

STARTUP-URILE CA O NOUĂ FORMĂ DE DEZVOLTARE A CREATIVITĂȚII INOVATIVE LA VIITORII SPECIALIȘTI-PEDAGOGI

Eugenia FOCA, asist. univ.,
Facultatea de Științe ale Educației, Psihologie și Arte,
Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

Abstract: *This article analyzes startups as a form of developing innovative creativity in future pedagogical specialists. They stimulate the growth of creative skills especially due to the possibilities of the education system and the social environment, as well as the influence of the paradigm of thinking of the representatives of the creative environment. At this stage, a startup is a real salvation for creative people around the world, an opportunity to discover themselves, to try to make money on their own and to let others make money. The article deals with the need to search for effective methods of teaching students that meet modern socio-economic conditions.*

Keywords: *startup, creativity, innovative creativity, method of projects, pedagogical students.*

Scopurile cheie ale dezvoltării economiei sunt progresul științific și tehnologic, socio-economic și de dezvoltare inovatoare, creând condiții pentru autorealizarea talentului fiecărei persoane. Determinăm că astăzi avem stabilită o nouă prioritate pentru învățământul modern, inclusiv învățământul superior – comercializarea cunoștințelor. Aceasta include activități inovatoare și antreprenoriale, în special, transformarea rezultatelor științifice într-un produs comercial, promovarea acestuia pe piață, crearea de noi afaceri, gestionarea comercială a proprietății intelectuale, utilizarea resurselor intelectuale ale universității în economia regiunilor.

Evident că creativitatea a servit și anterior ca forță economică. Dar în cadrul structurii economice moderne, creativității i se acordă o atenție sporită. Ea este văzută așa cum s-a notat mai sus, ca sursă de inovație și mecanism, având potențialul de a schimba avantajele competitive într-un timp destul de scurt. Acest lucru determină extrapolarea acestui factor pentru o varietate de domenii de activitate și, de asemenea, stimulează cercetarea pentru mai buna înțelegere a procesului creativ [3, pp. 123].

Astăzi, instituțiile educaționale au o mulțime de posibilități de a descoperi potențialul elevilor, studenților, pentru dezvoltarea creativității acestora. Sistemul educațional ar trebui să fie direcționat spre formarea de specialiști competenți de un nou nivel, axat pe autorealizare personală și creșterea profesională într-o serie de schimbări continue. Cu siguranță, studenții trebuie să aibă competențe profesionale înalte, să poată să dobândească în mod independent noi cunoștințe, să caute abordări non-standard ale problemelor, să fie capabili de activități inovatoare și interacțiune interdisciplinară [4, pp. 34].

Încă în timp ce frecventează instituțiile școlare, tinerii spun că ar dori să înceapă drumul lor profesional ca antreprenor. De aceea, este important ca deja la școală/ universitate elevii/studenții să stăpânească calitățile și competențele necesare realizării de sine cu succes în activitate antreprenorială.

Conceptul de „startup”, înrădăcinat datorită jurnaliștilor americani și tragediei din economia americană de la sfârșitul anilor '90, a fost asociat cu apariția unui număr imens de companii de internet neprofitabile și a dus la un număr colosal de falimente.

Un startup este un tip de organizație temporară, care are scopul de a căuta un model de business repetabil și scalabil, ca răspuns la o problemă existentă nerezolvată, și care constituie etapa de trecere de la o simplă idee la o afacere [1, pp. 61].

Există multe definiții diferite pentru un startup, dar dacă le analizăm, constatăm că un startup este o platformă pentru testarea ideilor/echipelor cu privire la posibilitatea de a crea un model de afaceri profitabil în fața incertitudinilor critice. Principala condiție prealabilă pentru un startup este creșterea rapidă. Adică, chiar dacă ideea este bună, nimeni nu garantează că inițiatorului i se vor da bani pentru a o implementa, că totul nu se va prăbuși chiar din prima etapă și că afacerea va da roade și va exista mult timp.

Adevăratele „puteri” din spatele start-upurilor sunt oamenii. Sunt acei oameni creativi, curioși și încrezători, care nu văd probleme, ci doar oportunități, care generează idei și au pasiunea de a le pune-n practică. Cercetătoarea G.Pânișoară evidențiază câteva dintre beneficiile pe care le pot avea oamenii prin dezvoltarea creativității, reușite dintr-o sumă de cercetări și materiale de știință:

- putem găsi mai ușor soluții la situațiile care sunt problematice;
- vedem mai bine situațiile incerte și astfel ne adaptăm mai ușor;
- ne manifestăm mai ușor unicitatea, propriile experiențe și sentimente;
- reușim să comunicăm mai bine, mai eficient;
- avem perspective mai proaspete în a vedea lumea;
- găsim soluții originale la locul de muncă;
- creativitatea ajută la a face legături cu alții care au aceeași pasiune;
- dezvoltăm un sentiment de mândrie, „întrăm cu ea în” stare de bine, sentimentul de realizare și alte emoții și stări pozitive în viața de zi cu zi;
- creativitatea reduce anxietatea, depresia, (prin hobbyurile descoperite în mod creativ și petrecerea pozitivă a timpului);
- cercetările arată că se pot îmbunătăți și capacitățile atenționale;
- ea ajută la dezvoltarea funcțiilor cognitive ale creierului și ajută la reducerea declinului cognitiv la vârste înaintate (studii Mayo Clinic);
- vom găsi inspirație mai des, mai mult entuziasm la muncă, mai multă implicare [3].

Totuși, ce se înțelege prin „creativitate”? Nu există o definiție clară a acestui fenomen, în mod constant apar noi puncte de vedere, prin urmare, relevanța studiului creativității crește doar în fiecare an. Tradus din engleză, „creativitate” înseamnă - a crea. Iar creativitatea, la rândul ei, este considerată ca o activitate care vizează obținerea unui rezultat, un produs cu noutate. Un produs creativ este absolut esențial pentru o persoană în cultura modernă a cunoașterii și pentru societate [5, p. 16].

Primii autori care au făcut mențiune, direct sau indirect, asupra creativității au fost: Raymond Lulle, filosof din sec. XIII, care în lucrarea *Grand Art* caută să extragă semnificații noi din combinarea unor idei abstracte; Leibnitz, care în „*De Arte Combinatoria*”, dezvoltă problema aspectului combinatoriu al gândirii creatoare; Francis Bacon, descoperitorul metodei inductive, care are un evident caracter creator; A. Einstein, care afirmă că imaginația este mai importantă decât cunoașterea. Termenul propriu zis de creativitate a fost introdus de G. Allport în 1937.

Creativitatea înseamnă capacitatea de a identifica noi conexiuni între elemente (obiecte, evenimente, legi) aparent fără legătură între ele. Creativitatea implică întotdeauna aducerea unui element de noutate și ea este punctul de plecare al inovării.

Creativitatea este și producerea sau dezvăluirea unui fapt nou, lege, relație, dispozitiv sau produs, procedeu sau sistem, care are la bază cunoștințe accesibile, dar care nu decurge direct, simplu sau prin intermediul unui proces logic din informațiile ce ne stau la îndemână, ci se bazează pe procese intuitive [2, pp. 16].

Pe baza definițiilor de mai sus, putem să concluzionăm că creativitatea este un anumit tip de gândire creativă în care o persoană este capabilă să genereze idei și să propună modalități de implementare a acestora pentru a crea un produs nou.

Dacă aruncăm o privire asupra definiției „creativității”, cât și a „inovației”, deoarece majoritatea oamenilor le confundă sau le folosesc în mod greșit, vom înțelege că termenul creativitate înseamnă a avea calitatea sau puterea de a crea și este actul de a face, inventa sau produce. Inovația însă este definită ca introducerea a ceva nou sau diferit. Actul de a inova conduce la introducerea de idei, produse sau metode noi, pe scurt, a fi inovator înseamnă a-ți valorifica capacitatea creativă.

Creativitatea poate fi considerată sursa de inovare supremă – care transformă idei creatoare în produse și servicii. Astfel, creativitatea este mereu implicată atunci când inovarea duce la rezultate economice.

Un aspect interesant al inovației este acela de a privi înapoi în istorie pentru a identifica ceea ce era considerat inovator pe atunci. Am analizat în continuare, un extras dintr-o revistă din anii 1950 care arată o serie de lucruri pe care omenirea le consideră idei foarte inovatoare, care la un moment dat vor fi puse în aplicare în viitorul lor sistem de uz casnic. Dacă acum aruncăm o privire din perspectiva noastră, 70 de ani mai târziu, multe dintre aceste concepte au devenit produse sau servicii valabile pe care le recunoaștem zilnic.

- Pardoseli fără praf: s-ar putea lua în considerare aspiratorul robot automat pentru a îndeplini această descriere. Se plimbă prin casă în mod autonom, îndepărtând orice praf sau murdărie care îi vine în cale.
- Panoul de control al casei: Multe case din zilele noastre oferă o mulțime de aparate de automatizare a casei și sisteme domotice, cu o interfață centrală care conectează toate caracteristicile casei dvs. (cum ar fi iluminatul, ventilația, încălzirea centrală).
- Receptor Fono-viziune: Asemănarea cu serviciile de apeluri video, precum Skype, este extrem de similară aici. Apelurile video și conferințele bazate pe rețea au devenit un standard în aceste zile, în timp ce a fost doar un concept în anii '50.



Fig. 1. Imagine Casa viitorului... în 1956

<https://craftofcoding.wordpress.com/2016/07/06/the-house-of-the-future-in-1956/>

Pentru viitorii studenți-pedagogi un start-up poate fi și un proiect ce se va efectua în ultimul an de studii universitare de licență. Acest proiect poate include un marketing preliminar de cercetare (este nevoie de un astfel de produs astăzi pe piață? va fi solicitat?), calculul costului produsului, căutarea materialelor și tehnologiei pentru crearea, metodologia și succesiunea acestuia. De aseme-

nea, o etapă importantă a proiectului va fi prezentarea produsului finit, care va deveni un atu serios pentru portofoliul absolventului la momentul angajării.

Este important să nu se teamă de greșeli (într-un astfel de proces chiar sunt binevenite). Cu cât mai multe experimente, inclusiv cele nereușite, cu cât perspectiva este mai largă, cu atât mai multe opțiuni pentru rezolvarea problemelor și cu atât mai puțină teama de implementare a celor mai îndrăznețe idei [5, p. 23].

Acestea pot fi proiecte de grup, pentru că este la fel de important să înveți cum să lucrezi în echipă pentru a crea un produs creativ colectiv. Este imposibil să crezi singur, de exemplu, un desen animat sau oricare alt proiect care implică întotdeauna o muncă complexă de grup.

Deci, inițiativa de start-upuri în rândul viitorilor studenți-pedagogi va contribui la intensificarea activității cognitive, independenței, dezvoltării abilităților creative, formarea competențelor profesionale în spectrul cerințelor necesare unui specialist modern de înaltă calificare.

Bibliografie:

1. FOCA, E. Startupul ca vector de dezvoltare inovativă în educație. In: *Relevanța și calitatea formării universitare: competențe pentru prezent și viitor*. Volumul I, 9 octombrie 2020, Bălți. Bălți: Universitatea de Stat „Alecu Russol din Bălți, 2020, pp. 61-63. ISBN 978-9975-50-255-9., [online] [citată 20.08.2021]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/61-63_19.pdf
2. MOORE, A. D. Invenție, descoperire, creativitate, Ed. Enciclopedică Română, București, 1975, 253 p.
3. PĂINIȘOARĂ, G. Creativitate pentru părinți și profesori, curs electronic, [online] [citată 20.08.2021]., Disponibil: <https://academicparenting.ro/courses/creativitatea/>
4. МАЛАХОВА, И. А. Развитие креативности учащихся и студентов как образовательная стратегия современной системы образования. [Электронный 209 ресурс] / И. А. Малахова // IDE – Online Journal [официальный сайт]. – Режим доступа: <https://www.ide-journal.org/article/2016-volume-3-number-3-развитие-креативности-учащихся-и/>.
5. СЫРБУ А.Н., СВИРИДОВА Г.А. Анализ предпринимательского потенциала вуза как способ совершенствования основных направлений развития предпринимательской деятельности в сфере образования / *Международный журнал гуманитарных и естественных наук* – Т.2, №5, 2018 – С. 218-221. [online] [citată 20.08.2021]., Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-predprinimatelskogo-potentsiala-vuza-kak-sposob-sovshenstvovaniya-osnovnyh-napravleniy-razvitiya-predprinimatelskoj>
6. ФЛОРИДА, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее: пер. с англ. / Р. Флорида. – М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с. ISBN 978-5-89817-185-8
7. МИРОШНИЧЕНКО, Л. Г. В поисках креативного класса, Вестник Московского государственного университета. Серия 18. Социология и политология. – 2013. – № 2. – С. 93-105. [online] [citată 20.08.2021]. Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/v-poiskah-kreativnogo-klassa/viewer>