Оригинальная статья / Original article

УДК 338.4
http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-3-267-280

Креативное мышление как элемент Soft Skills специалиста индустрии событий

Ксения Игоревна Деревянко[1], Виктория Петровна Орловская[2], Инга Георгиевна Филиппова[3]✉

[1, 3] *Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия*

[2] *Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия*

[1] *derevyanko.k@mail.ru*

[2] *orlovskaya.v@unecon.ru*

[3] *ingaphilippova@yandex.ru✉*

Аннотация

Цель. Комплексный анализ проблемы внедрения отдельной компетенции «креативное мышление» — необходимого элемента *soft skills* — в результаты освоения учебных дисциплин для повышения ресурса развития сервисного предприятия на примере индустрии событий как части креативной индустрии.

Задачи. Исследование соотношения индустрии событий и креативных индустрий; обоснование важности креативного мышления для специалиста индустрии событий и необходимости внедрения обучения креативному мышлению в образовательные практики при освоении направления «конгрессно-выставочная деятельность».

Методология. Теоретической и методологической основой исследования являются научные труды отечественных и зарубежных ученых, а также специалистов в области креативности и ее использования в качестве ресурса развития предприятий. Авторами статьи применены такие виды анализа, как компаративный (сравнение подходов, идей, опыта разных стран в области исследования состава креативных индустрий), герменевтический (интерпретация различных аспектов, связанных с анализом потребностей образовательных практик в развитии креативного мышления) и системный.

Результаты. Основная проблема исследования обусловлена современными тенденциями развития креативной экономики и индустрии событий как ее элемента. Формализованного рынка креативных индустрий с четкими формами, правилами и субъектами в России сегодня не существует. Отсутствуют законодательная база, структурированные правовые и финансовые механизмы поддержки и развития креативных индустрий. Данная ситуация складывается из-за того, что существует проблема-первоисточник: креативные индустрии неочевидно рассредоточены между секторами российской экономики. В контексте исследования рассмотрена и проблема, связанная с понятием «креативная индустрия», его содержанием и пределами, недостаточной проработанностью вопросов об обосновании места индустрии событий и ее принадлежности к креативным индустриям, отсутствии теоретических и практических разработок в области изучения креативного мышления при подготовке специалистов для индустрии событий. Настоящее исследование служит предпосылкой для пересмотра роли и значения развития навыка креативного мышления как обязательного элемента обучения по направлениям подготовки кадров для ивент-индустрии. Результаты исследования характеризуются возможностями для подготовки прикладных решений проблемы развития навыков креативности на современном этапе продвижения индустрии событий в России как динамично развивающейся отрасли, необходимости повышения ее вклада в национальную экономику. В частности, выявлены главные признаки отнесения индустрии событий к креативным индустриям в современной трактовке содержания этого понятия, выполнена оценка необходимости выделения креативного мышления в отдельную компетенцию для обучения по направлениям в области индустрии событий.

© Деревянко К. И., Орловская В. П., Филиппова И. Г., 2022

Выводы. Выявлена особая роль креативного мышления и обоснована необходимость выделения отдельной компетенции «креативное мышление», рассмотрения ее как неотъемлемой составляющей результатов освоения большей части дисциплин профессионального цикла в рамках подготовки специалистов для индустрии событий. Это, согласно авторской позиции, будет способствовать минимизации разрыва между потребностями рынка и сущностью текущих образовательных программ, а также комплексному формированию искомых «опережающих профессиональных компетенций» и «навыков будущего».

Ключевые слова: *креативность, креативное мышление, обучение креативному мышлению, индустрия событий, ивент-индустрия, творческие индустрии, креативные индустрии*

Для цитирования: Деревянко К. И., Орловская В. П., Филиппова И. Г. Креативное мышление как элемент Soft Skills специалиста индустрии событий // *Экономика и управление.* 2022. Т. 28. № 3. С. 267–280. http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-3-267-280

Creative thinking as a soft skill of an event industry specialist

Kseniya I. Derevyanko[1], Viktoriya P. Orlovskaya[2], Inga G. Filippova[3]✉

[1, 3] *St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

[2] *St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia*

[1] *derevyanko.k@mail.ru*

[2] *orlovskaya.v@unecon.ru*

[3] *ingaphilippova@yandex.ru*✉

Abstract

Aim. The presented study aims to comprehensively analyze the problem of including creative thinking as a separate competence – an essential element of soft skills – into the results of mastering academic disciplines to increase the development resource of a service enterprise through the example of the event industry as part of the creative industry.

Tasks. The authors investigate the correlation between the event industry and creative industries; substantiate the importance of creative thinking for an event industry specialist and the need to introduce creative thinking training into academic programs in the field of congress and exhibition activities.

Methods. The theoretical and methodological basis of this study includes the works of Russian and foreign scientists and experts in the field of creativity and its role as a resource for the development of enterprises. The study uses the following types of analysis: comparative (comparison of approaches, ideas, experience of different countries in investigating the composition of creative industries), hermeneutic (interpretation of various aspects related to the analysis of the needs of educational practices in the development of creative thinking), and systems analysis.

Results. The main problem of the study is a result of the current trends in the development of the creative economy and the event industry as its element. Today, there is no formalized market for creative industries with clear forms, rules, and subjects in Russia. There is no legislative framework or structured legal and financial mechanisms to support and develop creative industries. This is due to the fact that there is a background problem: creative industries are counter-intuitively distributed across the sectors of the Russian economy. The study also addresses the problem related to the concept of "creative industry", its content and limits, insufficient elaboration of questions about the justification of the place of the event industry and its affiliation with creative industries, lack of theoretical and practical developments in the field of creative thinking in the training of event industry specialists. This study serves as a prerequisite for reconsidering the role and importance of developing creative thinking skills as a mandatory element of the training of personnel for the event industry. The results of the study include opportunities for preparing applied solutions to the problem of developing creativity skills at the present stage of the event industry being promoted in Russia as a dynamically developing industry and the need to increase its contribution to the national economy. In particular, the main signs of the event industry's affiliation with creative industries in the modern interpretation of the content of this concept are identified, and the need to consider creative thinking as a separate competence for training in the field of the event industry is assessed.

Conclusion. The special role of creative thinking is revealed, substantiating the need to distinguish a separate creative thinking competence and to consider it as an integral component of the results of mastering most of the disciplines of the professional cycle in the training of specialists for the event industry. From the authors' perspective, this will help to minimize the gap between the needs of the market and the essence of current educational programs, and to facilitate the comprehensive formation of the desired "advanced professional competencies" and "skills of the future".

Keywords: *creativity, creative thinking, creative thinking training, event industry, creative industries*

For citation: Derevyanko K.I., Orlovskaya V.P., Filippova I.G. Creative thinking as a soft skill of an event industry specialist. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2022;28(3):267-280 (In Russ.). http://doi.org/10.35854/1998-1627-2022-3-267-280

Введение

Индустрия событий сегодня является перспективным направлением развития экономик ряда стран мира, в том числе и России. Ее значение и приоритетность подтверждаются активной деятельностью в области проведения конгрессно-выставочных и ярмарочных мероприятий различных уровней и направлений.

Так, по данным Международной ассоциации конгрессов и съездов (*ICCA*), в 2010 г. в мире проведено 10 650 ротируемых конгрессов международных ассоциаций, а в 2019 г. — 13 269. В целом регулярно в мире в период до пандемии проходило в среднем 24 тыс. мероприятий международных ассоциаций. Ежегодно в таких встречах принимали участие более 4,8 млн делегатов [1]. Речь идет только о мероприятиях международных ассоциаций. В 2020 г. в связи с пандемией количество ротируемых конгрессов международных ассоциаций закономерно сократилось до 8 409 [2]. Event-индустрию включили в число пострадавших от коронавируса отраслей практически сразу после введения ограничительных мер. Тем не менее индустрия готова адаптироваться и адаптируется путем формирования виртуальных и гибридных форм мероприятий.

В допандемийный 2019 г. Россия занимала в мировом рейтинге конгрессных дестинаций 42 место. Российская Федерация (РФ) располагает разносторонней инфраструктурой для проведения мероприятий в 85 регионах. По данным Национального конгресс-бюро, инфраструктурный потенциал включает в себя более 7 500 профессиональных участников событийного рынка — компаний ивент-индустрии, свыше 900 конгрессных площадок, более 700 тыс. кв. м выставочных площадей [3].

Значение конгрессно-выставочной деятельности обусловлено и тем фактом, что Президент России Владимир Путин поручил Правительству РФ совместно с общероссийской общественной организацией «Российский союз промышленников и предпринимателей» до 1 марта 2022 г. представить идеи о мерах дополнительной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в стране.

Индустрия событий в России

Индустрия событий в России сегодня — динамично развивающаяся отрасль, ее вклад в развитие регионов и дестинаций всё активнее обсуждается в профессиональном сообществе. Сформировано базовое понимание того, какую выгоду приносит ее интенсификация тому или иному субъекту конгрессно-выставочной деятельности. Об этом можно судить на основании работ М. Н. Конягиной, О. Н. Кострюковой, Л. В. Хоревой, О. А. Максимовской и других современных исследователей.

В трудах М. Н. Конягиной говорится о том, что проведение конгрессно-выставочных мероприятий, помимо прочего, существенно изменяет в лучшую сторону качество региональной инфраструктуры, что положительно влияет на социально-экономические условия развития региона. Но речь идет и о том, что не во всех регионах приняты успешные меры по развитию конгрессно-выставочной деятельности, а также освещен передовой опыт Санкт-Петербурга в развитии данного вида деятельности [4].

В работах О. Н. Кострюковой в контексте региональных аспектов развития ивент-индустрии исследованы особенности влияния инновационного развития городов на конгрессно-выставочную отрасль в целом и объ-

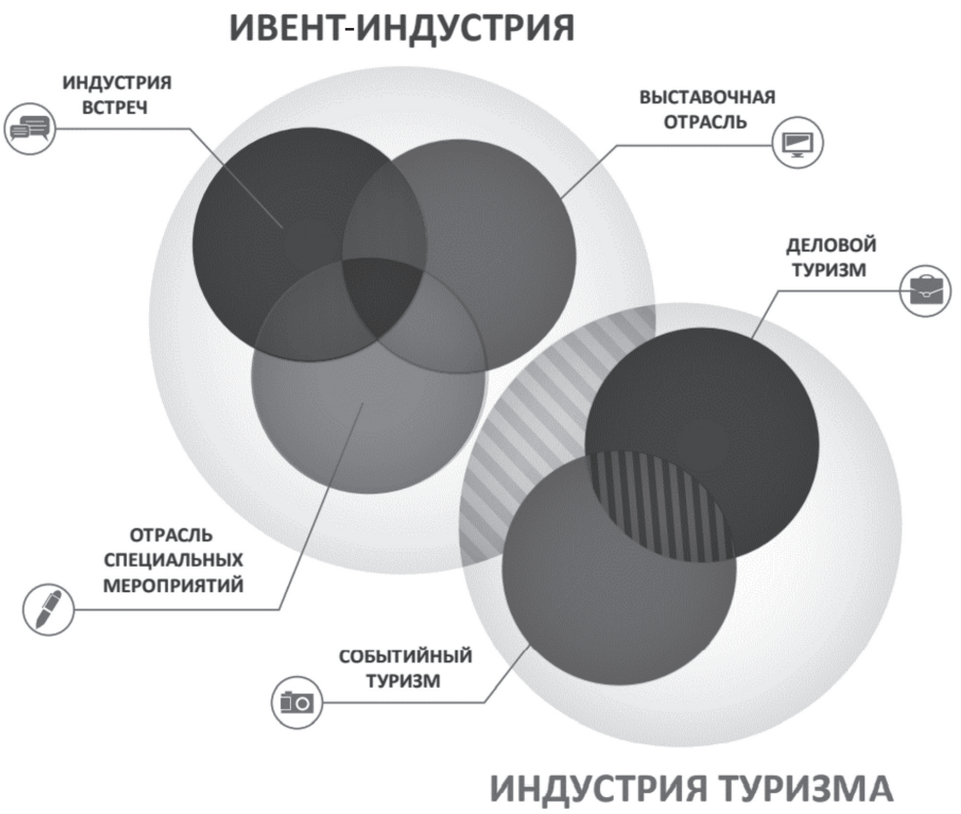

Рис. 1. Структура ивент-индустрии в соответствии с разработками ВНИЦ *R&C* [11, с. 9]
Fig. 1. Event industry structure in accordance with the developments of the R&C exhibition and research center [11, p. 9]

екты конгрессно-выставочной инфраструктуры в частности [5]. В трудах Л. В. Хоревой рассмотрены комплексные вопросы развития конгрессно-выставочной деятельности как драйвера роста вклада услуг делового туризма в экономику дестинации [6].

Актуальные вопросы цифровизации и стратегического развития конгрессно-выставочной индустрии в постковидный период исследует О. А. Максимовская [7]. Итак, не подлежит сомнению тот факт, что роль конгрессно-выставочной деятельности в развитии мировой и национальной экономики очень высока. Но существует ряд системных проблем, препятствующих эффективному развитию индустрии событий в России и повышению ее вклада в национальную экономику.

При этом зачастую индустрия событий упоминается в связи с развитием креативной экономики [8; 9; 10]. Однако отсутствует обоснование принадлежности индустрии событий к креативным индустриям и ее места в рамках креативной экономики. Таким образом, главная проблема исследования обусловлена понятием «креативная индустрия», его содержанием и пределами, недостаточной проработанностью вопросов обоснования места индустрии событий и ее принадлежности к креативным индустриям, и, как следствие, отсутствием теоретических и практических разработок в области обучения креативному мышлению при подготовке специалистов для индустрии событий.

Для решения поставленной проблемы необходимо прежде всего рассмотреть концептуальные положения и особенности индустрии событий в современных условиях. Согласно разработкам Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) *R&C*, на стыке индустрии встреч, выставочной отрасли и отрасли специальных мероприятий формируется ивент-индустрия, которая также консолидируется с индустрией туризма в области событийного и делового туризма, как видно на рисунке 1. Такая структура не является эталонной, и она приведена в настоящей статье для того, чтобы сделать акцент на недостаточном понимании и обосновании терминов в области конгрессно-выставочной деятельности, что может стать темой отдельного исследования.

На данном этапе мы не планировали подробно исследовать феномен формирования

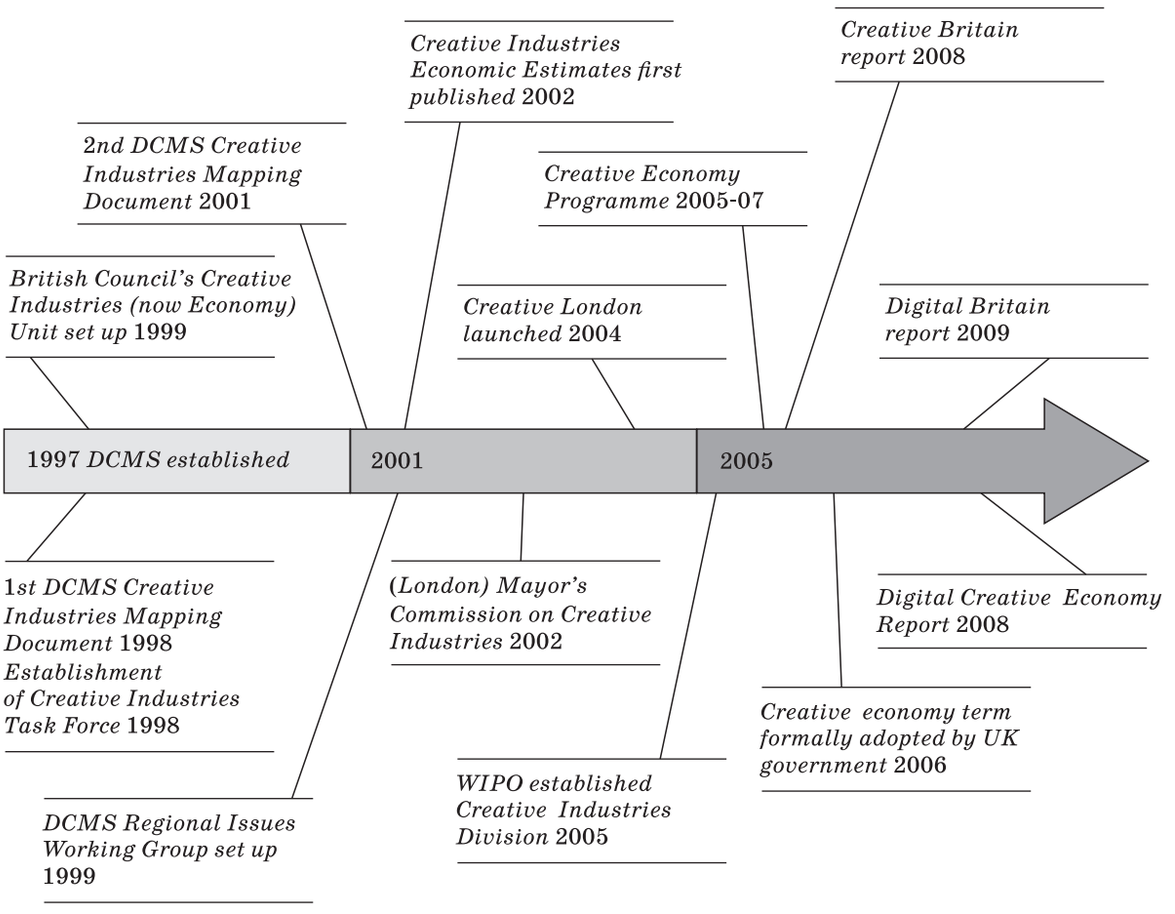

Рис. 2. Ключевые события в эволюции концепции и политики креативных индустрий [14]
Fig. 2. Key events in the evolution of the concept and policy of creative industries [14]

и сущности структуры ивент-индустрии, ее понятийно-терминологический аппарат. Отметим лишь, что термины «event-индустрия», «ивент-индустрия», «индустрия встреч», «индустрия событий» являются по своей сути синонимами, а для целей настоящей статьи предлагаем использовать понятие «индустрия событий».

Для понимания в дальнейшем сущности рассматриваемой нами ключевой проблемы необходимо исследовать отношения между креативной экономикой и индустрией событий. Обратим внимание на то, что формализованного рынка креативных индустрий с четкими формами, правилами и субъектами в России сегодня не существует. Отсутствуют законодательная база, структурированные правовые и финансовые механизмы поддержки и развития креативных индустрий. Данная ситуация складывается вследствие того, что существует проблема-первоисточник: креативные индустрии неочевидно рассредоточены между секторами российской экономики.

В мировой практике креативные сектора экономики выступают в качестве предмета государственной политики [12], страны разрабатывают и внедряют меры по поддержке их развития, например, реализуя государственные программы поддержки и субсидирования различных секторов культуры в странах Западной Европы. Прослеживается государственное участие в развитии галерейного и выставочного бизнеса в Северной Европе. Но ряд теоретических вопросов о сущности и составе креативной экономики до сих пор остаются дискуссионными. Дебаты вокруг определений креативной экономики и креативной индустрии начались в конце 1990-х — начале 2000-х гг., их инициаторами стали Австралия и Великобритания [13]. Основные события в эволюции концепции и политики креативных индустрий в Великобритании представлены на рисунке 2.

Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании определил 13 видов экономической деятельности, перечень кото-

Рис. 3. Структура креативной индустрии [16]
Fig. 3. Creative industry structure [16]

рых стал базовым для ряда стран в области трактовки структуры креативной экономики. Тем не менее в международной практике по-прежнему не сложились единое определение и согласованная классификация креативных индустрий. Эксперты ЮНЕСКО используют понятие «креативные индустрии», в то время как на уровне Европейского союза применяется термин «культурные и креативные индустрии», а во Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) — «копирайт индустрии» или отрасли авторского права. В некоторых государствах креативные индустрии называют «культурными», а в Республике Корея и Японии — индустрией контента [15].

В качестве примера приведем ряд систем классификации креативных индустрий: систему классификации творческих индустрий в Сингапуре и модель авторского права в творческих отраслях (ВОИС). Система классификации творческих индустрий в Сингапуре включает в себя такие блоки, как искусство и культура, дизайн и медиа. Модель авторского права в творческих отраслях (ВОИС) выделяет основные отрасли авторского права (например, исполнительское искусство, издательское дело, программное обеспечение), взаимозависимые отрасли авторского права (например, производство и ремонт музыкальных инструментов) и отрасли с частичным авторским правом (архитектуру, производство игрушек, дизайн.

Российский исследователь М. Гнедовский в определении творческих индустрий, базируясь на определении британского Департамента, выделяет 13 подсекторов креативных индустрий [15]. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) на основе определений упомянутого Департамента и Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) трактует креативные индустрии как секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность [15]. На рисунке 3 показана структура креативной индустрии, предложенная Е. С. Мальцевой.

По данным НИУ ВШЭ, креативные индустрии включают в себя несколько направлений деятельности. К ним относятся фотография, реклама, ювелирное дело, арт-индустрия, архивы, исполнительское искусство, издательская деятельность, архитектура, музеи, библиотеки, музыка, телерадиовещание, дизайн, культурное наследие, кино и анимация, *IT* и видеоигры, мода, образование в соответствующей области.

Новое, более широкое видение и понимание сущности креативных индустрий представлено в «Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р, в которой предлагается, во-первых, рассматривать как синонимы понятия «творческие» и «креативные» индустрии, во-вторых, определена необходимость творческой и культурной активности компаний, организаций и индивидуальных предпринимателей, в-третьих, производи-

мые товары и услуги должны, помимо обладания экономической ценностью, обеспечивать формирование гармонично развитой личности, в-четвертых, безусловно, должен быть обеспечен рост качества жизни населения [17].

Вместе с тем указано, что структурированного, понятного и обеспеченного формальными рамками и обоснованиями, с определенными субъектами и объектами, а также «правилами игры» рынка креативных индустрий в России в настоящее время не существует. Минимален и вклад креативных индустрий в экономику страны. Член правления Федерации креативных индустрий А. Аузан отмечает, что в мире креативные индустрии производят в среднем 6,6 % валового внутреннего продукта (ВВП), а в развитых странах — от 10 % до 12 %. По его словам, в России эта цифра не достигает даже 2 % от ВВП [18].

При этом растет внимание, которое уделяется данной проблеме на региональном, национальном и международном уровнях. Например, 24 февраля 2021 г. при участии комитета Российского союза промышленников и предпринимателей по интеллектуальной собственности и креативным индустриям создана Федерация креативных индустрий. В планах Федерации — создание информационного онлайн-портала для творческих предпринимателей и организация колл-центра для консультирования их деятельности.

2 июня 2021 г. на Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ) состоялся первый Форум креативного бизнеса. В рамках Форума с участием более 270 спикеров состоялось 28 сессий, охватывающих самые разные аспекты развития креативных индустрий. Главной темой Форума стала «Креативная экономика в новой реальности», а основными направлениями дискуссий — комплексная экосистема креативных индустрий, а также не в последнюю очередь человеческий капитал как основополагающая составляющая в креативной экономике.

Первый Форум креативного бизнеса в рамках ПМЭФ-2021 прошел особенно успешно, и идея получила развитие на Восточном экономическом форуме (ВЭФ)-2021. Последний состоялся 2–4 сентября 2021 г. Этот Форум объединил мировых лидеров креативной индустрии, творческих визионеров, представителей бизнеса и власти для обсуждения ключевых вопросов, стоящих перед креативной экономикой. Цель Форума — стимулировать развитие креативных индустрий в России, презентовать их достижения на глобальном уровне благодаря использованию лучших мировых практик и организации конструктивного диалога государства, бизнеса и творческого сообщества. Отметим, что Форум креативного бизнеса занял свое место в дорожной карте ведущих мероприятий Международного года креативной экономики в целях устойчивого развития, который анонсирован в 2021 г. ООН.

26–29 августа 2021 г. в Москве прошло не менее актуальное мероприятие — Российская креативная неделя. Ее посетили более 250 тыс. человек, участвовали более 700 спикеров. В рамках Недели прошло более 300 мероприятий, набравших более 10 млн просмотров онлайн. Одна из важных тем, «2021 — Международный год креативной экономики в целях устойчивого развития», раскрыта на мероприятиях в процессе обсуждения таких тем, которые затрагивали вопросы инвестиций (государственных и частных) в креативную экономику. Креативные индустрии рассмотрены и в качестве основы новой экономической реальности. Участники не обошли вниманием и тему сущности, значения креативных индустрий в восстановлении экономики после пандемии COVID-19.

28 октября 2021 г. в России состоялся Первый Международный форум молодых исследователей креативной экономики. Он организован Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ в рамках деятельности Научного центра мирового уровня «Центр междисциплинарных исследований человеческого потенциала». Работе Форума предшествовала 27 октября Международная конференция «Креативная экономика: на пути к посткризисному восстановлению и устойчивому развитию», где рассмотрены актуальные темы. Среди них — ключевые тренды развития креативной экономики и креативных индустрий; влияние пандемии COVID-19 на креативные индустрии; цифровизация креативных индустрий; оценка, измерение и прогнозирование развития креативных индустрий; анализ креативных кластеров; креативный потенциал городов и регионов; выявление точек роста в креативных индустриях; лучшие практики поддержки бизнеса в сфере креативных индустрий; отрасле-

вой анализ развития отдельных креативных индустрий и др.

«Форум России: определяя будущее» проходил 2–5 декабря 2021 г. в Дубае, в российском павильоне национального дня России на «ЭКСПО-2020» при поддержке Фонда «Росконгресс», Министерства промышленности и торговли России. В рамках форума состоялась деловая сессия «Креативная экономика — от стартапов до создания новых индустрий». Участники сессии обсудили ряд вопросов, в том числе о новых возможностях для креативных индустрий, которые могут стать объектами инвестирования, и обменялись мнениями о роли креативной экономики в объединении государств, формировании целей в области устойчивого развития.

8–10 декабря 2021 г. в г. Сочи был организован Конгресс молодых ученых — одно из ключевых мероприятий Года науки и технологий. В рамках конгресса М. Гершман рассказал о развитии креативных индустрий в России и отметил, что по валовой добавленной стоимости креативных индустрий Россия отстает от многих ведущих стран, при этом занятость в креативной экономике в нашем государстве растет. В креативных индустриях в 2020 г. работали 2,6 млн человек, то есть 3,7 % занятых в стране. Креативные индустрии концентрируются в основном в крупных городах: 40 % занятых в креативных индустриях проживают в Москве и Санкт-Петербурге. Однако «творческой» специализацией характеризуются и небольшие города.

Для развития креативной экономики в России разработаны концепция механизмов государственной поддержки в крупных городских агломерациях до 2030 г., федеральный проект «Придумано в России», публикуются научные дайджесты, проводятся экспертные семинары с участием представителей органов власти [19]. В целях обеспечения нормативно-правовых основ активных действий в креативном секторе экономики подготовлена Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г., утвержденная распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р.

Рассмотрим далее вопрос о соотношении индустрии событий и креативных индустрий. Хотя данная тема может стать основой отдельного исследования, для решения поставленных в настоящей статье задач все-таки обозначим ключевые положения. Считаем, что индустрия событий по сути своей находится на стыке индустрии встреч, выставочной отрасли и отрасли специальных мероприятий, она консолидируется с индустрией туризма в области событийного и делового туризма.

С учетом определения креативных индустрий, приведенного в Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г., утвержденной распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р, становится очевидным, что организация фестивалей, выставок, конференций, форумов, конгрессов, иных событий (или ивентов) в основе своей имеет креативность — актуальнейший навык. Он является образующим для всех этапов (от идеи и разработки концепции до всех деталей проведения), поскольку, во-первых, уникальность предложения служит фактором конкурентоспособности, а также устойчивости и выживаемости на рынке, во-вторых, потребитель сегодня высоко ценит не только качество, но и впечатление от мероприятия. Создание впечатлений, безусловно, требует творческого подхода и работы с формированием интеллектуальной собственности. В новых социально-экономических условиях проблема креативности как способности участника рынка к созданию новых идей и возможных путей их реализации в индустрии событий становится мегаактуальной. Согласно представленному в указанной выше Концепции определению, к креативным индустриям относят сферы деятельности, в которых компании и организации в процессе творческой и культурной активности производят товары и услуги. Таким образом, индустрией событий выполняется первое условие отнесения к креативным индустриям.

Кроме того, нельзя забывать и о том, какие цели и задачи реализуются в индустрии событий. Все выставки и фестивали, форумы и конференции, другие мероприятия имеют не только развлекательную, но и образовательную, культурную, общеразвивающую, спортивную, политическую, иную направленность. Тем самым они соответствуют еще одному критерию: обеспечивают формирование гармонично развитой лич-

ности и рост качества жизни российского общества.

Таким образом, на основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что индустрия событий объединяет и креативное мышление, и креативное проектирование с точки зрения реализации на практике в формате событий различного масштаба и направленности [20]. Соответственно, особое значение в настоящее время имеет комплексное переосмысление отношения к подготовке кадров для индустрии событий, которую необходимо рассматривать через призму индустрии креативной.

Это подводит нас к идее о том, что креативность и креативное мышление должны стать необходимыми навыками. Под их развитие целесообразно «заточить» образовательный процесс, чтобы подготовить такого специалиста для индустрии событий, который в полной мере сможет понять и принять «новые правила игры в креативной экономике», а также реализовать принцип о том, что креативные индустрии — основа новой экономической реальности. О нем неоднократно говорили на перечисленных выше профильных мероприятиях.

Но текущая реальность не только выдвигает новые запросы с точки зрения принципиально новых методологических возможностей всем участникам образовательного процесса, но и позволяет им реализовывать гораздо более широкий спектр методик и технологий для осуществления целей и задач развития навыков креативного мышления. Концепция обучения, которая внедрена в отечественную образовательную практику на современном этапе, трактует и реализует образовательный процесс как ориентированный на студента. Этот студент теперь предстает в рамках образовательного процесса не как слушатель, а как очень активный и непосредственный субъект данного процесса. Соответственно, образовательные структуры вынуждены обновлять и выстраивать свои траектории, программы и технологии. Сегодня необходимо говорить о развитии такой подготовки кадров, которая должна быть обеспечена проектированием инновационных программ подготовки и переподготовки кадров, разработкой инновационного учебно-методического сквозного обеспечения программ по уровням образования на базе внедрения гибкой системы «опережающих профессиональных компетенций» и «навыков будущего», составляющих основу ключевых профессий будущего в индустрии событий.

Полагаем, темой отдельного исследования может выступить сущностная характеристика таких понятий, как творческая деятельность, креативность, креативное мышления. В рамках настоящей статьи мы не будем на этом останавливаться, принимая за основу общепринятое понимание креативности как творческих способностей, характеризующихся готовностью к созданию принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных или принятых схем мышления.

Креативность занимает первое место в перечне самых востребованных навыков современности [21; 22]. Изучению вопросов креативности и креативного мышления посвящено значительное количество исследований отечественных и зарубежных ученых. Но зачастую в них прослеживается идея о том, что творчеству научить невозможно или крайне трудно. Согласимся с тем, что креативности нельзя научить «напрямую», но образовательная практика может предоставить средства, возможности и соответствующую стимулирующую среду для развития творческих способностей. У всех людей в детстве так или иначе прослеживались базовые навыки творческого мышления, каждый может проявить креативность. Креативности способствуют три фактора: базовые навыки, окружающая среда (включая средства) и мотивация. Установлено, что креативная личность на уровне интуиции ощущает, что требуется для поиска и развития новой идеи, решения текущей сложной проблемы, какой нестандартный подход применить к распределению ресурсов или использованию текущей ситуации в свою пользу (на пользу компании/предприятия).

По нашему мнению, с точки зрения обучения предпочтительнее использовать термин «креативное мышление» (а не «креативность»). Учитывая исследования нейрофизиологии и глубокие научные изыскания в области развития креативности, можно отметить, что для любого творческого процесса, синонимом которого и служит креативность, базовой основой является наличие, во-первых, предрасположенности, во-вторых, владение навыками креативного мышления. Для получения креативного результата в процессе решения задачи предполагается, что тот, кто решает данную задачу, активно и целенаправленно участву-

ет в ее решении, а его процесс мышления стимулируется соответствующими образовательными методиками.

Сегодня уже вошло в практику образовательной деятельности деление навыков на так называемые *hard skills* («твёрдые» или «жёсткие» навыки) и *soft skills* («мягкие» навыки) [23; 24; 25]. По данным отечественных аналитиков, одна из базовых проблем российских компаний — нехватка человеческого ресурса, обладающего необходимыми «софтами», в первую очередь креативностью. Креативное мышление как навык мы можем отнести к категории *soft skills*. Можно утверждать, что креативное мышление — это нечто большее, чем развитие логического или академического интеллекта.

В чем состоит актуальность вопроса о развитии креативного мышления при подготовке кадров для индустрии событий? Современные социальные и экономические условия, характеризующиеся особым темпом, насыщенностью и сложностью, предъявляют высокие требования к специалистам всех сфер деятельности, в том числе и индустрии событий. Эти требования заданы как особенностями деятельности компаний, организаций и предпринимателей в ивент-индустрии, по праву относящейся к креативным индустриям, так и спецификой текущего исторического этапа развития, при котором креативность задает курс развитию не только экономик регионов и стран, но и межнациональному сотрудничеству.

Если глубже рассматривать вопрос о том, почему креативные индустрии на данном этапе развития общества резко и в короткий период стали приоритетными для глобального экономического развития, то следует обратить внимание на то, что до конца 1990-х — начала 2000-х гг., то есть до момента формулировки, идея выделения креативных индустрий попадает в пятый технологический уклад. Этот момент характеризуется развитием глобализации, электроники, информационных технологий. В результате творческая компонента деятельности человека стала особенно востребованной, хотя и сосредоточилась на поиске новых конструктивных и технологических решений в области искусственного интеллекта. Одновременно развивалась индивидуализация производства и потребления, а рост доступности информации стимулировал интерес общества к недоступным или труднодоступным ранее объектам сферы культуры и искусства.

Хотя данная ситуация, как это ни парадоксально, имела и негативные последствия для комплексного развития креативного потенциала личности. В частности, образование стало ориентироваться на цели и задачи адаптации к новым динамичным условиям в области владения информационными технологиями. В этих условиях постановка такой задачи и потребность ее решения привели к тому, что в структуре методологии обучения развитие креативного потенциала личности, креативного мышления обучающихся переместилось на менее значимые позиции. Кроме того, как пишут исследователи [24], адаптация к информационным технологиям сопровождалась формированием абсолютной веры в достоверность и абсолютность текстов, представлявшихся пользователям в информационном пространстве. В результате сформировалась мощная психология пользователя текстов, которая атрофировала креативные интенции личности.

Кроме того, образовательные технологии большинства высших учебных заведений, особенно тех, в которых представлены экономические и гуманитарные специальности, во временном аспекте отстают от реальной инновационной деятельности в области развития науки и технологий. Большинство инноваций, как показывает практика, обладают высокой ценностью в течение двух–четырех лет, сменяясь впоследствии новыми. Таким образом, можно сделать вывод о закономерном отставании от реальной инновационной деятельности сферы образования уже с точки зрения сроков освоения образовательных программ.

В итоге наблюдается разрыв между потребностями рынка и общества в специалистах с креативным мышлением во всех отраслях, в том числе и в индустрии событий, которая характеризуется нестабильностью и высокой динамичностью деловой среды, отсутствием или минимальным присутствием комплексного методологического и методического подходов к его развитию в образовательных программах. Например, при анализе 156 рабочих учебных программ вузов России по профилю бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» обнаружено лишь 11 упоминаний креативности и креативного мышления как результата освоения различных компетенций. Для того, чтобы подобная ситуация не повлия-

ла на профессиональные качества будущих специалистов индустрии событий, процесс образования должен быть представлен не только технологиями передачи суммы знаний, дидактикой, хотя сегодня основные образовательные программы направления конгрессно-выставочной деятельности характеризуются высокой практикоориентированностью и наличием активных образовательных технологий. Требуется большее: образовательный процесс должен состоять из специфических образовательных технологий, которые позволят обучающемуся осознать, активизировать и развить навыки самостоятельного творческого мышления, стимулировать способность выстраивать логику поиска решений и подходов к решению проблем, их аргументации, гибкие адаптивные способности. За счет этого обучающийся в итоге, при переходе в категорию молодого специалиста, сможет успешно реализовать эти навыки и адекватно действовать в нестандартных трудовых ситуациях.

Выводы и перспективы

Итак, с учетом изложенного сформулируем ряд выводов.

1. На основании исследования соотношения индустрии событий и креативных индустрий выявлены наиболее существенные возможности и признаки отнесения индустрии событий к креативным индустриям в современной трактовке содержания этого понятия. На современном этапе существуют минимально реализованные возможности для подготовки прикладных решений проблемы развития навыков креативности в процессе обучения в вузах России по профилю бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» в контексте динамичного этапа развития индустрии событий.

2. Представляется целесообразным выделить отдельную компетенцию «креативное мышление» и рассматривать ее как необходимую составляющую результатов освоения большей части дисциплин профессионального цикла в рамках подготовки специалистов для индустрии событий. Это будет способствовать минимизации разрыва между потребностями рынка и сущностью текущих образовательных программ, а также комплексному формированию искомых «опережающих профессиональных компетенций» и «навыков будущего».

3. Теоретические аспекты принадлежности индустрии событий к категории креативных индустрий сегодня недостаточно исследованы. Существуют широкие возможности для развития и углубления теоретических исследований в данном направлении. Перспективным направлением научных изысканий можно считать, в частности, разработку технологии внедрения освоения компетенции «креативное мышление» в дисциплины профессионального цикла по профилю бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность».

Список источников

1. ICCA Statistics Report 2019. Amsterdam: International Congress and Convention Association (ICCA), 2020. 68 p. URL: https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2396 (дата обращения: 20.12.2021).
2. ICCA Annual Statistics Study 2020. Amsterdam: International Congress and Convention Association (ICCA), 2020. 25 p. URL: https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf (дата обращения: 16.12.2021).
3. Национальное конгресс-бюро: офиц. сайт. URL: https://russiacb.com/ (дата обращения: 16.12.2021).
4. *Конягина М. Н., Громова Д. О., Полякова А. А.* Поддержка конгрессно-выставочной деятельности региона: опыт Санкт-Петербурга // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 30 (4). С. 76–83. DOI: 10.24411/2309-4788-2020-10395
5. *Кострюкова О. Н., Иванкова П. В., Михайлова К. В.* Факторы развития конгрессно-выставочной инфраструктуры в современных городах // Управление экономическими системами: электр. науч. журнал. 2019. № 4 (122). С. 49.
6. *Кострюкова О. Н., Михайлова К. В., Хорева Л. В.* Конгрессно-выставочная деятельность как драйвер роста вклада услуг делового туризма в экономику дестинации: организационно-экономическая и кадровая составляющие // Управление экономическими системами: электр. науч. журнал. 2018. № 11 (117). С. 24.
7. *Maksimovskaya (Nikitina) O.* Convention and Exhibition Industry: Digitalization and Strategic Leadership During the COVID-19 Crisis and After the Pandemic // Legal Regulation of the Digital Economy and Digital Relations: Problems and Prospects of Development (LARDER 2020). Proceedings of the 1st International Scientific Conference (Prague, Oct. 22-

23, 2020). Dordrecht: Atlantis Press, 2020. P. 215220. (Advances in Economics, Business and Management Research). DOI: 10.2991/aebmr.k.210318.035
8. *Sava D. C.* The festivals-the exploitation of the creative economy through cultural activities // Emerging Markets Economics and Business: Contributions of Young Researchers. Proceedings of the 8th Conference of Doctoral Students in Economic Sciences. Oradea: Oradea University Press, 2017. P. 118–121. URL: https://www.researchgate.net/publication/323966329 (дата обращения: 20.12.2021).
9. *Jackson C., Morgan J., Laws C.* Creativity in events: the untold story // International Journal of Event and Festival Management. 2018. Vol. 9. No. 1. P. 2–19. DOI: 10.1108/IJEFM-10-2017-0062
10. DCMS Creative Industries Mapping Documents 2001 // Gov.uk. 2001. April 9. URL: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001 (дата обращения: 20.12.2021).
11. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч. СПб.: НП-Принт, 2018. 148 с.
12. *Стуглев А. А., Ходько С. Т., Любенова А. М.* Креативная экономика и индустрия событий. Значение для экономики города // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 1. С. 117–136. DOI: 10.18334/ce.15.2.111544
13. Mapping the Creative Industries: A Toolkit. London: The British Council; 2010. 33 p. (British Council's Creative and Cultural Economy Series). URL: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf (дата обращения: 23.12.2021).
14. Креативная экономика Москвы в цифрах / под ред. Л. М. Гохберга. М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2021. 108 с.
15. *Гнедовский М.* Творческие индустрии: политический вызов для России // Отечественные записки. 2005. № 4 (25). С. 168 169. URL: https://strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii (дата обращения: 20.12.2021).
16. *Мальцева Е. С.* Креативная индустрия в российской экономике // Бизнес и дизайн ревю. 2021. № 1 (21). С. 1.
17. Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года: распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р // Справ.-правовая система «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/ (дата обращения: 23.12.2021).
18. В России создана Федерация креативных индустрий // Российское Авторское общество (РАО). 2021. 26 февраля. URL: https://rao.ru/v-rossii-sozdana-federatsiya-kreativnyh-industrij/ (дата обращения: 23.12.2021).
19. Креативный импульс для науки и инноваций // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2021. 14 декабря. URL: https://issek.hse.ru/news/541873047.html (дата обращения: 20.12.2021).
20. *Лапин Н. М.* Креативность как инновационный ресурс развития экономики: автореф. дис. … канд. экон. наук. Тамбов, 2008. 24 с.
21. *Деревянко К. И., Орловская В. П.* Креативность как ресурс развития предприятия сервиса (на примере event-агентств) // Экономика и управление. 2020. Т. 26. № 9 (179). С. 957–968. DOI: 10.35854/1998-1627-2020-9-957-968
22. *Puccio G. J., Mance M., Murdock M.* Creative Leadership: Skills that drive change. Los Angeles, CA: SAGE Publications, Inc., 2010. 376 p.
23. Формирование навыков креативного мышления у студентов при изучении философии, логики: конспект лекций для студентов всех специальностей / под общ. ред. А. И. Лойко. Мн.: Белорусский национальный технический университет, 2015. 80 с.
24. *Taylor C. W.* Various approaches to and definitions of creativity // The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives / ed. R. J. Sternberg. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. P. 99–121.
25. *Torrance E. P.* The nature of creativity as manifest in the testing // The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives / ed. R. J. Sternberg. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. P. 43–75.

References

1. ICCA statistics report 2019. Amsterdam: International Congress and Convention Association (ICCA); 2020. 68 p. URL: https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2396 (accessed on 20.12.2021).
2. ICCA annual statistics study 2020. Amsterdam: International Congress and Convention Association (ICCA); 2020. 25 p. URL: https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf (accessed on 16.12.2021).

3. Official website of the Russian Convention Bureau. URL: https://russiacb.com/ (accessed on 16.12.2021). (In Russ.).
4. Konyagina M.N., Gromova D.O., Polyakova A.A. Support for the region's congress and exhibition activities: The St. Petersburg experience. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural Humanitarian Studies.* 2020;(30):76-83. (In Russ.). DOI: 10.24411/2309-4788-2020-10395
5. Kostryukova O.N., Ivankova P.V., Mikhailova K.V. Factors influencing the development of convention and exhibition facilities in modern cities. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal = Management of Economic Systems: Scientific Electronic Journal.* 2019;(4):49. (In Russ.).
6. Kostryukova O.N., Mikhailova K.V., Khoreva L.V. Congress and exhibition activities as a growth driver for the contribution of business tourism services to the destination economy: Organizational, economic and personnel components. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal = Management of Economic Systems: Scientific Electronic Journal.* 2018;(11):24. (In Russ.).
7. Maksimovskaya (Nikitina) O. Convention and exhibition industry: Digitalization and strategic leadership during the COVID-19 crisis and after the pandemic. In: Legal regulation of the digital economy and digital relations: Problems and prospects of development (LARDER 2020). Proc. 1st Int. sci. conf. (Prague, Oct. 22-23, 2020). Dordrecht: Atlantis Press; 2020:215220. (Advances in Economics, Business and Management Research). DOI: 10.2991/aebmr.k.210318.035
8. Sava D.C. The festivals-the exploitation of the creative economy through cultural activities. In: Emerging markets economics and business: Contributions of young researchers. Proc. 8th Conf. of doctoral students in economic sciences. Oradea: Oradea University Press; 2017:118-121. URL: https://www.researchgate.net/publication/323966329 (accessed on 20.12.2021).
9. Jackson C., Morgan J., Laws C. Creativity in events: The untold story. *International Journal of Event and Festival Management*. 2018;9(1):2-19. DOI: 10.1108/IJEFM-10-2017-0062
10. DCMS Creative industries mapping documents 2001. Gov.uk. Apr. 09, 2001. URL: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001 (accessed on 20.12.2021).
11. Brief glossary of terms and key concepts of the event industry. Meeting industry. St. Petersburg: NP-Print; 2018. 148 p. (In Russ.).
12. Stuglev A.A., Khodko S.T., Lyubenova A.M. Creative economy and the event industry. Significance for the city's economy. *Kreativnaya ekonomika = Journal of Creative Economy.* 2021;15(1):117-136. (In Russ.). DOI: 10.18334/ce.15.2.111544
13. Mapping the creative industries: A toolkit. London: The British Council; 2010. 33 p. (British Council's Creative and Cultural Economy Series). URL: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf (accessed on 23.12.2021).
14. Gokhberg L.M., ed. Creative economy of Moscow in numbers. Moscow: NRU HSE; 2021. 108 p. (In Russ.).
15. Gnedovskii M. Creative industries: A political challenge for Russia. Otechestvennye zapiski. 2005;(4):168-169. URL: https://strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii (accessed on 20.12.2021). (In Russ.).
16. Maltseva E.S. Creative industry in the Russian economy. *Biznes i dizain revyu = Business and Design Review.* 2021;(1):1. (In Russ.).
17. On approval of the Concept for the development of creative industries and mechanisms for their state support in large and major urban agglomerations until 2030. Decree of the Government of the Russian Federation of September 20, 2021 No. 2613-r. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_396332/ (accessed on 23.12.2021). (In Russ.).
18. The Federation of Creative Industries was created in Russia. Russian Authors' Society. Feb. 26, 2021. URL: https://rao.ru/v-rossii-sozdana-federatsiya-kreativnyh-industrij/ (accessed on 23.12.2021). (In Russ.).
19. Creative impulse for science and innovation. NRU HSE. Dec. 14, 2021. URL: https://issek.hse.ru/news/541873047.html (accessed on 20.12.2021). (In Russ.).
20. Lapin N.M. Creativity as an innovative resource for economic development. Cand. econ. sci. diss. Synopsis. Tambov: Derzhavin Tambov State University; 2008. 24 p. (In Russ.).
21. Derevyanko K.I., Orlovskaya V.P. Creativity as a resource for the development of a service enterprise (on the example of event agencies). *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management.* 2020;26(9):957-968. (In Russ.). DOI: 10.35854/1998-1627-2020-9-957-968
22. Puccio G.J., Mance M., Murdock M. Creative leadership: Skills that drive change. Los Angeles, CA: SAGE Publications, Inc.; 2010. 376 p.
23. Loiko A.I., ed. Formation of creative thinking skills among students in the study of philosophy, logic: Lecture notes for students of all specialties. Minsk: Belarusian National Technical University; 2015. 80 p. (In Russ.).

24. Taylor C.W. Various approaches to and definitions of creativity. In: Sternberg R.J., ed. The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives. Cambridge: Cambridge University Press; 1988:99-121.
25. Torrance E.P. The nature of creativity as manifest in the testing. In: Sternberg R.J., ed. The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives. Cambridge: Cambridge University Press; 1988:43-75.

Сведения об авторах

Ксения Игоревна Деревянко

кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса и туризма

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а

Виктория Петровна Орловская

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры сервисной и конгрессно-выставочной деятельности

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32

Инга Георгиевна Филиппова

кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой сервиса и туризма

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а

Поступила в редакцию 18.01.2022
Прошла рецензирование 28.02.2022
Подписана в печать 28.03.2022

Information about Authors

Kseniya I. Derevyanko

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Service and Tourism

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190103, Russia

Viktoriya P. Orlovskaya

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Service and Congress and Exhibition Activities

St. Petersburg State University of Economics

30-32 Griboedov Channel Emb., St. Petersburg 191023, Russia

Inga G. Filippova

PhD in History, Associate Professor, Head of the Department of Service and Tourism

St. Petersburg University of Management Technologies and Economics

44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190103, Russia

Received 18.01.2022
Revised 28.02.2022
Accepted 28.03.2022

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.