

УДК 330.88

Е. А. Хромов

БУ «Сургутский государственный педагогический университет», Сургут,
e-mail: eah01@bk.ru

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: СУЩНОСТЬ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЭЛЕМЕНТЫ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, креативная экономика, креативность, креативные индустрии, креативный класс, новая экономика, экономика знаний.

В статье рассмотрены теоретические истоки формирования концепции «креативной экономики» в рамках эволюции постиндустриальных теорий. Отмечается значительное усиление во второй половине XX в. роли «знаний» в производительности и экономическом росте в целом. Обращается внимание на закономерное формирование экономической системы на основе знаний («экономика знаний», «новой экономики»). В работе раскрывается суть теории «креативного класса» и креативных индустрий как элементов концепции «креативной экономики». Делается вывод, что западные исследователи под термином «креативная экономика» обобщали творческий сектор постиндустриальной экономики, указывая на приобретение им финансовой устойчивости и способности к воспроизводству. Отмечается, что «креативная экономика» в рамках постиндустриального общества базируется на знании и творчестве как капитале. При этом неотъемлемым элементом «креативной экономики» является сильный институт защиты интеллектуальной собственности.

E. A. Khromov

Surgut State Pedagogical University, Surgut, e-mail: eah01@bk.ru

CREATIVE ECONOMY: ESSENCE AND CONSTITUENT ELEMENTS (THEORETICAL ASPECT)

Keywords: intellectual capital, creative economy, creativity, creative industries, creative class, new economy, knowledge economy.

The article considers the theoretical origins of the formation of the concept of «creative economy» in the framework of the evolution of post-industrial theories. There is a significant increase in the second half of the XX century the role of «knowledge» in productivity and economic growth in general. Attention is drawn to the regular formation of an economic system based on knowledge («knowledge economy», «new economy»). The paper reveals the essence of the theory of the «creative class» and creative industries as elements of the concept of «creative economy». It is concluded that Western researchers under the term «creative economy» generalized the creative sector of the post-industrial economy, pointing to the acquisition of financial stability and ability to reproduce. It is noted that the «creative economy» within the post-industrial society is based on knowledge and creativity as capital. At the same time, an integral element of the «creative economy» is a strong institution for the protection of intellectual property.

Введение

Экономическая наука призвана заниматься изучением новых тенденций в экономической сфере общества. За последние десятилетия в экономической теории появился ряд новых научных концепций, которые пытаются объяснить происходящие изменения в хозяйственной жизни, спрогнозировать намечающиеся тенденции и явления. В настоящее время в экономиках как развитых, так и развивающихся странах происходит процесс смещения приоритета от промышленного сектора к сфере экономики знаний, ключевым элементом которой является «креативная экономика». В этой связи была

поставлена цель исследования – проанализировать теоретические истоки концепции «креативной экономики», определить ее сущность и составляющие элементы.

Материалы и методы исследования

В ходе написания работы были применены как общенаучные методы: анализ, синтез, обобщение, так и частнонаучные: экономическое сравнение, периодизация экономического развития. Для раскрытия методологических основ и понятийно-категориальных элементов концепции «креативной экономики» использовался метод анализа ведущих научных зарубежных

и отечественных исследований постиндустриальной экономики, экономики знаний и креативной экономики.

Результаты исследования и их обсуждение

Наибольший вклад в исследование креативной экономики как приоритетного направления экономического развития внесли такие зарубежные исследователи как Д. Белл [1], Ф. Махлуп [2], П. Друкер [3, 4], Т. Сакайя [5], Э. Эдвинссон и М. Мэлоун [6], Р. Флорида [7], Дж. Хокинс [8] и др. Среди отечественных авторов тему креативной составляющей экономики рассматривали В.В. Громыко [9], Т.В. Абанкина [10] и др.

Концепция «креативной экономики» является многогранной. На формирование данного научного концепта оказали влияние разнообразные теории. Среди них необходимо отметить постиндустриальные теории, теорию креативного класса, теорию креативных индустрий.

Впервые выделил «знание» как одну из составляющих экономики основоположник постиндустриальной теории Д. Белл. Описывая эволюцию общества от индустриального к постиндустриальному, ученый отмечал, что основной производственной силой в условиях потери индустриальным сектором ведущей роли станет наука, а «потенциал же всякого общества будет измеряться масштабами той информации и тех знаний, которыми оно располагает» [1, С. XX]. Согласно его точки зрения, в постиндустриальном обществе должна была значительно увеличиться роль интеллектуального капитала и технологий. Прогресс общества он связывал с успехами в области знания, что вело к росту ВВП [1, С. 288]. Соответственно, исследователь в качестве основного ресурса постиндустриальной экономики рассматривал «знание».

Австрийско-американский экономист Ф. Махлуп в начале 1960-х гг. в качестве отдельного сектора экономики выделил «экономику знаний». Именно эта часть экономики, по его мнению, участвовала в производстве и распространении знаний [2, С. 33]. При этом необходимо отметить, что для исследователя экономика знаний не являлась особым типом экономики, а была только одним из ее секторов.

Позднее представитель институционального направления П. Друкер развил теорию, согласно которой ведущим фактором произ-

водства является «знание», существующее в виде информации. По мнению ученого, знания оказывают первостепенное влияние на производительность, в основном, малых хозяйствующих субъектов, стимулируя их внедрять инновации в организацию своего бизнеса. Таким образом, выступая инструментом экономического роста [3, Р. 67].

Логическим заключением в ходе эволюции изучения «знания» как экономического ресурса стало установление прямой связи между знанием и капиталом. На экономическую стоимость знания обратил внимание японский экономист Т. Сакайя. По его мнению, материальные товары и услуги являются носителями созданной знанием стоимости [5, С. 350]. В то же время он отмечает субъективность этой стоимости.

Следовательно, зарубежные исследователи в своих работах отразили процесс замещения труда знаниями. Знания стали выступать источником стоимости в современной экономике.

П. Друкер на основе обобщения практики применения знаний в хозяйственной деятельности выделил этапы повышения роли знаний при капитализме [4, С. 70-71]:

1. 1750-е – 1880-е гг. – использование знаний для разработки орудий труда, производственных технологий и видов готовой продукции в рамках промышленной революции.

2. 1880-е – вторая половина 1940-х гг. – применение знаний к трудовой деятельности как причина революции в производительности труда.

3. 1950-е гг. – современность – применение знаний к сфере самого знания, т.е. революция в сфере управления, знание как фактор производства приоритетнее капитала и рабочей силы.

Замещение труда знаниями, означало переход от чисто технических навыков к интеллектуальным, что являлось основным, предопределяющим признаком становления постиндустриального общества [11, С. 22]. Во второй половине XX в. произошло формирование экономической системы на основе знаний.

Таким образом, в XX в. в развитых, частично в развивающихся странах мира начала формироваться «информационная экономика», или так называемая «экономика знаний» («новая экономика»). Основными компонентами этой экономики являлись знания, как главный производственный

ресурс и технологии, основанные на них. Относительно понятия «новая экономика» необходимо заметить, что оно появилось в 1990-е гг. и его сущность связывали с появлением высокотехнологичных компаний, наукоемких продуктов, коммуникативных сетей, рискованных инвестиций [12; 13].

В рамках постиндустриальных теорий особое внимание необходимо обратить на исследования, анализирующие человеческий и структурный капитал. Теоретическая концепция интеллектуального капитала Л. Эдвинссона, М. Мэлоуна включает в интеллектуальный капитал «человеческий» и «структурный» капиталы. По их мнению, каждая из этих форм капитала порождена человеческими знаниями и именно их совокупность определяет скрытые источники ценности [6, С. 430]. Исследователи делали довольно важное замечание, которое актуально для креативной экономики: интеллектуальный капитал порождается работниками компании и именно этим ценным ресурсом и фактором производства в современном обществе обладает работник (в отличие от рабочей силы эпохи становления капитализма), а не компания. При этом в человеческий капитал ученые включали не только практические навыки, творческие способности работников, но и моральные ценности, культуру труда и общий подход к делу в компании [6, С. 434]. Структурный капитал представлялся ими в виде программного обеспечения, организационной структуры, патентов, торговой марки компании. Следовательно, можно отметить субъективный характер человеческого капитала олицетворенный «невидимыми» активами в структуре компании и объективный структурного капитала. Главной особенностью интеллектуального капитала является субъективный характер стоимости. Поэтому стоимость товаров и услуг в сфере искусства, дизайна, технологий и т. д. довольно субъективна.

Теория «креативного класса» Р. Флориды в череде многочисленных постиндустриальных теорий является еще одной составляющей концепции креативной экономики. В центр данной теории был поставлен тезис о креативности как ключевого фактора новой экономики. Прежде чем перейти к рассмотрению сути креативного класса, необходимо разграничить понятия «креативность» и «творчество». Опираясь на концепцию креативности Н.М. Азаровой, можно констатировать, что творчество – это

нецеленаправленный процесс создания нечто нового, а креативность – это способность личности быстро найти оригинальную идею или путь решения поставленной проблемы в разных условиях, с дальнейшей детальной проработкой выбранного варианта [14, С. 21]. Креативность зачастую обусловлена поставленной целью и задачами, отсутствием новизны. Соответственно, в русском языке понятия «творчество» и «креативность» хотя и имеют разное значение, но зачастую в отечественных исследованиях выступают как синонимы в виду трудности перевода. Под креативным классом Р. Флорида понимал большую группу людей, экономическая функция которых заключается в создании новых идей, технологий и нового креативного содержания [7, С. 22]. В этом определении понятие «креативность» («creative») синонимично понятию «творчество» в русском языке. Необходимо пояснить, что представители креативного класса получают доход создавая что-то новое. Чаще всего, их уровень дохода в два раза больше, чем представителей других классов. Эти люди обладают независимостью мышления, большей степенью автономности, высоким уровнем образования и человеческого капитала. Р. Флорида отмечает, что для тех, «кто входит в креативный класс, все аспекты и все проявления креативности – технологические, культурные и экономические – взаимосвязаны и неразделимы» [7, С. 22]. Сферы и отрасли занятости подобных специалистов могут быть довольно разнообразными. Это может быть как научная, технологическая сферы, архитектура, дизайн, образование, искусство, музыка, индустрия развлечений, так и финансовая сфера, право и пр.

Креативный класс неоднороден. В его структуре имеется ядро суперкреативный класс и креативные специалисты. Особо необходимо обратить внимание на то, что представители креативного класса отличаются от других традиционных классов преобладающими ценностями, которые оказывают непосредственное воздействие на их экономическую деятельность и принимаемые решения. Представители креативного класса обладают способностью к самоорганизации, обладают индивидуальностью, открытостью, уважают личные достижения других людей и стремятся к признанию в своей профессиональной среде. Основной потребностью представителей этого класса является стремление к творче-

ской самореализации. На их деятельность значительное влияние оказывает окружающая культура в широком смысле слова. Они придают особое значение при выборе места занятости «географическому» комфорту, развитой инфраструктуре, свободе действий, выраженной в свободном графике занятости. Таким образом, концепция креативного класса описывает ключевых субъектов креативной экономики, которые осуществляют свою экономическую деятельность на основе творческого подхода, обладая специфическими ценностными установками и поведением.

Далее необходимо рассмотреть концепции «креативной экономики». Понятие «креативная экономика» было введено в научный оборот на рубеже XX и XXI вв. американским исследователем П. Койа. Он отмечал, что происходит переход от традиционных отраслей промышленности к постиндустриальным, где «престиж и деньги перейдут к компаниям с незаменимой интеллектуальной собственностью» [15]. Так исследователь зафиксировал происходящий переход к экономике, основанной на идеях, а не на физическом капитале. В этой работе была отмечена одна из основных специфических черт креативной экономики – люди и их идеи как наиболее ценный актив компаний.

В качестве причины появления «креативной экономики» Дж. Хокинс отмечал стремление современного человека, который в большей степени удовлетворил свои материальные потребности, удовлетворить потребности эмоциональные и интеллектуальные. Особое значение в «креативной экономике», по его мнению, играет защита интеллектуальной собственности в виде авторского права, творческие идеи, новые информационные и иные технологии [8]. В качестве основы креативной экономики ученый выделял индустрии, «где творчество – самый важный сырьевой ресурс и самый ценный экономический продукт» [8, 146]. Всего автором было выделено пятнадцать индустрий. К примеру, индустрия моды, промышленного дизайна, киноиндустрия, музыкальная индустрия, издательская индустрия, индустрия программного обеспечения и информации, видеоигр и др. Основой всех этих индустрий является творческий продукт как экономический товар или услуга, которые являются результатом творческого процесса и обладают экономи-

ческой стоимостью. Неотъемлемым элементом креативных индустрий, по мнению ученого, является интеллектуальная собственность в форме авторского права, патентов, торговых марок, промышленных образцов и, соответственно, институты, защищающие интеллектуальную собственность в рамках рыночных отношений.

По сути, под термином «креативная экономика» исследователи обобщали творческий сектор постиндустриальной экономики, указывая на приобретение им финансовой устойчивости и способности к воспроизводству.

Рассматривая концепцию «креативной экономики» нужно представить и ее критику. В частности, отечественный исследователь В.В. Громько приводит аргументы, ставящие под сомнение правомерность самого понятия «креативная экономика». Ученый не видит оснований в выделении особого креативного сектора в противоположность остальным отраслям, «где, по логике адептов креативной экономики, ничего нового не создается» [9, С. 31]. Отмечается несостоятельность, неполиткорректность и теории креативного класса. Автор приходит к выводу, что «теория креативной экономики представляет собой определенную идеологию и мировоззрение, в основе которых лежит глубоко дискриминационная идея, сегрегирующая общество» [9, С. 33].

Ради объективности необходимо отметить, что ряд описанных В.В. Громько проблем в концепции «креативной экономики» попали в поле рассмотрения и западными исследователями. В частности отмечалась теоретическая неопределенность ключевых терминов концепции: «творчество», «интеллектуальная собственность» и др.; проблемы с отнесением тех или иных отраслей и профессий к творческим; отсутствие прозрачного метода определения креативных отраслей и профессий [10, С. 8]. В итоге западное научное сообщество смогло в рамках проведения ряда научных изысканий устранить большинство имеющихся недостатков в концепции «креативной экономики».

Выводы

Таким образом, можно сделать вывод, что концепция «креативной экономики» сформировалась в результате кризиса индустриальной экономики, технологической революции во второй половине XX в. и необходимости объяснения нарождавшихся

новых экономических, социальных процессов и явлений. Появление в этот период разнообразных теорий («экономика знаний», «новая экономика», «информационная экономика») в рамках постиндустриальной теории свидетельствовало о возрастающей роли «знаний» как источника стоимости и укреплении роли интеллектуального капитала как ресурса в экономике. Сочетание творческого потенциала, новых экономических ресурсов в виде интеллектуального капитала, защиты интеллектуальных прав и потребностей населения в удовлетворении эмоциональных и интеллектуальных потребностей наряду с материальными привело к появлению креативных индустрий – индустрий, где добавленная стоимость в основном создается за счет творческого труда. Многие из них ранее не имели прямого отношения к экономической деятельности и не считались производственными.

В свою очередь их деятельность и практические результаты способствовали появлению концепции «креативной экономики». «Креативная экономика» в рамках постиндустриального общества базируется на знаниях и творчестве как капитале. Данный капитал можно назвать интеллектуальным. Неотъемлемым элементом «креативной экономики» является сильный институт защиты интеллектуальной собственности. Основными субъектами данной экономики являются представители креативного класса, которые обладают специфическими ценностями и установками поведения. Их экономическое значение заключается в том, что они задают нормы экономической культуры для большой массы современных людей, так как создают новые «продукты» основанные на творчестве человека в сфере услуг, которая является преобладающей в постиндустриальной экономике.

Библиографический список

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Перевод с англ. 2-е изд., испр. и доп. М.: Academia, 2004. CLXX. 788 с.
2. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Пер. с англ. И.И. Дюмулена и др.; Вступ. статья Г.В. Полуниной; Ред. Е.И. Розенталь. М.: Прогресс, 1966. 462 с.
3. Drucker P.F. The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society. London: Heinemann, 1969. 369 p.
4. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или история будущего // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 337-371.
5. Друкер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 67-100.
6. Егорова А.А. Особенности формирования инновационной экономики // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. 2007. № 12. С. 21-26.
7. Базылев Н.И., Грибанова Н.Л. «Новая экономика», ее движущие силы и тенденции развития // Проблемы современной экономики. 2006. №1/2 (17/18). С. 57-63.
8. Иванов Д. Гламурный капитализм: логика «сверхновой» экономики // Вопросы экономики. 2011. № 7. С. 44-61.
9. Эдвинссон Э., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 429-447.
10. Азарова Н.М. Креативность как слово и как концепт // Критика и семиотика (№2). М.: Институт языкознания РАН, 2014. С. 21-29.
11. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2007. 421 с.
12. Coy P. The Creative Economy // Business week. 2000. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bloomberg.com/bw/stories/2000-08-27/the-creative-economy> (дата обращения: 02.02.2023).
13. Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011. 256 с.
14. Громыко В.В. Новая экономика, креативная экономика и прочие понятийные инновации в экономической теории // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2012. № 3(45). С. 28-36.
15. Абанкина Т.В., Николаенко Е.А., Романова В.В., Щербакова И.В. Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития. М.: Grey Matter, 2021. 44 с.