

М.Ю. ПАВЛОВ

**Определение творческой (креативной) деятельности:
экономический подход***

Аннотация. Несмотря на разнообразие определений креативности, в них не прослеживается системности и выделения именно экономических аспектов. Творчество в экономической теории можно рассматривать как «черный ящик». Творение или создание нового для целей экономики необходимо лишь такое, которое увеличивает возможности по созданию, либо распределению, либо обмену, либо потреблению материальных благ, т. е. увеличивает эффективность, результативность названных процессов (создания, распределения, обмена, потребления). Творчество, которое, напротив, уменьшает или оставляет без изменений экономические возможности людей, ни для экономики, ни для менеджмента не представляет ни теоретического, ни практического интереса.

Экономисты и менеджеры востребуют лишь такое создание нового, которое увеличивает их экономические возможности. И именно это принципиально важно для всех определений творчества.

Ключевые слова: креативная экономика, творчество, творческая деятельность, креативный класс.

Abstract. Despite the variety of definitions of creativity, they do not trace the consistency and emphasis of economic aspects. Creativity in economic theory can be considered as a «black box.» creating or creating a new one for the purposes of the economy only needs one that increases the ability to create or distribute or exchange or consume material goods, that is, increases the efficiency, effectiveness of these processes (creation, distribution, exchange, consumption). Creativity, which, on the contrary, reduces or leaves unchanged the economic capabilities of people, is neither theoretical nor practical for the economy nor for management.

Economists and managers will only demand the creation of a new one that increases their economic capabilities. And this is what is fundamentally important for all definitions of creativity.

Keywords: creative economy, creativity, creative activities, creative class.

УДК 330.110.4

ББК 65.011

Экономический рост, экономическое развитие в последние десятилетия, наряду с бурным развитием науки и техники в развитых странах, создали как необходимые предпосылки (возросший платежеспособный спрос), так и (во многом искусственное, форсированное государственными программами стимулирования экономики) увеличение разнообразия производимых благ и услуг, специальностей и профессий, экономических институтов и механизмов. От относительно простого экономика все в большей степени переходит как к сложному производству, так и к сложному потреблению [5—7; 16; 18].

Например, сегодня потребителю услуг мобильного интернета надо совершить многомерный выбор среди смартфонов, затем — среди тарифных планов мобильных операторов, а затем среди множества приложений для смартфонов и подписок на услуги, предоставляемых агрегаторами в интернете. В условиях перенасыщения вариантами выбора, когда потребитель вынужден выбирать из многих сотен, а то и тысяч однотипных товаров, резко выросло значение креативных идей, способствующих скачкообразному повышению спроса на продукцию фирмы, в том числе и путем создания новой продукции или новых способов взаимодействия с потребителями. Возрастание спроса на такие идеи означает возрастание роли креативной (творческой)¹ деятельности в экономике — не только в технологиях материального производства, но и в «технологиях» обмена, распределения и потребления. Правительства, общественные организации — все, кто что-либо предлагает на выбор (как на основе рыночных, так и нерыночных механизмов — в частности, правительство может предлагать гражданам делать выбор между услугами в цифровом и в традиционном, нецифровом, формате), также

*Пример ссылки при цитировании материалов журнала: Павлов М.Ю. Определение творческой (креативной) деятельности: экономический подход // Философия хозяйства. 2022. № 5. С. 88—97.

¹ Здесь и далее слова «творческий» и «креативный» и их производные будут использоваться как синонимы.

предъявляют все возрастающий спрос на новые решения, чтобы быть востребованными в очень сложной, разнообразной и динамичной экономике.

Специфика креативной экономики обусловлена особенностями творческого труда как базисного детерминанта этой системы. Творческий по содержанию труд обеспечивает преодоление труда как в силу того, что главным «ресурсом» творческой деятельности является знание и другие культурные блага, в креативной экономике изменяется характер затрат и результатов (сокращается доля физически потребляемых средств производства, а результатом становится создание продуктов, потенциально являющихся неограниченными и неконкурентными общественными благами). Труд в таких условиях перестает быть обременением и превращается в самоценность вследствие свойства самомотивации творческой деятельности [14].

Несмотря на разнообразие определений креативности, в них не прослеживается системности и выделения именно экономических аспектов. Внутренней организацией творческого процесса должны заниматься такие науки, как психология, нейрофизиология и др., а для экономической науки вполне достаточно изучения творческого результата, а не самого процесса его получения. Творчество в экономической теории можно рассматривать как «черный ящик». В творческом процессе (иначе говоря, в ходе креативной деятельности) создается новое. С этим согласны авторы всех определений творчества [2—4; 8—12; 15; 19; 20]. Очень важно уточнить, что поскольку экономика имеет прямое отношение к материальным благам, в известном человечеству материальном мире невозможно создание ни большего количества материальных ресурсов (они уже изначально созданы и создаются силами природы, и человечество может увеличить свои возможности лишь посредством познания сил природы), ни большего времени (действует жесткое ограничение — 24 часа в сутки). Поэтому творчество не может создать большего исходного объема для создания материальных благ, а очень жестко лимитировано пространственно-временными рамками. Творчество может лишь изменить возможности использования ограниченных пространственно-временных ресурсов.

Недостаточность и нечеткость существующих определений ярко проявляется в огромном разноплановом множестве характеристик, относящихся к творчеству в экономике, при этом очень нечетких, размытых, неквантифицируемых и нередко опытно невозпроизводимых (невозможно повторить опыт), т. е. не соответствующих строгим научным критериям. Важно сделать самое главное уточнение, которое отсутствует практически в подавляющем большинстве определений творчества: творение, или создание нового, для целей экономики необходимо лишь такое, которое увеличивает возможности по созданию, либо распределению, либо обмену, либо потреблению материальных благ, т. е. увеличивает эффективность, результативность названных процессов (создания, распределения, обмена, потребления). Творчество, которое, напротив, уменьшает или оставляет без изменений экономические возможности людей, ни для экономики, ни для менеджмента не представляет ни теоретического, ни практического интереса [1; 17].

Может иметь место конфликт экономических интересов, как, в частности, выявил Дж. Гэлбрейт характерный для технотруктуры конфликт интересов, при котором наемные менеджеры вступают в скрытый экономический конфликт с собственниками, уменьшая их экономические возможности, поскольку в условиях господства технотруктуры наемные менеджеры заинтересованы лишь в увеличении своих собственных экономических возможностей, как, к примеру, в случае с Кеннетом Лэем и корпорацией «Enron» (США). Кеннет Лэй вошел в историю как автор печально известной «творческой бухгалтерии», нанесший своим «творчеством» собственникам (акционерам) и государству огромный ущерб — на миллиарды долларов.

Экономисты и менеджеры востребуют лишь такое создание нового, которое увеличивает их экономические возможности. И именно это принципиально важно для всех определений творчества. Данное утверждение легко доказать от противного, предложив, к примеру, логистической фирме вдвое более долгие способы (при прочих равных) доставки грузов. Это могут быть намного более красивые, интересные, увлекательные и захватывающие способы, но, очевидно, что они не будут приняты, если логистическая фирма, как и любая фирма, ориентированная прежде всего на экономические показатели, заинтересована в максимально возможной экономической эффективности. Конечно, здесь встает вопрос о рациональном выборе и критериях рациональности, но, даже абстрагируясь от

критериев рациональности, можно утверждать, что любой экономический агент нацелен на бóльшую, а не меньшую эффективность достижения своих экономических целей.

В отличие от репродуктивного труда, творческая деятельность обладает резко выраженными внешними эффектами. Хотя в некоторых случаях эти эффекты могут быть отрицательными (к примеру, академик А.Д. Сахаров считал создание термоядерного оружия вредным изобретением, способным вернуть человечество в каменный век или даже вовсе уничтожить жизнь на Земле), в подавляющем большинстве случаев творческая деятельность увеличивает, расширяет возможности всей экономики. Это можно представить в виде сдвига кривой производственных возможностей вправо-вверх.

Таким образом, творчество (креативную деятельность) в экономических категориях можно определить как увеличение (умножение) возможностей людей относительно уже достигнутых возможностей для целей создания, распределения, обмена и потребления материальных благ посредством выраженных положительных внешних эффектов. Ни уменьшение названных возможностей, ни воспроизведение (повторение) уже достигнутых возможностей творчеством (креативной деятельностью) не являются. Другое дело, что многие и даже очень многие результаты креативной деятельности могут увеличить экономические возможности людей в другом месте и в другое время (как, например, изобретения Леонардо да Винчи), но данная тема столь широка, что требует отдельного рассмотрения, выходящего за рамки данной статьи [13].

Определив качественные критерии креативной деятельности, кратко охарактеризуем влияние креативной деятельности на количественные характеристики. Несмотря на то, что творчество (креативная деятельность) означает создание нового, для экономики эта новизна лишь относительна. Можно утверждать, что любая новая продукция или любая новая схема деятельности имеют аналоги для сравнения, причем прежде всего — сравнения количественного. К примеру, аналогом даже полностью роботизированного, пусть даже «беспилотного» экскаватора служит обычная лопата. Экономические потребности, которые удовлетворяет продукт, можно удовлетворить с помощью другого — аналогичного — продукта. Сложный продукт может иметь сразу целый набор аналогов, но суть от этого не меняется. К примеру, в качестве аналогов смартфона можно назвать телефон, персональный компьютер, фотоаппарат, видеокамеру, будильник, даже карманный фонарик и телевизор. С точки зрения экономики важен результат (эффективность) в целом, а не конкретная техническая реализация. К примеру, если смартфоны оказываются результативнее в информировании о новостях в сравнении с телевизорами, выбор будет сделан в пользу смартфонов.

Развитие индивидуализации производства, производство на заказ, преодоление, благодаря развитию информационно-коммуникационных технологий, разрыву между производителем и потребителем, предъявляют требования не к возможности создания как можно большего количества одинаковых изделий или к удешевлению их тиражирования, а к творческим способностям человека. Креативная деятельность не создает ни новых пространств, ни нового времени. Она создает лишь новые возможности использования того, что уже имеется в существующей Вселенной. При этом главным пространством формирования и воспроизводства человеческого потенциала в креативной экономике становится творческий потенциал человека — от возможности индивидуализации изделий до более глубокого постижения законов природы.

Литература

1. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. СПб.: Экономическая школа, 1998.
2. Андрюхина Л.М. Креативность, креативный капитал и креативные практики в образовании. Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2019.
3. Байкова Э.Р. Опыт развития креативных индустрий за рубежом // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 1 (163). С. 11—17.
4. Белокрылова О.С., Дубская Е.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // Terra economicus. 2013. Т. 11. № 4. Ч. 2. С. 5—11.

5. Бодрунов С.Д. Генезис ноономики: НТП, диффузия собственности, социализация общества, солидаризм // Экономическое возрождение России. 2021. № 1 (67). С. 5—14. DOI: 10.37930/1990-9780-2021-1-67-5-14.

6. Бузгалин А.В. Креативная революция трансформирует рынок и отношения собственности // Экономическое возрождение России. 2021. № 1. С. 109—115.

7. Бузгалин А.В. Поздний капитализм и его пределы: диалектика производительных сил и производственных отношений (к 200-летию со дня рождения Карла Маркса) // Вопросы политической экономии. 2018. № 2. С. 10—38.

8. Жупарова А.С., Исмаил Г.Ж. Экономика креативных индустрий: сущность и основные характеристики // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2021. № 3. С. 36—45.

9. Левченко Е.А. Креативная экономика, креативное образование и формирование креативной личности // Потребительская кооперация стран постсоветского пространства: состояние, проблемы, перспективы развития: сб. науч. ст. межд. науч.-практич. конф., посвященной 55-летию университета, Гомель, 26—27 сентября 2019 г. Гомель: Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2019. С. 49—53.

10. Лозина О.И., Рогожникова В.Н., Тутов Л.А. Модель творческого человека в современной экономике: опыт создания // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. 2020. Т. 12. № 4. С. 7—20.

11. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2011.

12. Махалин В.Н. Государственное регулирование креативной экономики России: креативный климат и креативный класс // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. № 17. С. 19—24.

13. Осипов Ю.М. Российский разворот: от не-России к России и от цифромании к человеку // Философия хозяйства. 2019. № 6 (126). С. 11—21.

14. Павлов М.Ю. О методологических аспектах определения креативного класса на основе содержания труда // Философия хозяйства. 2021. № 3. С. 65—73.

15. Павлов М.Ю. Творческий потенциал человека: Вызов для современной экономической теории // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Экономика и управление. 2019. № 1. С. 11—16.

16. Павлов М.Ю. Трансформация характера взаимодействия между трудом и капиталом в условиях четвертой индустриальной революции // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2020. № 2. С. 71—82.

17. Пороховский А.А. Человек и робот: технологизация versus гуманизация ноономики // Экономическое возрождение России. 2021. № 1 (67). С. 39—47.

18. Пороховский А.А. Цифровизация и производительность труда // США и Канада: экономика, политика, культура. 2019. Т. 49. № 8. С. 5—24.

19. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005.

20. Яковлева Н.Г. Государственная образовательная политика в эпоху креативной революции: цели и ресурсы // Философия хозяйства. 2019. № 6. С. 86—99.

References

1. Avtonomov V.S. Model' cheloveka v ekonomicheskoy nauke. SPb.: Ekonomicheskaya shkola, 1998.

2. *Andryuhina L.M.* Kreativnost', kreativnyj kapital i kreativnye praktiki v obrazovanii. Ekaterinburg: Rossijskij gosudarstvennyj professional'no-pedagogicheskij universitet, 2019.
3. *Bajkova E.R.* Opyt razvitiya kreativnyh industrij za rubezhom // *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskij zhurnal*. 2022. № 1 (163). S. 11—17.
4. *Belokrylova O.S., Dubskaya E.S.* Mirovoj opyt formirovaniya kreativnoj ekonomiki i vozmozhnosti ego ispol'zovaniya v Rossii // *Terra economicus*. 2013. T. 11. № 4. Ch. 2. S. 5—11.
5. *Bodrunov S.D.* Genezis noonomiki: NTP, diffuziya sobstvennosti, socializaciya obshchestva, solidarizm // *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii*. 2021. № 1 (67). C. 5—14. DOI: 10.37930/1990-9780-2021-1-67-5-14.
6. *Buzgalin A.V.* Kreativnaya revolyuciya transformiruet rynek i otnosheniya sobstvennosti // *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii*. 2021. № 1. S. 109—115.
7. *Buzgalin A.V.* Pozdnij kapitalizm i ego predely: dialektika proizvoditel'nyh sil i proizvodstvennyh otnoshenij (k 200-letiyu so dnya rozhdeniya Karla Marksa) // *Voprosy politicheskoy ekonomii*. 2018. № 2. S. 10—38.
8. *ZHuparova A.S., Ismail G.ZH.* Ekonomika kreativnyh industrij: sushchnost' i osnovnye harakteristiki // *Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve*. 2021. № 3. S. 36—45.
9. *Levchenko E.A.* Kreativnaya ekonomika, kreativnoe obrazovanie i formirovanie kreativnoj lichnosti // *Potrebitel'skaya kooperaciya stran postsovetskogo prostranstva: sostoyanie, problemy, perspektivy razvitiya: sb. nauch. st. mezhd. nauch.-praktich. konf., posvyashchennoj 55-letiyu universiteta, Gomel', 26—27 sentyabrya 2019 g. Gomel': Belorusskij trgovno-ekonomicheskij universitet potrebitel'skoj kooperacii*, 2019. S. 49—53.
10. *Lozina O.I., Rogozhnikova V.N., Tutov L.A.* Model' tvorcheskogo cheloveka v sovremennoj ekonomike: opyt sozdaniya // *Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyj zhurnal ekonomicheskogo fakul'teta MGU imeni M.V. Lomonosova*, 2020. — T. 12. № 4. — S. 7—20.
11. *Lendri CH.* Kreativnyj gorod. M.: Klassika-XXI, 2011.
12. *Mahalin V.N.* Gosudarstvennoe regulirovanie kreativnoj ekonomiki Rossii: kreativnyj klimat i kreativnyj klass // *Ekonomika i upravlenie: analiz tendencij i perspektiv razvitiya*. 2014. № 17. S. 19—24.
13. *Osipov YU.M.* Rossijskij razvorot: ot ne-Rossii k Rossii i ot cifromanii k cheloveku // *Filosofiya hozyajstva*. 2019. № 6 (126). S. 11—21.
14. *Pavlov M.YU.* O metodologicheskikh aspektah opredeleniya kreativnogo klassa na osnove sodержaniya truda // *Filosofiya hozyajstva*. 2021. № 3. S. 65—73.
15. *Pavlov M.YU.* Tvorcheskij potencial cheloveka: Vyzov dlya sovremennoj ekonomicheskoy teorii // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Ekonomika i upravlenie*. 2019. № 1. S. 11—16.
16. *Pavlov M.YU.* Transformaciya haraktera vzaimodejstviya mezhdum trudem i kapitalom v usloviyah chetvertoj industrial'noj revolyucii // *Vestnik Instituta ekonomiki Rossijskoj akademii nauk*. 2020. № 2. S. 71—82.
17. *Porohovskij A.A.* Chelovek i robot: tekhnologizaciya versus gumanizaciya noonomiki // *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii*. 2021. № 1 (67). S. 39—47.
18. *Porohovskij A.A.* Cifrovizaciya i proizvoditel'nost' truda // *SSHA i Kanada: ekonomika, politika, kul'tura*. 2019. T. 49. № 8. S. 5—24.
19. *Florida R.* Kreativnyj klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee. M.: Klassika-XXI, 2005.

20. *Yakovleva N.G.* Gosudarstvennaya obrazovatel'naya politika v epohu kreativnoj revolyucii: celi i resursy // *Filosofiya hozhaystva*. 2019. № 6. S. 86—99.