

## Лекція. Творчі професії.

1. Творчі професії: поняття і різновиди.
2. Концепція креативного класу Річарда Флоріди.
3. Підприємництво як творчість.

1. Професія – рід трудової діяльності людини, яка володіє комплексом спеціальних знань, практичних навичок, одержаних шляхом спеціальної освіти, навчання чи досвіду, які дають можливість здійснювати роботу в певній сфері виробництва.

Творчі професії охоплюють різновиди трудової діяльності із створення нових цінностей, нового вирішення проблем у різноманітних сферах життя.

Перший різновид – ті, хто безпосередньо створює нові цінності:

учені;

інженери;

ІТ-фахівці;

викладачі;

письменники;

художники;

актори;

дизайнери;

архітектори;

редактори;

публіцисти;

експерти-аналітики та інших осіб, які формують громадську думку.

Другий різновид – ті, хто організує процес створення нових цінностей, впроваджує нові організаційні форми:

менеджери;

юристи;

підприємці.

3. Американсько-канадський вчений Річард Флоріда, – професор Школи менеджменту імені Джозефа Ротмана в Торонтському університеті. У 2002 р. видав книжку «Підйом креативного класу» (Rise of the creative class), у якій виклав свою теорію «креативного класу». Згідно з нею, креативність не можна прирівнювати до інтелекту: інтелект – це здатність опрацьовувати та засвоювати великі обсяги інформації; креативність – це здатність створювати значущі нові форми. У сучасній економіці креативність – це масштабна й безперервна практика.

Стверджується, що креативний клас не є однорідним. У ньому виділяється:

«суперкреативне ядро» (до складу якого входять науковці і інженери, університетські професори, поети і письменники, художники, актори, дизайнери, як інтелектуальна еліта сучасного суспільства, публіцисти, редактори, видатні діячі культури, експерти аналітичних центрів, отже «лідери думок»);

периферія «креативних професіоналів», які працюють у широкому колі різноманітних галузей, які вимагають високого рівня розвитку освіченості (високі технології, фінанси, право, охорона здоров'я, управління бізнесом тощо).

Ядро і периферія відрізняються мірою включеності у творчий процес. Якщо представників ядра творчий процес поглинає повністю, що означає вищий ступінь творчої діяльності як виробництва нових форм і моделей, які можна розповсюджувати і використовувати,

причому цей процес є регулярним, то представники периферії застосовують творчий підхід для удосконалення своєї діяльності.

Суперкреативне ядро складають:

- професії в галузі програмування і математики;
- професії в галузі архітектури та інженерної справи;
- професії в галузі природничих та соціальних наук;
- професії в галузі освіти, професійної підготовки та бібліотечної справи;
- професії в галузі мистецтва, дизайну, розваг, спорту та засобів масової інформації.

До периферії «креативних професіоналів» входять представники таких професій: 66

- управлінські професії;
- професії в галузі бізнесу та фінансових операцій;
- професії в галузі юриспруденції;
- професії в галузі охорони здоров'я – як лікарі, так і технічні фахівці;
- керівники професій у галузі продажів та управління продажами.

Р. Флорида вважає, що підйом креативного класу відображається у значних зсувах у цінностях, нормах та ставленнях. На основі відомостей інтерв'ю та фокус-груп, статистичних опитувань дослідник згрупував цінності у напрямки.

*Індивідуальність.* Представники креативного класу демонструють стійку прихильність індивідуальній своєрідності та самовираженню, не бажаючи підкорятися інструкціям організацій та інститутів, здійснюючи опір традиційним груповим нормам. Вони намагаються створити індивідуальну тотожність, яка відображає їх особистий творчий потенціал.

*Меритократія.* У креативного класу високо цінуються особисті здібності і заслуги, велике значення має напружена робота, відповідальні завдання і творча стимуляція. Важливо, що фінансовому стану не надається статусного значення, оскільки на перший план виходить професійне зростання, забезпечене власними зусиллями і здібностями, а визнання з боку колег служить додатковим стимулом для творчості.

*Багатоманітність та відкритість.* Багатоманітність є просто чимось, що цінується з боку креативного класу у всіх його проявах. За результатами проведених інтерв'ю та фокус-груп з представниками креативного класу, Р. Флорида зазначає, що представники саме цього класу віддають перевагу організаціям і середовищу, у якому відчувається важливість кожного і подальше кар'єрне зростання, незалежно від раси, національності чи сексуальної орієнтації. Важливо, що, як зазначає дослідник, існує сильний зв'язок між центрами високотехнологічної індустрії і громадами, які є більш відкритими до іммігрантів, гомосексуалів, індивідів іншої раси [8]. 67

Крім того, Р.Флорида визначає *індекс креативності* як загальний показник регіонального економічного розвитку і в цілому економічного потенціалу.

*Індекс креативності складається з трьох «Т»: технології, талант і толерантність.*

На практиці теорія Р. Флориди почала використовуватися для розвитку міст, комфортабельних для креативного класу, але згодом зазнала критики з боку мерів великих міст і місцевих ініціатив. Авторська ж концепція класу науковою громадськістю була сприйнята доволі неоднозначно, хоча із зацікавленістю. У 2015 р. Р.Флорида випустив іншу книгу «Нова міська криза», де визнає, що його ідея не спрацювала у тій мірі, як передбачалося, і пропонує нові варіанти практичного втілення своєї концепції [2].

### 3. ЗУ «Про підприємництво»:

«Підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством».

"Та або інша особа у принципі є підприємцем, тільки якщо вона здійснює нову комбінацію — вона перестає бути такою, коли заснована ним справа почне далі функціонувати в рамках кругообігу", — пише Йозеф Шумпетер у книзі «Теорія економічного розвитку» (1912).

Шумпетер наголошує, що підприємництво — це творчість. Воно починається тоді, коли закінчується один раз заведений порядок, тобто коли необхідно діяти по-новому. Підприємливість — це особливий дар та особлива функція, носій якої не належить до певного класу. Типовий підприємець ніколи не задається питанням, чи принесе йому кожне прикладене ним зусилля достатню компенсацію у вигляді "приросту насолод". Його мало турбують гедоністичні результати його праці. Підприємець працює, не знаючи спокою, тому, що не може інакше. І, врешті решт, сама підприємницька інновація з'являється у відповідь на його внутрішні потреби. Мета його життя полягає не у тому, щоб отримувати насолоду від досягнутого. Якщо ж у нього виникає таке бажання, то це не зупинка в дорозі, а симптом паралічу; не досягнення мети, а провісник фізичної смерті.

*Девіз підприємця — plus ultra (ще більше).* Головними спонукальними мотивами для підприємця, на думку Шумпетера, є мрія й воля заснувати свою приватну імперію й — у більшості випадків, хоча й не завжди, — свою династію. Немислимий підприємець і без волі до перемоги й радості творчості, яка стає визначальним моментом його поведінки. Йому мало бути просто "хазяїном" або "менеджером", він — новатор у повному розумінні цього слова, людина, яка формує світ, а не різноманітні потреби.

*Історія капіталізму — це і є історія творчого руйнування.* Фабрика зруйнувала кустарне (ручне) виробництво, автомобіль витіснив кінне візництво, електричне світло зробило непотрібними газові лампи. Тому процес, що є основою такого творчого руйнування, вважається відмінною ознакою капіталістичного розвитку. З його погляду, у процесі суспільно-економічного розвитку також відбувається "творче руйнування" структур й інститутів капіталізму: підлив конкуренції, ослаблення людської складової підприємницької діяльності.