

Брыков А.А.

студент 6-го курса кафедры «Программное обеспечение ЭВМ и информационные технологии», слушатель второго высшего образования кафедры «Предпринимательство и внешнеэкономическая деятельность» МГТУ им. Н.Э. Баумана

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА

ЧТО СКРЫВАЕТСЯ ПОД ТЕРМИНОМ

«креативная экономика?»

В последнее время всё чаще можно услышать слова «креативность» и «креативная экономика». О креативности говорят политики, пишут в прессе, книгах. На фоне ухода в прошлое индустриальной эпохи, человеческое общество претерпевает глубокие социальные и экономические изменения. Мы больше не тратим силы на производство стали, телевизоров, мебели, за нас это могут делать автоматизированные заводы с небольшим количеством персонала. Люди сегодня заняты написанием программ и научными исследованиями.

Основным полем экономической деятельности становится интеллектуальная собственность. И главный инструмент здесь – человеческий мозг. А креативность, как одно из его свойств, помогает добиться наилучших результатов. Мы уже добрались до так называемой «экономики знаний», но мир продолжает меняться дальше. Сегодня «идеи» составляют новую экономику, и создание их становится основным производством, а креативность – неотъемлемой частью жизни человека. Чтобы разобраться в этих изменениях, надо по-новому взглянуть на такую привычную вроде бы вещь, как творчество. Попробуем понять, что же озна-

чают слова «креативная экономика».

Очень часто слово креативность встречается в традиционно высокотворческих областях экономики – рекламе, брэндинге, маркетинге, туризме. Здесь можно увидеть такие названия как «Креативная экономика - бизнес в стиле брэнд» или «Маркетинговый семинар «Креатив и экономика». Термин креативность в рамках этих областей обычно означает высокотворческие оригинальные идеи, помогающие продвижению товара или услуги.

В туризме это нестандартно оформленные интерьеры, необычные виды отдыха, в рекламе – броские, запоминающиеся лозунги и изображения. Высокая популяр-

термины «новой» ЭКОНОМИКИ

очень часто слово
«креативность»
встречается
в традиционно
высококтворческих
областях экономики –
рекламе, брэндинге,
маркетинге, туризме

ность и модность слегка подмочили репутацию слову «креативность», вплоть до появления публикаций негативного содержания, например статья «Королевство имиджевых зеркал»: «Недавно довелось слышать определение того, что же такое «креативная экономика». «Экономика, где базовым предметом производства становится имидж».

После такого определения грустно и за экономику, и за креатив. Вектор процесса в том, что люди рано или поздно забудут, что утюг – это просто утюг, предмет такой, чтобы гладить. А пиво – просто пиво, вкусное или не очень. В итоге знак предмета замещает сам предмет, будь то экономика или политика»[1].

Близкое по смыслу определение креативности как нематериальной составляющей ценности товара, которая, при соответствии предпочтениям покупателя, вызывает осознанную мотивацию к покупке. Тогда «креативный капитал» определяется «как аналог симво-

лического капитала по схеме П. Бурдые ¹, или довесок интеллектуального актива корпорации по алгоритму В. Иноземцева ² то есть как нематериальный актив, обличенный в объективированную форму и используемый сознательно таким образом, что он способен генерировать прибавочную информационную ценность (стоимость) внутри индивидуального или корпоративного сознания при подключении ресурсов самого сознания».[1]

В менеджменте о креативности говорят как о создании новых и оригинальных подходов к управлению и принятии нестандартных творческих решений. В сегодняшних условиях интенсивной конкуренции в управлении, как и везде, требуются новые идеи.

Вот что пишет о творчестве в менеджменте докторант кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государствен-

¹ Это тот кредит доверия, который облегчает любой акт социального обмена и имеет экономическую выгоду – это, например, репутация, внешность, имя, знаки достоинства, высокого социального статуса и т.п. Бурдые, П. Практический смысл. СПб., 2001.

² «Интеллектуальный капитал представляет собой нечто вроде «коллективного мозга», аккумулирующего научные и обыденные знания работников, интеллектуальную собственность и накопленный опыт, общение и организационную структуру, информационные сети и имидж фирмы». Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества - М.: «Academia» - «Наука», 1998.- 640с.

ного университета экономики и финансов Круглов А.В.: «Стратегический менеджмент невозможен без творческого мышления. Процесс разработки миссии предприятия и его стратегии - это процесс творчества, даже искусства. Инновационный менеджмент тем более немыслим без креативных решений, без творческих инициатив руководителей и исполнителей».[2]

О креативности и креативной экономике можно услышать из выступлений российских политиков. Для нашей страны эта тема особенно актуальна, т.к. имея больше креативные ресурсы, Россия может попытаться вместе с западом войти в эпоху креативной экономики. О необходимости движения в сторону креативной экономики пишет в своей статье «Время креативного класса» Дмитрий Зелянин, губернатор Тверской области, член генерального совета партии «Единая Россия»:

«Новая экономика, экономика знаний - только часть рождающейся новой общественной системы. В этой системе не воспроизводство (по возможности точное), а талантливое, креативное изменение становится главным социальным законом».[3] А вот что говорит по этому поводу ректор Высшей школы экономики Ярослав Кузьмин в программе «Персона грата» на Радио России: «Что такое новая экономика? Фактически это экономика креативного человека, когда основная часть общественного продукта создается людьми творческими».[4]

В зарубежной прессе понятие «креативной экономики» впервые было введено в оборот журналом Business Week в августе 2002 года в статье «THE 21ST CENTURY CORPORATION: The Creative Economy».[5] В ней автор рассуждает о том, что ждёт корпорации в XXI веке, как будут они адаптироваться к условиям новой экономики, где всё больше и больше возрастает важность идей, а основным средством производства становятся интеллектуальные ресурсы. В этой новой креативной экономике главной интеллектуальной собственностью становится «содержимое головы человека».

Министерство по Культуре, Информации и Спорту Соединённого Королевства (UK Government Department for Culture, Media and Sport) определило «креативные отрасли» как сферы, основой которых является личные творческие способности, навыки и таланты и у которых есть возможности по увеличению бла-

В МЕНЕДЖМЕНТЕ

О КРЕАТИВНОСТИ ГОВОРЯТ

КАК О СОЗДАНИИ НОВЫХ

И ОРИГИНАЛЬНЫХ ПОДХОДОВ

К УПРАВЛЕНИЮ

И ПРИНЯТИИ НЕСТАНДАРТНЫХ

ТВОРЧЕСКИХ

РЕШЕНИЙ

ТЕРМИНЫ «НОВОЙ» ЭКОНОМИКИ

госостояния и количества рабочих мест с помощью создание и использование интеллектуальной собственности.[6] Министерство сформировало следующий список таких отраслей:

1. Реклама.
2. Архитектура.
3. Ремёсла.
4. Кинематография.
5. Дизайн.
6. Создание моделей одежды.
7. Интерактивные развлекательные программы.
8. Музыка.
9. Исполнительные искусства.
10. Пресса.
11. ПО и вычислительные системы.
12. Телевидение и радио.

Исследованиям креативной экономики как социально-экономического явления посвящены такие работы как «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» американского профессора, экономиста и социолога Ричарда

стратегический
менеджмент невозможен
без творческого
мышления,
процесс разработки
миссии предприятия
и его стратегии -
это процесс творчества,
даже искусства

основа американского
общества - «креативная
экономика»,
а её социальным,
политическим
и экономическим ядром
является так называемый
«креативный класс»

Флориды и «Креативный город» создателя фирмы «Co-media» и эксперта Всемирного банка британца Чарльза Лэндри. В них креативность рассматривается как важнейший фактор формирования современного жизненного уклада и необходимый атрибут успешного развития новой экономики.

Ричард Флорида в своей книге анализирует экономическое и политическое развитие общества Америки за последние годы. Он считает, что основа этого общества - «креативная экономика», а её социальным, политическим и экономическим ядром является так называемый «креативный класс», определённый им как представители креативных профессий. Креативностью Флорида называет «создание на базе знания практических новых форм», а основа развития креативной экономики - это принцип 3-х «Т»: технология, талант и толерантность.[7] Книга «Креативный город» Чарльза Лэндри посвящена развитию современных городов, поиску для них

инновационных решений и перспектив на будущее. Основная его концепция заключается в том, что, оттеснив традиционные факторы успеха – хорошую инфраструктуру, местоположение, природные ресурсы – на первый план вышли человеческие способности, мотивации, воображение и отношения.[8]

Несмотря на несколько различные взгляды на «креативность» и «креативную экономику» можно сказать одно – во всех областях экономической деятельности всё больше и больше требуется творчество, создание новизны. Ещё в начале XX века Йозеф Шумпетер разработал теорию «созидательного разрушения», которая описывает процесс полной трансформации области экономики после радикальных инноваций.[9] Компании, которые произвели революцию своими нововведениями и захватили рынок, потом сами отступали перед конкурентами, выпустившими более совершенный или более дешёвый продукт.

В наше время высоких технологий борьба за инновации обострилась до предела. Только постоянно представляя на рынок что-то новое, можно иметь успех. В новой наступающей экономике человеческие ресурсы направлены именно на производство инноваций. Созданные один раз, идеи не расходятся, легко передаются и воспроизводятся.

Все достижения индустриальной эпохи по-прежнему остаются с нами, но сегодняшний уровень технологий уже так высок, что им уже не нужны физичес-

кие ресурсы людей, им нужен их интеллектуальный творческий потенциал. А это и есть креативность – основной экономический ресурс будущего. Поэтому новую экономику и называют «креативной». При этом надо понимать, что креативность – это не удел избранных. В той или иной степени творческими способностями обладает каждый. Именно креативный потенциал сотрудников становится основным активом компаний будущего.

Несмотря на некоторую абстрактность, креативный капитал организации, как и любой другой, можно измерять и оценивать. А главное – научиться управлять им и развивать его. Доктор экономических наук О.Н. Мельников предлагает для этого использовать концепцию «творческой энергии личности».[10] Творческий потенциал здесь – это способность создавать новизну. Он расходуется на креативную деятельность, и его можно увеличивать, взаимодействуя с творчески насыщенной окружающей средой.

креативность - важнейший
фактор формирования
современного
жизненного уклада
и необходимый атрибут
успешного развития
НОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Для измерения креативного капитала используются «интеллектуально-креативные карты сотрудников» и другие методы. На основе полученных данных можно организовывать экономическую деятельность и персонал соответствующим образом для получения максимальной творческой отдачи от сотрудников.

На западе о «креативной экономике» говорят уже несколько лет. Новая экономическая эпоха – это реальность, в которую мир вступает сегодня. Поэтому и России, имеющий большой креативный потенциал, надо сделать максимум, чтобы принять условия нового времени.

Литература

[1] Александр Силаев. «Королевство имиджевых зеркал». NEWSLAB.RU - Политобзор, 19 мая 2006 г.

[2] Андрей Двоскин. «Теория Креакратии». (5/2/2004)

[3] Круглов А.В. «Управление креативным потенциалом компании и его значение в рыночной конкуренции». Журнал «Проблемы современной экономики». №4(12), 2004.

[4] Дмитрий Зеленин. «Время креативного класса». Российская газета. Дата публикации 21 ноября 2006 г.

[5] «Персона грата»: Ярослав Кузьминов. Радио России. Программа от 14.02.2006.

[6] Peter Coy. «The Creative Economy». BusinessWeek Magazine. August 28, 2000.

[7] UK Department for Culture Media and Sport (DCMS).

[8] Р. Флорида. «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». Издательский дом «Классика-XXI», перевод, 2005

[8] Чарльз Лэндри. «Креативный город». Издательский дом «Классика-XXI», перевод.

[9] Joseph A. Schumpeter, «The Process of Creative Destruction», 1942.

[10] О.Н. Мельников. «Экономика и управление предпринимательской деятельностью как функции затрат творческой энергии субъектов рынка». Издательский дом «МЕЛАП», Москва, 2004.

КЭ

Читайте в этой рубрике в следующем номере журнала «КЭ»:

Что такое «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ»?

Приглашаем принять участие в обсуждении этой темы
в форуме на нашем сайте: www.CreativEconomy.ru