

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА
Том 13 ● Номер 3 ● март 2019
ISSN 1994-6929
Journal of Creative Economy

издательство
Креативная экономика

Рост креативного фактора в цифровом обществе: реальность или иллюзорность

Щербакова Л.Н. [1], *Савинцева С.А.* [1]
[1] Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

АННОТАЦИЯ:

В работе ставится задача предоставления оценки такого свойства цифрового общества, как креативность. Обозначена позиция, состоящая в том, что противоречивое становление цифрового общества, вызывающее как позитивные, так и негативные последствия, неоднозначно влияет на расширение в нем роли креативного фактора. Анализ поставленной проблемы осуществлен на основе рассмотрения новых сегментов рынка труда: электронных фрилансеров и удаленной занятости. Исследование ориентировано на изучении свойств креативной деятельности. Обращено внимание на различие подходов к ее оценке: с позиций индивида и с позиции общества.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: креативная деятельность, творчество, фрилансеры, удаленная занятость, цифровое общество.

The rise of the creative factor in a digital society: reality or illusion

Scherbakova L.N. [1], *Savintseva S.A.* [1]
[1] The Kemerovo State University, Russia

Введение

Несколько десятилетий назад революция информационных технологий, массовое применение компьютеров вызвали к жизни процесс становления информационного общества, значение которого актуализировалось в современных российских условиях постановкой вопроса о необходимости развития цифровой экономики. Теоретики информационной экономики и общества уделили существенное внимание характеристике признаков, основополагающих черт цифрового общества, относя к ним переход к экономике, базирующейся на знаниях и информации как производственных факторах; отмирание потребности в капиталистической частной собственности; появление нового ведущего субъекта социальной активности – социоэкономического сообщества; изменение духовных приоритетов, нацеленных на глобализм и гармонию. При этом общей характеристикой нового общества в работах П. Друкера, Масуды [6, 10] (*Druker*, 2015; *Masuda*, 1993) было

создание для его субъектов новой системы ценностей, не связанной с материальным благосостоянием, а определяемой возможностями развития массового когнитивного творчества, креативной деятельности.

Российские ученые, занятые исследованием информатизации общества, также сформулировали особенности информационной стадии развития. Автор А.А. Чернов определил информационное общество не только как общество нового типа, возникшее на основе глобальной революции, где качественные трансформации происходят благодаря доступу к информации, но прежде всего как социум, в котором открываются большие возможности для самореализации индивидов [16] (*Chernov*, 2003).

Б.В. Корнейчук назвал шесть главных критериев информационного общества, одним из которых была представлена креативность, что означало преобладание, доминирование творческой деятельности в механизме функционирования информационной экономики [8] (*Korneychuk*, 2006). Вместе с тем, становление цифрового общества шло противоречиво, вызвало массу не только позитивных, но и негативных последствий. Поэтому вопрос о том, действительно ли цифровая экономика однозначно увеличивает шансы общества на расширение роли креативного фактора, является открытым, необходим специальный анализ поставленной проблемы.

Чтобы выявить главную тенденцию динамики креативности в цифровом обществе, необходимо обозначить базовые критерии самой категории «креативная деятельность». Во-первых, основополагающим свойством креативности должна быть оценка труда как инструмента самореализации, самосовершенствования, а не только как средства удовлетворения материальных потребностей людей. Большое значение имеет возможность профессионального и карьерного роста. Во-вторых, значимым ком-

ABSTRACT:

The task of this paper was to provide assessment of such property of the digital society as creativity. We designated position, consisting in the fact that the contradictory formation of the digital society, causing both positive and negative consequences, ambiguously affects the extension in it as a creative factor. The analysis of the problem carried out on the basis of consideration of new segments of the labor market: electronic freelancers and remote employment. This research is focused on the study of the properties of creative activities. Attention is drawn to the different approaches to its assessment: from the standpoint of the individual and society.

KEYWORDS: creative activity, creativity, freelancers, remote employment, digital society

JEL Classification: J29, J49, O31, O35 **Received: 13.11.2018 / Published: 31.03.2019**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Scherbakova L.N. (ludmilashc@yandex.ru)

CITATION:

Scherbakova L.N., Savintseva S.A. (2019) Rost kreativnogo faktora v tsifrovom obschestve: realnost ili illyuzornost [The rise of the creative factor in a digital society: reality or illusion]. Kreativnaya ekonomika. 13. (3). – 495-504. doi: 10.18334/ce.13.3.39970

понентом креативной деятельности является свобода субъекта, возможность самостоятельного принятия решений, самостоятельного выбора объекта деятельности, заказчика, графика работы. В-третьих, важно изменение содержания самого труда: рутинный, однообразный, простой труд превращается в интересный, многообразный по функциональности, требующий реализации множества способностей человека [4] (*Gasratyan*, 2012; p. 429). Однако все названные свойства творческого труда представлены с позиций их оценки отдельным субъектом.

Полноту понимания категории креативности дает оценка ее роли обществом. В данной ситуации возможны два подхода: представлять креативность как новый ресурс в системе производства национального дохода или как черту принципиально нового общества, то есть рассматривать творчество как таковое и творчество с экономической точки зрения, фактор роста добавленной стоимости. Логично, что рыночная экономика превращает творчество в новый источник возрастания прибыли. Креативный ресурс в этом качестве приносит доход, подобный инновационной ренте. Интересна позиция О.В. Мельникова, который отметил, что интеллект формирует затратную составляющую экономической деятельности, а креативность – доходную часть [11] (*Melnikov*, 2013).

Существует и другая точка зрения, в соответствии с которой в информационной экономике формируется альтернативная социально-экономическая модель развития. В ней новое качества человека (homocreator) и творческое содержание его деятельности становится основой иного социума, где базовая стратегия развития нацелена на доминирующую роль креатосферы [1] (*Buzgalin, Kolganov*, 2014). Признаки и задачи информационного общества таковы, что оно не приемлет приоритеты общества потребления, оно выступает за новую систему ценностей. Рыночное устройство общества тормозит развитие креативной деятельности, подчиняя ее конъюнктуре рынка и ограничивая процесс сотворчества [2] (*Buzgalin*, 2017).

Конечно, есть определенный смысл в утверждении, что компьютеризация способствовала интенсивному развитию познавательных потребностей, что управление информационными технологиями требует непрерывного образования и самообразования [9] (*Kaufman*, 2018; p. 263). Во всех предыдущих общественно-экономических системах творческая деятельность была исключительной привилегией немно-

ОБ АВТОРАХ:

Щербакова Людмила Николаевна, доцент кафедры экономической теории и государственного управления, доктор экономических наук, доцент (ludmilashc@yandex.ru)

Савинцева Светлана Александровна, доцент кафедры экономической теории и государственного управления, кандидат экономических наук, доцент (ssa_svet@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Щербакова Л.Н., Савинцева С.А. Рост креативного фактора в цифровом обществе: реальность или иллюзорность // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 3. – С.495-504. doi: 10.18334/ce.13.3.39970

гочисленной прослойки общества. Духовная деятельность одной части общества была возможна за счет монотонного тяжелого труда другой части членов общества. Информационная экономика сформировала ряд условий для того, чтобы существенно расширить ряды креативного класса. Без сомнения, к ним можно отнести:

- расширение доступа к информации, знаниям;
- упрощение движения потоков информации, которое создало основу для высвобождения труда и свободного времени;
- развитие новых форм занятости, в частности, появление электронных фрилансеров и удаленной занятости;
- формирование новой культуры общества, новой системы ценностей, в рамках которой потребление материальных благ вытесняется значением созидательной деятельности людей.

Характерным примером новой разновидности креативной деятельности в цифровом обществе является Интернет-занятость или персональный электронный бизнес. В самом общем виде он означает предпринимательство человека благодаря наличию Интернета, формирование предпринимательского дохода реализуется на основе владения компьютером. Интернет-бизнес нашел свое воплощение в следующих формах:

- электронная коммерция, включающая в себя организацию рынков на основе Интернет-аукционов, Интернет-магазинов;
- цифровая рекламная деятельность;
- виртуальная игра на фондовых биржах, именуемая как спекулятивная инвестиционная деятельность людей;
- обучение в Интернете (организация вебинаров, курсов, тренингов, мастер-классов в киберпространстве);
- получение и выполнение заказов на определенные цифровые услуги (перевод, дизайн, рисунок, видео и т.д.);
- производство информационных «продуктов» (текстов, содержащих перечень советов для соответствующей аудитории) электронными фрилансерами, их продажа в Интернете;
- купля-продажа созданных информационных продуктов третьими лицами, посредничество (система партнерки) [5] (*Golenda, Akifinda*, 2011).
- ведение традиционного бизнеса, основанного на приобретении ресурсов, прежде всего, информации из электронного пространства.

Кроме того, применение цифровых технологий сформировало еще одно новое явление на ресурсном рынке – удаленную занятость. Перспективность новой формы занятости подтверждается следующими прогнозами: фирмы, использующие удаленную систему занятости, получат экономию до 170 тыс. рублей экономии в год от каждого виртуального работника, при этом общая экономия достигнет 1 трлн рублей; прогнозируется активный рост нового сегмента занятости в ближайшие годы, в частности, планируется к 2020 году избавить каждого пятого сотрудника компании от тра-

диционного нахождения в офисе [3] (*Vasilkov*, 2015). Основой экономии является снижение величины аренды и низкая стоимость рабочей силы из регионов, привлечение которой становится возможным на дистанционной основе.

Отнести электронных фрилансеров к креативному классу можно по следующим причинам:

1) этот вид занятых более удовлетворен своей деятельностью, чем работники традиционных сфер, социологические исследования показали, что материальные стимулы для них стоят на втором месте после значимости интересной, творческой работы (для 96% штатных сотрудников хорошая оплата является главной трудовой мотивацией, а для фрилансеров первое по важности место занимает творческий компонент – 76%) [14] (*Strebkov, Shevchuk*, 2017);

2) они самостоятельно распоряжаются своим временем, обладают большой самостоятельностью в составлении рабочего графика дня, в выборе партнеров для сотрудничества;

3) дополнительные возможности самореализации открываются для новых работников цифровой экономики благодаря экономии времени и сил на транспортных издержках, отсутствию издержек «трения» с коллективом и начальством, включению в расписание дня элементов здорового образа жизни.

Хотелось бы обратить внимание на то, что базовые признаки креативной деятельности относятся и к удаленным занятым. Вместе с тем, нельзя допустить излишнюю эйфорию по поводу творческого содержания труда Интернет-предпринимателей. В реальной действительности любой вид труда складывается из отдельных действий, которые могут носить и рутинный, и творческий характер, так, австрийский исследователь А. Рих утверждал, что как физический, так и интеллектуальный труд содержит элементы рутины и креативности [13] (*Rikh*, 1996, p. 285). По факту, электронные фрилансеры значимую часть дня проводят за монотонным сидением за компьютером, выполняя простейшие операции по копированию, редактированию, сохранению материала, поиску ресурсов, рассылке писем и т.д. Компонент творческого труда в таком случае может быть даже меньше, чем у обычных работников.

Видимость наличия свободного графика работы может превратиться в элемент дезорганизации труда. Работники электронной среды чаще всего не могут найти грань между свободным и рабочим временем. Домашняя занятость приводит к тому, что процесс труда фрилансеров может быть прерван, разорван, так как их отвлекают домочадцы или бытовые занятия, поэтому их время далеко не всегда оптимально организовано. Большинство фрилансеров имеют двойную занятость, поэтому труд по вечерам или ночам является для них нормой. Кроме того, деятельность Интернет-занятых также зависит от сроков выполнения работы, от количества взятых заказов, в результате, вполне возможна загруженность сверх нормы в определенные периоды.

Следует обратить внимание на положение электронных самозанятых с точки зрения их места в рыночном пространстве. Работники киберпространства самостоятельно

приобретают средства производства: компьютеры, принтеры, сканеры, программные продукты, оплачивают ремонт техники, услуги Интернета, в общем, полностью берут на себя бремя издержек для производства цифровых продуктов. Они обеспечивают систему связи с заказчиками, включающую пересылку конечного электронного продукта. По выше указанным причинам их уже нельзя классифицировать как наемных рабочих, однако уровень оплаты их деятельности достаточно часто ориентирован на возмещение только компонента трудовых затрат, а материальные затраты не учитываются. Формируется своего рода «провал» информационного рынка, основой которого является перетекание выгод цифровых отношений третьим лицам.

Рассмотрим, в какой мере можно вести речь о вкладе электронных фрилансеров в формировании социума с иной системой ценностей, с доминирующей ролью креатосферы. Во многом деятельность электронных предпринимателей сопряжена с тем, что информационное пространство глобальной сетевой экономики втягивается в старую систему отношений, погоня за прибылью приводит к использованию Интернет-ресурса для мошенничества, предоставления сомнительных благ. Во-первых, уже заработаны большие капиталы на продаже «информационных продуктов», представляющих собой набор советов о быстром обогащении в Интернет-пространстве, с этой целью организуются веб-конференции и веб-семинары. Ряд зарубежных и российских авторов получили большую известность [12, 15] (*Parabellum, Mrochkovskiy*, 2012; *Trilliven*, 2002), они в состоянии собрать солидную аудиторию, проводить обучение за приличное вознаграждение (в том числе, тренинги, мастер-классы). Параллельно продаются их текстовые «продукты», посвященные правилам деятельности в компьютерном поле, в частности, даются рекомендации о том, как выбрать направление деятельности, увеличить цену продуктов и услуг, как генерировать трафик на сайт новичка, обеспечить повышение конверсии и т.д.

Во-вторых, занятость и формирование новых факторных доходов в Интернете в значительной степени сосредоточены в сфере рекламы или торговли. Новые виды работников: копирайтеры, рирайтеры, специалисты по монтажу видеороликов, веб-дизайнеры, менеджеры по интерактивной рекламе, менеджеры видеоканала Ютуб, специалисты по контекстной рекламе, консультанты продающегося сайта посвящают свою деятельность, в конечном счете, увеличению числа потенциальных клиентов для продажи определенных благ. Людей притягивают на сайты, форумы, блоги, чаты для расширения рынков сбыта.

В-третьих, некоторые виды электронного предпринимательства напрямую связаны с нанесением вреда обществу. Например, достаточно часты случаи применения электронной торговли недобросовестными продавцами, которые могут нарушать условия договора, обманывать потребителей в плане невыполнения обязательств по определенным свойствам благ (фирменный знак, размер, цвет, качественные параметры, время доставки товара), ориентировать торговлю на сбыт некондиционных товаров. Самым крайним случаем оппортунистического Интернет-предпринимательства явля-

ется мошенничество, которое может иметь разные механизмы: от создания фиктивных торговых рынков, подмены легальных сайтов до запуска вирусов и вредоносных программ в деятельность Интернет-магазина и взломов сайтов электронных торговых структур. Специальные исследования подтверждают, что объем мошенничества растет, на каждые $100 коммерческого торгового оборота приходится 5,7 похищенных цента [7]. Наконец, появляются тенденции, прямо противоположные становлению креативного общества, а именно, рост потребительства. Молодежь, проводящая значительную часть времени в Интернете, находится в зависимости от тех шаблонов стиля жизни, качества жизни, потребительского выбора, который навязывается киберпространством. Некоторые авторы оценивают данное последствие цифровой революции как техногенное манипуляционное порабощение сознания людей [17] (*Shapovalova*, 2015).

Реклама не просто влияет на спрос, она меняет отношение человека к миру товаров. Кроме того, реклама формирует облегченное представление о жизни в долг, реальная кредитная зависимость впоследствии оказывается непосильным грузом для молодых семей. Не способствует развитию креативных способностей людей стремление в наибольшей степени удовлетворить свои потребности, сидя за компьютером. Информационные технологии предоставляют большие возможности совершения оплаты, покупок товаров, получения развлекательных услуг и даже общения с друзьями и близкими, не отходя от монитора, что экономит время граждан цифрового общества, но существенно снижает их социальную активность.

Заключение.

Подводя итог, можно отметить следующее.

1. Информационная экономика повлияла на изменение ситуации с основами креативной деятельности в обществе. Экономия общественного времени, произошедшая благодаря убыстрению сбора информации, повышения ее качества, раскрыла новый потенциал роста креативного фактора экономики. Новые формы занятости – электронные фрилансеры и удаленная занятость – являются носителями свободной, гибко организованной деятельности, готовы к восприятию новых знаний, заняты освоением новых форм получения информации.

2. Вместе с тем нельзя однозначно воспринимать новые явления в сфере занятости в киберпространстве как исключительный прирост креативного сектора экономики. Труд, основанный на переработке современных потоков информации, сопряжен во многом с рутиной, с нарушением нормального распорядка рабочего дня, зависим от параметров договора с заказчиками. Виртуальный характер деятельности в Интернете, убыстрение в нем всех операций формируют новый тип поведения субъектов: часть работников Интернет-экономики отличаются оппортунистическим поведением, действуют сугубо в своих эгоистических интересах, их деятельность построена на обмане и нарушении прав потребителей или заказчиков.

3. Построение молодой цифровой экономики России основано на реализации новых возможностей, открываемых информационными технологиями. Для избежания «провалов» в ее построении необходимо учитывать ряд негативных тенденций и их причин, которые неизбежно сопровождают инновационную динамику, особенно периода информационной революции. Необходимо текущую информационную политику сопровождать мониторингом и анализом последствий применения Интернет-технологий в обществе с последующей коррекцией. Тем более что новая волна цифровой революции опирается на открытые сообщества, формирование коллективного интеллекта, Всеобъемлющий Интернет, а развитие данных технологий не совместимо с узкоэгоистическим использованием глобальных ресурсов.

ИСТОЧНИКИ:

1. Бузгалин А.В., Колганов А.И. Полемические заметки о целевых акцентах альтернативной социально-экономической стратегии // Социологические исследования. – 2014. – № 3(359). – с. 120-130.
2. Бузгалин А.В. Креативная экономика: почему и как может быть ограничена частная интеллектуальная собственность // Социологические исследования. – 2017. – № 8(401). – с. 20-30.
3. Васильков А. Удаленная занятость в России становится новым трендом. Компьютерра. [Электронный ресурс]. URL: http://www.computerra.ru/126189/remote-work-is-a-new-trend-in-russia/(дата обращения: 22.05.2015).
4. Гасратян К.М. Этика человеческой деятельности и благосостояние // Вестник московского университета. серия 6: экономика. – 2012. – № 1. – с. 3-12.
5. Голенда Л.К., Акифинда М.А. Электронный бизнес. - Минск: БГЭУ, 2011. – 113 с.
6. Друкер П. Посткапиталистическое общество. Новая индустриальная волна на Западе. [Электронный ресурс]. URL: http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1067.html (дата обращения: 22.05.2015).
7. Интересная аналитика о способах мошенничества в электронной коммерции. Анализ мошенничества в электронной коммерции. [Электронный ресурс]. URL: http://psm7.com/security/interesnaya-analitika-o-sposobax-moshennichestva-v-elektronnoj-kommercii.html (дата обращения: 15.01.2017).
8. Корнейчук Б.В. Информационная экономика. / Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2006. – 400 с.
9. Кауфман Н.Ю. Трансформация управления знаниями в условиях развития цифровой экономики// Креативная экономика. – 2018. – № 3. – с. 261-270.
10. Масуда Е. Компьютокопия // Философия и социальная жизнь. – 1993. – № 6. – с. 36-50.
11. Мельников О.Н. Случайно ли наступление креативной экономики? // Креативная экономика. – 2013. – № 2(74). – с. 118-126.
12. Парабеллум А., Мрочковский Н. Коучинг как бизнес. Практическая модель для зарабатывания денег. - СПб.: Питер, 2012. – 192 с.

13. Рих А. Хозяйственная этика. / Курс лекций. Пер. с нем. - М.: Посев, 1996. – 534 с.
14. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Трудовые ценности самостоятельной и организационной занятости // Социологические исследования. – 2017. – № 1(393). – с. 81-93.
15. Трилливен Ф. Открой свой электронный бизнес: 10 золотых правил начинающего бизнесмена в сфере высоких технологий. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 640 с.
16. Чернов А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы. - М.: Дашков и К, 2003. – 232 с.
17. Шаповалова И.С. Влияние интернет-технологий на поведение и интеллектуальное развитие молодежи // Социологические исследования. – 2015. – № 4. – с. 148-151.

REFERENCES:

Buzgalin A.V. (2017). *Kreativnaya ekonomika: pochemu i kak mozhet byt ogranichena chastnaya intellektualnaya sobstvennost* [Creative economy: why and how private intellectual property can be limited]. *Sociological Studies (Sotsiologicheskie Issledovaniia)*. (8(401)). 20-30. (in Russian).

Buzgalin A.V., Kolganov A.I. (2014). *Polemicheskie zametki o tselevyh aktsentakh alternativnoy sotsialno-ekonomicheskoy strategii* [Polemical notes on purposeful accentuations in alternative social and economic strategy]. *Sociological Studies (Sotsiologicheskie Issledovaniia)*. (3(359)). 120-130. (in Russian).

Chernov A. (2003). *Stanovlenie globalnogo informatsionnogo obschestva: problemy i perspektivy* [The formation of the global information society: problems and prospects] M.: Dashkov i K. (in Russian).

Gasratyan K.M. (2012). *Etika chelovecheskoy deyatelnosti i blagososotoyanie* [Ethics of Human Activity and Welfare Economy]. *Vestnik moskovskogo universiteta. seriya 6: ekonomika*. (1). 3-12. (in Russian).

Golenda L.K., Akifinda M.A. (2011). *Elektronnyy biznes* [E-business] Minsk: BGEU. (in Russian).

Kaufman N.Yu. (2018). *Transformatsiya upravleniya znaniyami v usloviyakh razvitiya tsifrovoy ekonomiki*[Transformation of knowledge management in the context of digital economy development]. *Creative economy*. *12* (3). 261-270. (in Russian).

Korneychuk B.V. (2006). *Informatsionnaya ekonomika* [Information economy] SPb.: Piter. (in Russian).

Masuda E. (1993). *Kompyutokopiya* [Computocopy]. *Filosofiya i sotsialnaya zhizn*. (6). 36-50. (in Russian).

Melnikov O.N. (2013). *Sluchayno li nastuplenie kreativnoy ekonomiki?* [Is an Advent of a Creative Economy Accidental?]. *Creative economy*. (2(74)). 118-126. (in Russian).

Parabellum A., Mrochkovskiy N. (2012). *Kouching kak biznes. Prakticheskaya model dlya zarabatyvaniya deneg* [Coaching as a business. A practical model for money making] SPb.: Piter. (in Russian).

Rikh A. (1996). *Khozyaystvennaya etika* [Business ethics] M.: Posev. (in Russian).

Shapovalova I.S. (2015). *Vliyanie internet-tekhnologiy na povedenie i intellektualnoe razvitie molodezhi* [The impact of Internet technologies on the behaviour and intellectual development of young people].*Sociological Studies (Sotsiologicheskie Issledovaniia)*. (4). 148-151. (in Russian).

Strebkov D.O., Shevchuk A.V. (2017). *Trudovye tsennosti samostoyatelnoy i organizatsionnoy zanyatosti* [Work values of self-employment and organization employment]. *Sociological Studies (Sotsiologicheskie Issledovaniia)*. (1(393)). 81-93. (in Russian).

Trilliven F. (2002). *Otkroy svoy elektronnyy biznes: 10 zolotyh pravil nachinayuschego biznesmena v sfere vysokikh tekhnologiy* [Open your e-business: 10 golden rules for the novice businessman in the sphere of high technologies] M.: FAIR-PRESS. (in Russian).