

КІБЕРНЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Чубукова О. Ю., д.е.н., професор
завідувач кафедри економічної
кібернетики та маркетингу КНУТД

Шановні колеги! Сьогодні ми проводимо чергову конференцію присвячену питанням розвитку такої важливої науки, як маркетинг. Без знань механізмів здійснення маркетингових досліджень, способів просування продукції, організації реклами, проведення паблік-релейшн, неможливе формування нової духовно розвинутої, креативної людини.

Я вітаю вас всіх з відкриттям і проведенням конференції молодих вчених і студентів і хотіла б зосередити вашу увагу на кібернетичних підходах до формування креативної особистості.

Актуальність обраної теми наукового дослідження зумовлена беззаперечністю того факту, що рушійною силою, яка визначає зміни у суспільстві, була і залишається людина, яка мислить і діє.

У своїх дослідженнях економісти завжди дотримувались однієї з моделей поведінки людини. Останнім часом в Україні і за кордоном значно зріс інтерес до теми «економічної людини», яка розглядається як предмет інтегрованої теорії, що найчастіше поєднує економіку, філософію, соціологію, культурологію, психологію і антропологію. З відходом у минуле соціалістичних форм господарювання і проникненням у всі сфери діяльності людини ринкових відносин, формуванням «нової економіки», основними ознаками якої є інформатизація, глобалізація, креативізація, інноваційність тощо, виникла гостра потреба у соціально-економічній та філософській оцінці «економічної людини», як діючої особи цієї економіки, яку ще іноді називають «економікою знань», «когнітивною економікою», «інтелектуально-інформаційною економікою» тощо, її місця та ролі у становленні та розвитку суспільства як цілісної соціальної системи, трансформації цієї моделі і формування нової моделі - «креативної людини».

Підходячи до питання формування такої моделі перш за все необхідно звернути увагу на ті нові риси працівника нової економіки, які найбільш чітко проявились останнім часом: інтелектуальність, інновативність, висока виробнича адаптивність, освітня мобільність, здатність до партнерства, різнобічна мотивованість. На нашу думку, загальна модель людини в економіці, незалежно від типу економіки, повинна відображати, такі основні складові: цілі, цінності, мотиви, потреби, здібності, інтереси, спрямованість активності.

На основі виявлених вище основних рис нового типа працівника, який формується в новій економіці, конкретизуємо загальну модель людини для нової економіки - економіки знань, яку у свою чергу можна назвати моделлю «людини креативної». Таким чином підводячи підсумки можна зробити такі висновки. Якщо головне багатство «економічної людини» було економічним, матеріальним і це багатство визначало місце, силу і «вагу» індивіда, то в нових умовах основну силу і багатство особистості складає креативний потенціал, творчість і її плоди. Це зумовлено особливостями творчості, тим, що сам процес її володіє особливою цінністю, приносить людині вище задоволення, т.т є самоцінністю. Історія творчості і творчих особистостей має багато фактів які це підтверджують.

Запропонована нами модель креативної людини відповідає виділеному вище креативно-інноваційному типу особистісного трудового потенціалу. Саме такий тип потребує нова економіка — економіка знань. Проте це не означає, що він одразу стане головним і єдиним. Будуть мати місце і певну частку і два інших - традиційний і змішаний. Проте, провідною тенденцією економіки буде ставати її креативізація, що буде зумовлено розширеним відтворенням і розвитком моделі креативної людини. Що і буде предметом наших подальших досліджень.