

О ФОРМИРОВАНИИ РОССИЙСКОГО КРЕАТИВНОГО КЛАССА

Гуреева Н.В., Лаптев А.В.

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет», Владивосток,
e-mail: innov-man@yandex.ru

Совершенствование управления творческим потенциалом в современных условиях изменчивости экономической среды и растущим уровнем конкуренции, предполагает развитие все новых подходов к решению научно-практических задач. Российский опыт управления показывает, что развитие креативного потенциала связывают с переходом от репродуктивной системы управления к креативной, которую иногда называют проблемной, целевой. Система формирования интеллектуального капитала нации включается в себя сферу производства инноваций и систему образования глобального инновационного уклада, направленную на формирование нового креативного класса.

Креативный класс можно определить как экономический класс, производящий экономические ценности в процессе творческой деятельности. Сюда относятся работники интеллектуального труда, представители свободных профессий, технические специалисты и т.д. [5].

В основе принадлежности к креативному классу выделяются следующие признаки: способы к самоорганизации людей в социальные группы; идентичность, основанная преимущественно на экономических функциях; собственность, не имеющая физической формы, проистекающая из творческих способностей; общие вкусы, желания и предпочтения. Суперкреативное ядро нового класса включает ученых и инженеров, поэтов и писателей, художников и актеров, дизайнеров и архитекторов, публицистов, редакторов, крупных деятелей культуры, экспертов аналитических центров, обозревателей и других людей, чьи взгляды формируют общественное мнение. Помимо этой группы к креативному классу относятся «креативные специалисты», работающие в отраслях экономики знаний, таких как сектор высоких технологий, финансы, право и здравоохранение, управление. Как правило, это подразумевает высокий уровень образования и человеческого капитала.

Согласно исследованиям экспертов [3], в рейтинге глобальной креативности, Россия занимает 30-е место среди 82 стран мира. В основу данного исследования положены разработанные Р. Флоридой индексы по трем основным факторам креативности, так называемым 3Т – технологии, таланты, толерантность (табл. 1).

Таблица 1

Рейтинги стран по индексу глобальной креативности, 2011 г. [4]

Ранг	Страна	Технологии	Талант	Толерантность	Доля креативного класса
1	Швеция	5	2	7	43,88
2	США	3	8	8	35,22
3	Финляндия	1	1	19	43,45
4	Дания	7	4	14	43,71
5	Австралия	15	7	5	44,52
6	Новая Зеландия	19	5	4	40,11
7	Канада	11	17	1	40,84
8	Норвегия	12	6	11	42,11
9	Сингапур	10	3	17	47,30
10	Нидерланды	17	11	3	46,24
30	Япония	2	45	61	17,54
30	Россия	21	13	74	38,63
54	Казахстан	60	40	57	24,77
65	Кыргызстан	50	53	65	18,40
70	Азербайджан	44	67	72	22,6

При анализе в расчет принимались следующие показатели. Талант: доля людей, имеющих высшее образование, а также доля людей творческих профессий от общего числа трудоспособного населения. По числу людей, имеющих высшее образование, Россия вошла в первую десятку, а по числу представителей креативного класса заняла 13 место среди 82 стран, представленных в исследовании. Индекс технологий отражает количество патентов, объем инвестиций в научные исследования и разра-

ботки в процентном отношении от ВВП страны, а также число исследователей на душу населения. Россия вошла в первую двадцатку по объему инвестиций в научные исследования и разработки и в десятку лучших по числу исследований на душу населения. Однако по числу патентов Россия стала лишь 28 в рейтинге. Тем не менее, в сумме талант и технологии оказались двумя наиболее сильными составляющими. По показателю толерантности Россия оказалась на 74 месте, то есть в десятке стран

с наиболее низкими показателями. Лишь 13% россиян отметили, что их родная страна благоприятным местом для проживания этнических, расовых и сексуальных меньшинств. В странах, вошедших в первую десятку, эти показатели составляют 91 и 83% соответственно, что свидетельствует о значительном отставании России (в показателе толерантности) от лидирующих [3].

Концепция креативной экономики позволяет по-новому взглянуть и на проблемы занятости. В современном мире получают развитие новые, неприемлемые для массовой индустрии, формы гибкой занятости, что позволяет решать целый ряд задач в этой области. Благодаря новым подходам в организации креативных секторов может быть существенно увеличена трудовая мобильность. Креативные индустрии имеют большой социальный потенциал, позволяя обеспечивать приемлемые формы занятости для лиц с ограниченными возможностями, а также могут внести большой вклад в развитие сельских регионов, путем развития традиционных ручных ремесел. Наконец, хорошее применение могут найти подходы, предлагаемые данной концепцией, к развитию городов и территорий.

Креативность не есть данность для определенного общества, а ее отсутствие – это не следствие отсутствия талантливых людей в обществе. Она приобретает черты социального процесса благодаря особой социальной среде, чтобы обеспечить преемственность, непрерывность и накопление креативного капитала. Формирование креативной среды не происходит автоматически, а требует соответствующих инвестиций и поддержки.

Сегодня наблюдается рост спроса на так называемые «нерутинные» (креативные) навыки. Главной проблемой является то, что сегодняшнее образование не способно выпускать «креативных людей». Известный русский учёный, врач и педагог-новатор В.Ф. Базарный отмечает следующие проблемы современного образования: игнорирование в учебном процессе творческого, эмоционально-смыслового правого полушария и преимущественная опора на информационно-программируемое левое полушарие, а также исключение из базового учебного плана художественного, музыкального, трудового воспитания и рукотворчества, что неблагоприятно отражается прежде всего на здоровье ребенка [1]. Среди подрастающего поколения российских школьников спрос на креативные профессии пока невелик (табл. 2).

Классическое образование ограничивает свободу мысли, творчества и действий будущих специалистов, приучившихся подчиняться указаниям, а не мыслить самостоятельно. Чтобы в жизни добиться успеха, очень важны интуиция, умение слышать и понимать людей, внутренняя свобода, что напрямую не зависит от уровня интеллекта и академических знаний. Рост требова-

ний к управленцам во многом связан с эскалацией процессов реформирования и инновационных преобразований в России и за рубежом. Поэтому и система образования и рынок образовательных услуг сегодня также меняется и становится одним из самых мобильных и динамично развивающихся. Изучение многих учебных дисциплин должно обеспечивать приобретение студентами совокупности знаний, умений и навыков, способствующих развитию и у них различных видов компетенций: когнитивных, функциональных, личностных, этических [2].

Таблица 2

Профессии, которые выбирают современные школьники

Профессии	1997 г., %	2012 г., %
Юрист	25	42
Банкир, финансист	37	41
Менеджер	28	31
Предприниматель	50	20
Государственный служащий	5	19
Врач	7	12
Учитель, инженер	2	7

Об увеличении спроса на управленцев с развитыми творческими способностями свидетельствует появление вакансий «креативных менеджеров» на рынке труда. Возросшие требования к креативности обусловлены также увеличением числа организаций, специализирующихся на разработке новых технологий и внедрении концепций креативного менеджмента, – рекламных агентств, архитектурных и дизайнерских бюро, научно-производственных комплексов, консалтинговых компаний и др. Креативный класс постепенно становится важной социально-экономической силой, от которой зависит решение реальных политических, экономических и научно-технических и финансовых проблем.

Список литературы

1. Базарный В.Ф. Почему стандарты знаний ведут к расщеплению личности? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.hrono.ru/proekty/bazarny/bzrn_stand.php (дата обращения: 20.10.2014).
2. Гуремина Н.В. О внедрении образовательных проектов в сфере креативного менеджмента // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 3–2. – С. 95–97.
3. Дацык А.А. Исследование тенденций креативной экономики в России и за рубежом // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://econference.ru/blog/conf06/176.html> (дата обращения: 11.10.2014).
4. Мелаендер Ш. Креативность в России: результаты глобального исследования // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: www.russ.ru/pole/Kreativnost-v-Rossii-rezultaty-global-nogo-issledovaniya (дата обращения: 26.06.2014).
5. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 421 с.