kūrybiško mąstymo svarba ir ugdymas šiuolaikinėse organizacijose // Ūkio plėtra: teorija ir praktika, 5-toji mokslinė konferencija. ISBN 978-9955-33-354-8. Ganusauskaitė A., Liesionis V. (2008). Kūrybinis procesas ir jo potencialo skatinimas organizacijoje // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. ISSN 1392-1142. 2008, Nr. 48, p.23-33. (Registruota Business Source Complete bazėje nuo 2003 m.). Adresas: S. Daukanto g. 28, Kaunas. Tel.: +370 698 79 362.

Vytautas Liesionis, socialinių mokslų daktaras (vadyba ir administravimas), Vytauto Didžiojo universiteto, Ekonomikos ir vadybos fakulteto, Vadybos katedros docentas. Mokslinių interesų sritys: Moderniojo marketingo teorija ir praktika, personalo valdymas. Pagrindinės publikacijos: Bakanauskas A., Bakanauskienė I., Liesionis V. (2003). Setting the price of an employee in organizations: different approaches // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. ISSN 1392-1142. 2003, Nr. 28, p. 21-30. (Registruota Business Source Complete bazėje nuo 2003 m.). Liesionis V., Pilelienė L. (2007). Influence of product attributes on customer's choice // International scientific conference "Management Horizons: visions and Challenges", 27-28 September 2007, Kaunas, Lithuania. Proceeding of the Conference. ISBN 9955-12-238-8. Kaunas Publishing Office of Vytautas Magnus University, p.89-96. (Registruota Business Source Complete bazėje nuo 2005 m.). Liesionis V. (2007). Teoriniai žaliajo marketingo strategijos rengimo aspektai // Ekonomika ir vadyba ISSN 1648-9098., Nr. 1(8), p. 153-162. (Registruota Index Copernicus bazėje). Raupelytė L., Liesionis V. (2008). Ūkininko ūkio, kaip verslo organizacijos veiklos ir valdymo ypatumai // Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai. ISSN 1822-6760. 2008, Nr. 14(3), p.57-62. (Registruota Business Source Complete bazėje). Ganusauskaitė A., Liesionis V. (2008). Kūrybinis procesas ir jo potencialo skatinimas organizacijoje // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. ISSN 1392-1142. 2008, Nr. 48, p.23-33. (Registruota Business Source Complete bazėje nuo 2003 m.). Adresas: S. Daukanto g. 28-302, Kaunas. Tel.: 8-37 32 78 51.