

**ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТОСФЕРЫ
В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЦЕВ В ВУЗЕ¹**

**Батоврина
Екатерина
Викторовна** кандидат социологических наук, доцент кафедры управления персоналом факультета государственного управления, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (119991, Россия, г. Москва, Ломоносовский пр., 27, корп. 4). E-mail: batovrinaev@sra.msu.ru

**Купцова
Ирина
Валентиновна** доктор исторических наук, профессор кафедры регионального и муниципального управления факультета государственного управления, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (119991, Россия, г. Москва, Ломоносовский пр., 27, корп. 4). E-mail: Kupcova@sra.msu.ru

Аннотация

В статье рассматриваются понятие и структура креатосферы вуза, уточняется ее роль в развитии творческого и инновационного потенциала, а также креативности и инновационного мышления будущих руководителей. На основе анализа результатов раздаточного анкетирования студентов управленческих специальностей определяются основные направления и факторы формирования креатосферы в процессе профессиональной подготовки управленцев в вузе.

Ключевые слова: экономика знаний, креативность, инновационное мышление, творческий потенциал, инновационный потенциал, креатосфера, формирование креатосферы, профессиональная подготовка, управленческие кадры.

С развитием информационного общества и экономики знаний меняются требования к руководителям организаций, формируется спрос на управленцев нового типа с большим творческим и инновационным потенциалом, развитой креативностью и инновационным мышлением [1, 2]. «Современная парадигма управления, утверждающаяся в XXI веке, – отмечают А.Г. Гладышев, Н.М. Горбов и В.Н. Иванов, – предполагает использование потенциала духовно-творческих индивидуальностей» [3, с. 28]. «Необходимость создания креативных сетей, кастомизированных рабочих мест, наличия «калейдоскопного мышления», – вот далеко не полный перечень характеристик системы управления XXI века, с которыми связано появление менеджеров исследовательского типа или, как их принято называть, креативных менеджеров. Только такие управленцы способны к претворению в жизнь экономических реформ и инновационным преобразованиям в социальной и духовной сфере» [4, с. 5–6], – уточняет С.В. Алиева.

Показательно, что требования к творческому и инновационному потенциалу, а также креативности и инновационному мышлению руководителей упоминаются не только в научных публикациях, но и во многих кадровых и организационных документах – профессиональных профилях и моделях компетенций руководителей, индивидуальных планах профессионального развития, ценностных предложениях и даже этических кодексах. Более того, о значимости творческого и инновационного капитала для управленческих кадров заявляют на государственном уровне: например, в списке компетенций, которые проверяются у управленцев нового поколения – участников престижного конкурса «Лидеры России», значатся «внедрение изменений» и «инновационность» [5].

Тем не менее, в федеральных государственных образовательных стандартах высшего образования по направлениям подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление» (уровень бакалавриата) [6] и 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата) [7] эти компетенции отсутствуют. В большинстве высших учебных заведений, где будущие управленцы проходят основную профессиональную подготовку, целенаправленное развитие творческого и инновационного потенциала, креативности и инновационного мышления не производится.

Актуальность статьи определяется необходимостью приведения системы профессиональной подготовки управленцев в соответствие со сложившимися общественными отношениями и новыми экономическими условиями и признания креативности и инновационного мышления одними из ключевых компетенций будущих руководителей.

¹ Статья подготовлена в рамках гранта РФФИ № 17-02-00059 – ОГН «Российская модель экономики знаний и система профессиональной подготовки кадров: организационно-экономические основы инновационных преобразований».

Развитие творческого и инновационного потенциала личности – междисциплинарная тема. Основной вклад в ее развитие внесли психологи (Я.А. Пономарев, Д.Б. Богоявленская, В.Е. Клочко, Э.В. Галажинский, Е. Торренс, Ф. Бэррон, М. Микалко, Э. Лангер и др.), социологи (Р. Флорида, А.Г. Эфендиев, Л.Я. Косалс, Ю.А. Карпова), специалисты в области управления (Р. Белбин, Т. Амабайл, Дж. Стоунхаус, Г.В. Бережнов, И.А. Петровская, А.А. Абдулваганов и др.).

Изучение проблем развития творческого и инновационного потенциала управленцев в процессе профессиональной подготовки осуществляется пока недостаточно активно. К немногим исследователям, занимающимся этой проблематикой, можно отнести В.А. Лузгина [8], выявившего особенности развития профессионального творчества руководителя, С.В. Алиеву [4], аргументировавшую необходимость разработки концепции креативного образования управленческих кадров, А.Л. Веремейчука [9], обосновавшего значимость выявления и развития креативного потенциала управленческого персонала государственной гражданской службы, а также О.В. Соловьеву, А.Х. Магомедову [10], Н.В. Добровольскую [11], Ю.В. Ионову [12], К.С. Бутова, А.А. Юркину и И.И. Югалдину [13].

Большинство упомянутых выше авторов сходится во мнении, что развитие творческого и инновационного потенциала руководителей зависит, прежде всего, от внешних или, как их еще называют, «средовых» условий. При этом особая роль в их создании отводится вузам как основным субъектам профессиональной подготовки будущих управленцев.

Для обозначения среды, способствующей развитию творческого и инновационного потенциала студентов в вузе, все чаще используется понятие «креатосфера». А.В. Бузгалин и А.И. Колганов включают в это понятие ресурсы творческой деятельности, процесс творческой деятельности как сотворчество, диалог всех креаторов и продукты творческой деятельности [14]. Синонимами «креатосферы» в данном контексте являются понятия «творческого пространства» – «когнитивно-генеративной системы, стимулирующей проявление креативности и процесса развития творческой функции мышления посредством соединения познавательной деятельности с эпистемически активной средой» [15] (А.О. Карпов); «образовательного пространства» – пространства, способствующего «формированию творческой способности специалиста» [16, с. 11] (С.С. Беликова); «креативной образовательной среды» – «совокупности и последовательности методов, средств и форм организации деятельности студента, направленных на удовлетворение потребности его самореализации, поощрение его творческой активности» [17, с. 383] (Г.М. Клочкова).

Все приведенные выше дефиниции объединяют как ссылки на творческую деятельность и стимулирование творчества, так и на элементы креатосферы – методы и средства обучения студентов и др. Распространяя идеи А.В. Бузгалина и А.И. Колганова о содержании понятия креатосферы, можно выделить следующие блоки элементов в ее структуре:

1. *Первый блок – блок ресурсов*, включающий материальные, человеческие и организационные ресурсы. *Материальные ресурсы* могут быть представлены через концептуализацию творческого пространства вуза. Так, А.О. Карпов считает, что, «техника, технологии и дизайн сами по себе не гарантируют эффективного обучения и преподавания, хотя способны (так же, как бывают и не способны) придать им гибкость и познавательное богатство» [15].

Человеческие ресурсы – это профессорско-преподавательский состав, креативный класс, призванный обеспечить, говоря словами Дж. Брауна и П. Дагуида «творческое напряжение», посредством которого происходит обмен идеями [18, с. 20]. Именно оно превращает креатосферу в своеобразный творческий инкубатор, создавая условия для развития и студентов, и преподавателей.

Организационные ресурсы определяют условия творческой деятельности. И.А. Петровская и А.А. Абдулваганова, исследуя факторы креативности в организации, выделяют внутренние и внешние условия, среди которых наиболее значимые – мотивация работой, свобода действий, автономность, непрерывность обучения, ясность целей и миссии организации, коммуникация, командная работа, поддержка со стороны руководства, право на ошибку [19, с. 6–8]. Эти ресурсы значимы и в вузовской среде.

2. *Второй блок – блок сотворчества креаторов*. Применительно к вузовской среде, он может быть рассмотрен через организацию учебного процесса, научно-исследовательскую работу и внеучебную работу студентов.

3. *Третий блок – блок результатов творческой деятельности*. Как отмечает Р. Флорида, в структуре креативного класса могут быть выделены два подкласса: суперкреативное ядро и креативные профессионалы. Суперкреативное ядро характеризуется высшим уровнем творческой деятельности, то есть созданием новых форм или решений. Подкласс креативных профессионалов занимается творческими задачами, используя комплекс знаний для решения конкретных проблем [20, с. 31].

Следуя логике Р. Флориды, большинство преподавателей вузов может быть отнесено к суперкреативному ядру, большинство студентов – к подклассу креативных профессионалов. Креативные профессионалы также способны создавать методы или продукты, которые получают широкое практическое применение, но это не входит в круг их основных обязанностей. В целом к результатам творческой деятельности в вузе могут быть отнесены как итоги научно-исследовательской работы

преподавателей и студентов, так и продемонстрированные на квалификационных испытаниях знания, умения и навыки студентов.

В целях выявления ключевых направлений и факторов формирования креатосферы, способствующей развитию творческого и инновационного потенциала, а также креативности и инновационного мышления будущих управленцев в процессе профессиональной подготовки в вузе, в сентябре – октябре 2018 года было проведено раздаточное анкетирование. В анкетировании приняли участие 65 студентов бакалавриата и магистратуры факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова, обучающихся по программам «Государственное и муниципальное управление» и «Управление персоналом». Выборка – случайная.

Проведению анкетирования предшествовала подготовка анкеты. Она осуществлялась на основе трех описанных выше блоков элементов креатосферы вуза, а также модифицированных моделей творческой и инновационной среды Т. Амабайл [21, с. 1159] и организационной культуры, благоприятной для креативности и инноваций Я. Аурнхаммера и Х.Холла [22, с. 156]. В анкету вошли вопросы о значимости креативности и инновационного мышления для профессиональной деятельности будущих управленцев, а также о влиянии на их развитие таких элементов креатосферы, как:

- Организация и содержание учебного процесса;
- Организация пространства в учебных и рекреационных помещениях;
- Организация научно-исследовательской работы студентов;
- Внеучебная работа студентов;
- Материальная база факультета и вуза;
- Субъекты учебного процесса (научные руководители, преподаватели, участвующие в учебном процессе, кафедры как научно-исследовательские коллективы, администрация факультета / вуза).

Во избежание различий в трактовках респондентами терминов, ключевых для настоящего исследования (креативность и инновационное мышление), их определения были приведены в начале анкеты в инструкции для респондентов: «Под креативностью мы понимаем способность личности к творческому поиску в различных сферах деятельности, результатом которого является получение новых, уникальных продуктов. Инновационное мышление – это тип мышления, способствующий созданию и внедрению новых материальных и нематериальных продуктов в конкретной сфере человеческой деятельности, неразрывно связанный с профессиональным развитием и самореализацией субъекта деятельности. Если «продуктом» креативности является новая идея, то «продукт» инновационного мышления – это новая идея + способы ее реализации в конкретной профессиональной сфере для решения конкретных задач».

В ходе раздаточного анкетирования были получены следующие результаты:

1. Подавляющее большинство респондентов оценили роль креативности и инновационного мышления в своей будущей профессиональной деятельности как «высокую» (отметили 38,1 % и 32,26 % респондентов соответственно) и «скорее высокую» (44,44 % и 41,94 % респондентов соответственно), что косвенно подтверждает необходимость их целенаправленного развития в процессе профессиональной подготовки в вузе.

2. По мнению участников анкетирования, вуз оказывает существенное влияние на развитие их креативности и инновационного мышления (оно получило среднюю оценку в 7 баллов по 10-балльной шкале), но на сегодняшний день использует не все возможности формирования среды, благоприятной для творческой и инновационной активности студентов.

3. Резервы вуза по *развитию креативности* студентов-управленцев связаны с такими элементами креатосферы, как:

- Организация пространства в учебных и рекреационных помещениях, включая дизайн учебных и рекреационных помещений (отметили 82,35 % и 68,18 % респондентов соответственно), их техническое оснащение (58,33 % и 50,00 %) и удобство (52,00 % и 72,22 %);
- Организация учебного процесса и, прежде всего, ее результат – сбалансированная учебная нагрузка (отметили 73,53% респондентов);
- Содержание учебного процесса, включая использование активных методов обучения – ролевых игр (отметили 65,31 % респондентов), деловых игр (52,63 %), тренингов (53,33 %), а также проведение практикумов (57,69 %), мастер-классов (55, 81 %), мозговых штурмов (54,55 %) и круглых столов (46,34 %);
- Внеучебная работа, в том числе, организация выставок и конкурсов научных работ студентов (отметили 60,00 % респондентов), проведение интеллектуальных игр (61,76 %) и экскурсий (58,82 %).

Возможности вуза по *развитию инновационного мышления* студентов-управленцев, по мнению участников анкетирования, связаны преимущественно с организацией их научно-исследовательской работы. Особое значение имеют:

- Привлечение студентов к участию в научно-исследовательских работах и грантах (отметили 54,84 % респондентов);

- Организация научно-исследовательской работы и практики студентов на базе технопарка, входящего в структуру вуза (55,56 %), инновационных предприятий, сотрудничающих с вузом (57,69 %);
- Проведение научных конференций (53,49 %);
- Обеспечение свободного доступа студентов к новейшей информации, в том числе, к базам статей и иным научным ресурсам (54,84 %).

Как и креативность, инновационное мышление студентов может быть развито с помощью активных методов обучения. В числе наиболее перспективных методов респонденты упомянули деловые игры (47,37 %), кейс-стади (47,17 %), тренинги (46,67 %), мозговой штурм (45,45 %).

Интерес представляют комментарии респондентов к предложенным ответам. Так, например, обосновывая значимость сбалансированной учебной нагрузки для развития креативности, участники анкетирования связали ее с высвобождением времени для новых идей и видов деятельности: «Есть свободное время – есть идеи», «Есть время для других проектов». Объясняя свое повышенное внимание к организации пространства в учебных и рекреационных помещениях как составляющей креатосферы, респонденты сослались как на положительные эмоции, испытываемые ими от пребывания в «стильных помещениях», так и на реальные препятствия на пути реализации творческого и инновационного потенциала: «мозговой штурм приходится проводить в столовой», «нужен коворкинг – место для работы студентов в учебных корпусах». Упомянув значение свободного доступа к базам статей и иным научным ресурсам для развития инновационного мышления, участники анкетирования отметили, что «как правило, он есть в вузе», но «хорошо бы объяснить, как им пользоваться», многие студенты не имеют соответствующего опыта.

4. Анализируя свой опыт обучения в вузе, респонденты указали следующие препятствия на пути развития креативности и инновационного мышления студентов:

- Большая и, зачастую, неравномерная учебная нагрузка («слишком большая нагрузка по некоторым предметам», «постоянные контрольные и проверочные работы», «по времени трудные задания накладываются друг на друга, а в другое время нет заданий почти совсем», «нельзя выстроить определенный график дня, все становится хаотичным, то устаешь, то перенапрягаешься»);
- Разрыв теории и практики в преподавании отдельных дисциплин («теоретический подход к обучению», «необходимо больше практических занятий», «упор на изучение теории, а не «живых» примеров, кейсов», «отсутствие практических заданий», «мало практики»);
- Приоритетное использование традиционных методов обучения, нерегулярное использование «методов обучения, способствующих проявлению креативности и инновационного мышления студентов»;
- Отсутствие зон для совместной работы студентов («отсутствие чил-аут зон для взаимодействия со студентами из других групп», «нет удобных помещений для работы над учебными проектами во внеучебные часы»).

5. По мнению респондентов, все участники учебного процесса – научные руководители, преподаватели дисциплин, кафедры как научно-исследовательские коллективы, а также администрация факультета / вуза несут ответственность за формирование креатосферы, способствующей развитию креативности и инновационного мышления студентов. При этом приоритетную роль в этом процессе играют *научные руководители* (отметили 73,85 % респондентов), что объясняет рост требований к ним. Участники анкетирования полагают, что научные руководители должны:

- Как можно чаще взаимодействовать со своими студентами, «проводить с ними больше времени», «наладить дружеский контакт», «всегда быть на связи»;
- Помогать студентам в поиске информации, «давать конкретные материалы для подготовки работ», «информировать о научных мероприятиях»;
- Поощрять творческую и инновационную активность студентов – «ставить креативные задачи», «предлагать инновационные темы курсовых и дипломных», «поддерживать научные интересы студентов и помогать развиваться», «поощрять креативные идеи и давать возможности для их развития в рамках научных работ»;
- Предоставлять больше свободы студентам, прислушиваться к их мнению – «учитывать мнение студентов», «развивать, а не отвергать мысли студентов», «не загонять в рамки», «давать свободу в выборе тем».

В числе основных рекомендаций респондентов *преподавателям дисциплин* по формированию креатосферы, способствующей развитию креативности и инновационного мышления студентов, – уметь заинтересовать студентов в своем предмете («вести интересные лекции и семинары», «приводить больше примеров», «рассказывать об инновационных проектах», «ставить интересные задачи», «предлагать креативные задания»); использовать активные методы обучения («давать больше командной работы и новых кейсов», «ориентироваться на практические задания», «проводить различные игры», «давать больше проектной работы»); быть готовыми к свободному общению со студентами («быть более открытыми к дискуссиям и диалогу», «чаще вступать в диалог», «прислушиваться к студентам и размышлять вместе с ними», «опираться на пожелания студентов»).

Приоритетным направлением работы *кафедр* как субъектов формирования креатосферы, по мнению участников анкетирования, является организация научно-исследовательской работы студентов. В числе пожеланий к кафедрам – организация «научных конференций и конкурсов», «встреч с практикующими специалистами», выставок, круглых столов, «информирование студентов о научных событиях и конференциях», «ведение информационного стенда». Не менее значимое направление работы кафедр, с точки зрения респондентов, – «постоянное совершенствование учебных планов и программ», «привлечение молодых и креативных преподавателей, практиков» для проведения занятий по ряду дисциплин, проведение факультативных занятий и кафедральных спецкурсов, нацеленных на развитие творческого и инновационного потенциала студентов.

С деятельностью *администрации факультета / вуза* как субъекта формирования креатосферы респонденты связывают самые разнообразные ожидания. Это решение задач, связанных с техническим оснащением учебных и рекреационных помещений (например, «оснащение техническим оборудованием библиотеки»), организация практики студентов с учетом их требований («способствование прохождению практики по специальности»), оказание грантовой поддержки студентам, а также проведение мониторинга мнений студентов об организации и содержании учебного процесса (представители администрации должны «чаще встречаться со студентами», чтобы «получать обратную связь по сильным и слабым сторонам работы факультета/вуза», «прислушиваться к мнению студентов»).

В целом, подводя итог анализу результатов раздаточного анкетирования, можно выделить следующие направления формирования креатосферы, способствующей развитию творческого и инновационного потенциала, креативности и инновационного мышления будущих управленцев в процессе профессиональной подготовки:

1. Совершенствование материальных компонентов или, как их еще называют, артефактов образовательной среды, призванных мотивировать студентов к творческой и инновационной деятельности, облегчить их доступ к новейшей информации и творческое взаимодействие друг с другом в рамках учебной и внеучебной работы. Особое внимание должно быть уделено переформатированию рабочих и рекреационных пространств вуза – их дизайну и техническому оснащению, организации зон для отдыха и совместной работы студентов, обеспечению свободного доступа в Интернет, специализированные базы научных статей и ресурсов.

2. Организация учебного процесса на основе принципа равномерного распределения нагрузки студентов, осуществление регулярного мониторинга их отзывов и предложений, связанных с учебным процессом, своевременное реагирование на них.

3. Усиление практической направленности учебных программ, предлагаемых студентам, включение в них практических заданий, предполагающих проектную работу, работу в команде, а также активных методов обучения – ролевых и деловых игр, тренингов и др.

4. Обеспечение участия студентов в научных мероприятиях на регулярной основе, включая научные конференции, круглые столы, семинары, вовлечение их в научно-исследовательскую деятельность на базе кафедр, а также на индивидуальной основе – с помощью системы внутренних конкурсов и грантов.

5. Поощрение интеллектуальной и творческой активности студентов посредством организации и проведения творческих конкурсов, интеллектуальных игр, выставок, формирования творческих и научных сообществ в среде студентов.

В реализации перечисленных выше направлений должны быть задействованы все субъекты образовательного процесса – научные руководители, преподаватели дисциплин, кафедры, администрация факультета / вуза. Их совместная инициативная работа, заинтересованность в результате являются ключевым фактором успешного формирования креатосферы, способствующей развитию творческого и инновационного потенциала, креативности и инновационного мышления будущих управленцев.

Литература

1. Алиева С.В. Креативизация государственного управления в условиях российских трансформаций // Проблемы развития инновационно-креативной экономики. М., 2009. С. 19–33. URL: <http://bgscience.ru/lib/10568> (Дата просмотра: 25 октября 2018 г.)
2. Батоврина Е.В., Блохина М.С. Развитие инновационного мышления персонала в процессе профессиональной подготовки // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2017. № 4. С. 126–134.
3. Гладышев А.Г., Горбов Н.М., Иванов В.Н. и др. Управленец-менеджер XXI века. Проект: выявление и развитие управленческих способностей учащихся / Под общ. ред. В.Н. Иванова. М.: Муниципальный мир, 2003.
4. Алиева С.В. Креативное образование управленческих кадров в высшей школе. – Ростов н/Д.: Изд-во СКАГС, 2004.
5. «Лидеры России» – открытый конкурс для руководителей нового поколения. URL: <https://xn--d1achcanupala0j.xn--p1ai/#project> (дата обращения: 29.10.2018).

6. Приказ Минобрнауки России от 10.12.2014 N 1567 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (уровень бакалавриата)» (Зарегистрировано в Минюсте России 05.02.2015 N 35894). URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/fgosvob/380304_gosmunupr.pdf (дата обращения: 31.10.2018).
7. Приказ Минобрнауки России от 12.01.2016 N 7 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата)» (Зарегистрировано в Минюсте России 09.02.2016 N 41028). URL: <http://base.garant.ru/71328466/> (дата обращения: 05.11.2018).
8. Лузгин В.А. Акмеологические особенности развития профессионального творчества руководителя: Автореферат диссертации на соискание учен. степ. канд. псих. наук. М., 2004.
9. Веремейчук А.Л. Выявление и развитие креативного потенциала управленческого персонала государственной гражданской службы // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2014. № 3. С. 15–19.
10. Соловьева О.В., Магомедова А.Х. Психолого-педагогические условия развития креативности будущих менеджеров в вузе // Современные наукоемкие технологии. 2016. № 9-2. С. 338–342.
11. Добровольская Н.В. Деловая игра как форма, контекстного обучения, способствующая развитию креативности будущих менеджеров // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2013. № 22. С. 156–160.
12. Ионова Ю.В. Креативность в подготовке менеджеров в вузе // Вестник Челябинской агроинженерной академии. 2012. Т. 62. С. 148–150.
13. Буров К.С., Юркина А.А., Югалдина И.И. Освоение инновационных управленческих компетенций развития кадрового резерва в рамках дополнительного профессионального образования // Вестник Южноуральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. 2013. Т. 5. № 2. С. 140–142.
14. Бузгалин А.В., Колганов А.И. Новая Касталия // Альтернативы. 2006. № 2. URL: <https://www.alternativy.ru/ru/content/v-buzgalin-novaya-kastaliya> (дата обращения: 11.10.2018).
15. Карпов А.О. Университеты в обществе знаний: теория творческих пространств // Вопросы философии. 2018. №1. С. 17–29. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1852&Itemid=1 (дата обращения: 01.09.2018)
16. Беликова С.С. Образовательное пространство вуза: состояние и социокультурный потенциал формирования творческой способности специалиста. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Ростов-на-Дону, 2009.
17. Клочкова Г.М. Креативная образовательная среда вуза как педагогическое условие развития креативных студентов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 379–383.
18. Florida R., Gates G., Knudsen B., Stolarick K. The University and the Creative Economy. December 2006. URL: <http://www.creativeclass.com/rfgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%20.pdf> (дата обращения: 02.05.2018).
19. Петровская И.А., Абдулваганова А.А. Факторы креативности организации // Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. 2013. № 1/2. С. 3–14.
20. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2007.
21. Amabile T. Assessing the work environment for creativity // The Academy of Management Journal. October 1996. P. 1154–1184.
22. Auernhammer J., Hall H. Organizational culture in knowledge creation, creativity and innovation: towards the Freiraum model // Journal of Information Science. 2014. Vol. 40, №. 2. P. 154–166.

Batovrina Ekaterina Viktorovna, candidate of sociological sciences, Associate Professor at Human Resource Management Department, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University (27/4, Lomonosovskiy Av., Moscow, 119991, Russian Federation). E-mail: batovrinaev@spa.msu.ru

Kuptsova Irina Valentinovna, doctor of historical sciences, Professor at Regional and Municipal Government Department, School of Public Administration; Lomonosov Moscow State University (27/4, Lomonosovskiy Av., Moscow, 119991, Russian Federation). E-mail: kuptcova@spa.msu.ru

DEVELOPING CREATOSPHERE FOR PROFESSIONAL TRAINING OF MANAGERS IN HIGH SCHOOL

Abstract

The article discusses the concept and structure of the high school's creatosphere, clarifies its role in the development of creative and innovative potential, creativity and innovative thinking of future leaders. Based on the analysis of the results of the handout survey conducted among the students specialized in public administration and human resource management the main approaches and factors of developing creatosphere for professional training of future managers in high school are determined.

Keywords: *knowledge economy, creativity, innovative thinking, creative potential, innovative potential, creatosphere, developing creatosphere, professional training, managers.*