

Раздел IV

СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ

В. Э. Гордин, М. В. Матецкая, А. Сащенко

МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ЦЕЛЯХ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ В РОССИИ

Статья посвящена вопросам подготовки студентов творческих специальностей, с целью развития предпринимательских проектов в творческих отраслях, в том числе выявление готовности творческих выпускников к участию в бизнес-проектах. Теоретические основы исследования составляют работы по развитию предпринимательства в творческих индустриях. Эмпирическая часть исследования основана на результатах опроса более 100 студентов старших курсов творческих вузов Санкт-Петербурга. Гипотеза исследования состоит в том, что у студентов творческих вузов имеется предубеждение к предпринимательской деятельности, которое обусловлено как их личными качествами, так и существующей системой подготовки кадров. Если последняя будет модифицирована и ориентирована на освоение студентами навыков самостоятельной проектной деятельности, основ бизнес-планирования, то выпускники этих вузов смогут лучше адаптироваться к работе в творческих индустриях.

Ключевые слова: творческие индустрии, компетентностный подход в образовании, предпринимательство.

V. Gordin, M. Matetskaya, A. Sashchenko

MODERNIZATION OF THE EDUCATION SYSTEM FOR CREATIVE INDUSTRIES' DEVELOPMENT IN RUSSIA

This paper aims to explore issues related to personnel training with the purpose of developing entrepreneurial projects in creative industries, including identifying creative graduates' readiness to engage in entrepreneurship and business projects in the creative industries. The theoretical background of the research consists of studies on the development of entrepreneurship in creative in-

dustries. The empirical part of the research is based on the results of a survey of more than 100 senior students at the city's art universities.

Key words: creative industries, entrepreneurship, higher education.

Система подготовки кадров в сфере творческих индустрий в России

Критическим фактором, позволяющим преодолеть разрыв между низким уровнем развития творческих индустрий (далее — ТИ) в России и желаемым состоянием, является система подготовки кадров, определяющая качество управления в конкретных организациях.

Именно из-за разнообразия форм организаций творческих индустрий сложно говорить о типичной модели управления в них, о наборе управленческих и предпринимательских компетенций для выпускников вузов. Структура сектора ТИ характеризуется большим количеством малых компаний, стартапов, часто творческие проекты институционально не оформлены, многие работают как фрилансеры, или на краткосрочной основе по контрактам.

Реформирование системы образования, которое проводится в России на протяжении последних десятилетий, привело к тому, что в основу подготовки специалистов в вузах лег компетентностный подход. Характерной особенностью федеральных государственных образовательных стандартов, которые кладутся в основу учебных планов российских творческих вузов, является крайне малое количество дисциплин и учебных часов, посвященных экономической деятельности учреждений творческих индустрий и предпринимательской деятельности. Основные компетенции, предусмотренные в стандартах, затрагивают лишь творческую сторону профессиональной деятельности выпускников. Поэтому открытым остается вопрос, в какой степени целесообразно включать в программы профессионального образования по творческим специальностям, экономический или бизнес-компоненты.

Более того, студенты творческих специальностей изначально ориентированы на творческие задачи, их характеру и основному виду деятельности не сопутствует бизнес-логика. Тем временем на рынке труда требуется понимание управленческих основ реализации различных проектов, технологий продвижения художественных проектов, работы с аудиторией, взаимодействия с партнерами, спонсорами.

В данной ситуации можно констатировать, что в настоящее время нормальное естественное воспроизводство молодых сил в сфере творческих индустрий в России не установлено.

Эксперты отмечают, что для студентов творческих специальностей принципиально важными являются программы, направленные на обучение работе со стартапами, работой с грантами, умение вести переговоры. По-

добный образовательный контент отсутствует в образовательных программах вузов, однако, студенты пользуются возможностью пройти краткосрочное обучение в негосударственных образовательных центрах.

Выявление предпринимательского потенциала среди студентов творческих вузов в Санкт-Петербурге

Ниже мы приводим некоторые данные из исследования, проведенного Лабораторией экономики культуры в 2011–2013 гг. Цели и задачи опроса — выявить потенциал предпринимательской деятельности среди студентов, обучающихся на факультетах управления и экономики творческих вузов. Исследование носило сравнительный характер, основная анкета для опроса заимствована из исследования Karhunen P. & Venesaar U.¹, проведенного в 2009–2011 гг. в Финляндии, Эстонии и Латвии. Ниже представлены университеты, в которых проводился опрос студентов в Санкт-Петербурге:

- Санкт-Петербургская Академия театрального искусства;
- Санкт-Петербургский государственный университет технологии и дизайна;
- Санкт-Петербургский государственный Университет кино и телевидения;
- Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет;
- СПбГУ, факультет дизайна.

Гипотеза исследования состоит в том, что у студентов творческих вузов имеется предубеждение к предпринимательской деятельности, которое обусловлено как их личными качествами, так и существующей системой подготовки кадров. Если последняя будет модифицирована и ориентирована на освоение студентами навыков самостоятельной проектной деятельности, основ бизнес-планирования, то выпускники этих вузов смогут лучше адаптироваться к работе в творческих индустриях.

Результаты опроса: персональные характеристики респондентов

Таблица 1

Персональные характеристики респондентов

Мужчины (%)	27
Женщины (%)	73
Возраст (средний)	23–24
Обучение по программе бакалавриата	72
Обучение по программе магистратуры	20
Обучение по другой программе (специалисты)	8

¹ Karhunen P., Venesaar U. (2011). Creative entrepreneurs' perceptions about entrepreneurial education: Creative Entrepreneurship Training Network-project.

Отношение к предпринимательству было определено на основе данных о предпринимателях, имеющих в кругу семьи и друзей, а также на основе ответов студентов на вопрос реализации своих карьерных планов в будущем.

Таблица 2

**Предприниматели в кругу семьи или друзей,
% респондентов**

	<i>n</i> = 100
Мой отец в настоящее время является / или был предпринимателем	44
Моя мать в настоящее время является / или была предпринимателем	33
Мои бабушка и дедушка являются или являлись предпринимателями	2
Мой брат или сестра в настоящее время является / или был предпринимателем	22
Мой супруг / супругу в настоящее время является / или был предпринимателем	4
Мой друг / подруга в настоящее время является / или был предпринимателем	41

Таблица 3

**Наиболее вероятные ожидания по реализации своей карьеры,
% респондентов**

	<i>n</i> = 100
<i>Сразу после окончания обучения / < 5 лет (%)</i>	
Я буду наемным работником в коммерческой фирме	49
Я буду работать в государственном секторе как наемный работник	33
Я стану предпринимателем	34
Я буду фрилансером	22

Надо сказать, что прослеживается четкое разделение карьерного пути в зависимости от специализации. Так, студенты направления «дизайн» в большинстве своем (87%) обозначили коммерческий сектор как будущее место работы, среди этих же студентов наибольшее число людей, готовых работать предпринимателями и фрилансерами. Студенты факультета исполнительских искусств более склонны строить карьеру в государственном секторе (45%), либо планируют продолжать обучение далее (55%). В принципе, это отражает сложившуюся структуру сектора ТИ в городе сегодня.

Далее вопросы касались общего интереса студентов к предпринимательской деятельности и оценки навыков, необходимых для ведения бизнес-проектов.

Таблица 4

**Намерения студентов заниматься
предпринимательской деятельностью, число респондентов**

<i>Задумывались ли вы серьезно о создании собственного бизнеса? (%)</i>	<i>n = 100</i>
Нет, никогда	10
Да, иногда	36
Да, у меня серьезные намерения стать собственником бизнеса	35
Да, я уже начинаю свое дело (предприятие)	15
Да, я уже создал собственный бизнес (свое дело)	3
Да, у меня уже был свой бизнес (но уже больше не работаю)	1

Как видно из таблицы, наиболее распространенным стал ответ, что студенты иногда задумывались и имеют серьезные намерения о предпринимательской деятельности, но не предпринимали конкретные шаги. На следующий вопрос отвечали только те студенты, которые дали положительный ответ на предыдущий вопрос, это чуть больше половины — 54 человека.

Таблица 5

**Стадия разработки бизнес-идеи
и необходимость в финансировании**

<i>Стадия бизнес-идеи (%)</i>	<i>n = 54</i>
Я мечтаю о собственном бизнесе	19
Я развиваю мою первоначальную идею (то есть нахожусь в процессе разработки своей бизнес-идеи, проекта)	41
Я работаю над разработкой товара / услуги	24
Я уже разработал свой товар / услугу	9
Я провожу маркетинговые исследования: поиск клиентов, создание сети контактов	7
<i>Финансовый статус (%)</i>	<i>n = 54</i>
Я не нуждаюсь во внешнем финансировании на данном этапе своей предпринимательской деятельности	4
Проект финансируется из государственных источников	9
Проект финансируется из коммерческих источников	2
Проект финансируется из частных источников	40
В настоящее время я ищу пути финансирования своего проекта	33
Нет ответа	12

Следующий блок вопросов был направлен на выявление уровня образования (навыков и знаний), необходимых для развития бизнес-проектов. Мы попросили студентов оценить уровень компетенций, необходимых для начала любого бизнес-проекта, по шкале от 0 до 5 баллов.

Таблица 6

Оценка навыков, связанных с составлением бизнес-планов

	<i>n = 100</i>
Описание компании / бизнес идеи	2,2
Анализ рынка	1,8
Описание продукта / услуги	2,4
Продажи и продвижение	1,7
Финансовое планирование	1,8
Управление проектом	2,1
Оценка риска	3
Маркетинговый план	1,7

Таким образом, желание студентов реализовать собственные бизнес-проекты в сфере ТИ по сути остается только желанием, так как компетенций для запуска реальных проектов у них недостаточно.

Чтобы выяснить наличие возможностей для получения необходимых навыков, связанных с ведением бизнес-проектов, мы спросили студентов об их интересе к подобным программам, их содержанию и готовности платить за дополнительное образование. Примечательно, что большинство респондентов проявили интерес к подобным курсам (86 человек из 100). То есть получить информацию об основах бизнес-образования готовы даже те, кто напрямую не связывает свое ближайшее будущее с бизнес-проектами.

Важно отметить, что студентам явно не хватает практической информации об открытии и ведении бизнеса, они имеют весьма условные представления об организационных моментах, связанных с ведением своего дела. На дополнительные вопросы анкеты о том, сложно ли зарегистрировать компанию, каков стартовый капитал для открытия своего проекта в сфере ТИ — студенты отвечали очень расплывчато. На самом деле формальная процедура регистрации бизнеса не составляет труда.

Студенты не могли назвать ни одного открытого конкурса или фонда, грантодающей организации, к которой можно обратиться для запуска проекта в сфере ТИ. Они не имеют представления о том, каковы источники финансирования проектов, помимо собственных средств, какова процедура

регистрации фирм, какие формы ведения бизнеса можно предложить для компаний в сфере ТИ, стартапам.

Также выразительна информация о том, что необходимыми элементами дополнительных программ являются знания по вопросам защиты интеллектуальной собственности, ведения переговоров, бизнес-планирования. Дополнительные услуги, связанные с финансовыми аспектами ведения бизнеса, менее интересны студентам, возможно, вследствие того, что в этом плане меньше особенностей в секторе ТИ, и услуги бухгалтеров доступны на рынке труда.

Выводы и рекомендации

Выводами на основании опроса и теоретических рассуждений по теме исследования можно считать следующие утверждения:

- студенты творческих индустрий слабоинформированы о том, что представляет собой бизнес в ТИ. Во многом эта ситуация обоснована существующим подходом к подготовке кадров, отсутствием практико-ориентированных форматов работы во время учебы в университетах, направленных на освоение бизнес-навыков;

- определяющим мотивом выбора творческих индустрий как сферы деятельности для большинства студентов является именно возможность заниматься творчеством. Навыки, связанные с практической реализацией творческих замыслов, рассматриваются как второстепенные.

В качестве задач модернизации образовательных программ в сфере культуры и творческих индустрий можно выделить следующие направления. Во-первых, студенты должны на стадии найма оперировать в полном объеме реалистичной информацией о будущих условиях труда; во-вторых, поддержка первоначальных инициатив в области бизнес-проектов является возможностью максимально проявить свои профессиональные способности; в-третьих, необходимо научить студента самостоятельно давать оценку своим способностям и сопоставлять ее со своими реальными достижениями.

Спектр программ обучения предпринимательству в сфере творческих индустрий, а также различных организаций, занятых в этом направлении, широк и не ограничивается высшими учебными заведениями. Практика наиболее успешных стран, реализующих программы поддержки и развития ТИ (Финляндия, Дания, Нидерланды, Великобритания, Эстония) демонстрирует эффективность деятельности консалтинговых проектов, арт-инкубаторов, средних и малых фирм, поддерживающих предпринимателей в сфере творческих индустрий¹.

¹ HKU (2010). The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries: Appendix 1, Hogeschool vor de Kunsten Utrecht, Utrecht.

Важно отметить, что многие выпускники технических и экономических специальностей становятся предпринимателями в сфере творческих индустрий. Сложно говорить о процентном соотношении, но процент их велик. В городе успешны несколько крупных проектов, когда профессиональные менеджеры руководят организациями культуры и ТИ; появляются компании профессионально решающие задачи развития организаций культуры (консалтинг и решения по ИТ, стратегии, маркетингу и прочее). Отметим, впрочем, что такая практика улучшает условия деятельности и самореализации творческих работников, однако не решает проблему их адаптации к предпринимательской деятельности.

Предполагаемые пути решения:

- развитие проектной деятельности как в рамках основных программ обучения, так и дополнительных;
- организация обучения предпринимательской деятельности на базе негосударственных образовательных структур;
- привлечение к обучению предпринимательской деятельности представителей организаций ТИ;
- использование в преподавании предпринимательской деятельности MOOCs;
- усиление в основных и дополнительных программах предпринимательского компонента;
- формирование в процессе обучения и работы над проектами команд, состоящих из творчески- и бизнес-ориентированных студентов.

Т. Т. Щелина

ШКОЛА И ВОСПИТАНИЕ В КОНТЕКСТЕ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННЫХ КУЛЬТУРНЫХ ИНДУСТРИЙ

Влияние современной школы на социализацию воспитанников зависит от того характера жизнедеятельности и той культурной и психологической атмосферы, которые отличают ее как воспитательную организацию, от ее быта, содержания и взаимодействия, создающих более или менее благоприятные возможности для развития ребенка, удовлетворения им своих позитивных потребностей, способностей и интересов. С позиций социальной педагогики школа может быть охарактеризована как воспитательная организация, основной задачей которой является социальное воспитание детей и подростков в соответствии с основными функциями в процессе социализации.

Ключевые слова: девальвация личности, воспитание, стихийная социализация, детская преступность.