

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕОРИИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ. ЭКОНОМИКА КРЕАТИВНОСТИ МАРКА МЕТТЬЮСА

© 2011

Е.Р. Хакимова, старший преподаватель кафедры
«Экономика и организация промышленного производства»
Пермский национальный исследовательский политехнический университет

Ключевые слова: креативная экономика, креативные индустрии, креативный класс.

Аннотация: В статье рассмотрен один из основных современных подходов к определению креативной экономики в теории креативных индустрий. Работа Марка Меттьюса «Наука и инновационная политика и новая (и старая) экономика креативности» посвящена описанию путей экономического анализа взаимосвязи науки, технологий и инноваций через адаптацию неоклассических теоретических моделей, которые должны учитывать креативность и инновационные процессы.

Возрастание роли человеческого потенциала в современной экономике - следствие многих факторов: изменения структуры производства в части увеличения доли высокотехнологичных производств, структурные перестройки в потреблении, качественные перемены в самом человеческом капитале. Усиление значения специфических уникальных свойств личности как человеческого капитала становится важным фактором социального и экономического развития страны, ее модернизации.

Ключевым условием экономического развития на современном этапе является создание нового знания, которое является результатом интеллектуального труда. Возрастание роли человеческого потенциала - следствие многих факторов: изменения структуры производства в части увеличения доли высокотехнологичных производств, структурные перестройки в потреблении, качественные перемены в самом человеческом капитале. Усиление значения специфических уникальных свойств личности как человеческого капитала становится важным фактором социального и экономического развития страны, ее модернизации.

Современный этап развития общества принято называть постиндустриальным. Один из основоположников теории постиндустриализма Даниел Белл определяющим фактором развития на этом этапе называет знания. По Беллу, переход от индустриального общества к постиндустриальному характеризуется не только перемещением основной производительной силы из промышленного сектора в сектор научный, сектор знаний и информации. Знания становятся главным производящим элементом общества. Стоит заметить, что речь не идет не об отказе от промышленного производства, а о смещении приоритета развития. Развитие материального производства закономерно требует постоянного увеличения темпов научно-технического прогресса, усложнения техник и технологий, возрастания наукоемкости производства. Все эти внутренние

изменения в характере производственных процессов оказывают значительное влияние на условия и сущность функционирования рабочей силы. Закономерно снижется число работников, занятых неквалифицированным трудом. Этот процесс зарождается еще на индустриальной стадии, когда постепенно начинается замена человеческого труда машинным, а человеку отводится роль управления и контроля. По сути, в постиндустриальном обществе производительным элементом уже является не физические характеристики работника, а его квалификация, то есть знания и опыт. В том же направлении усиления специализации и высоких требований к образовательному уровню работает и разделение труда. Существенное влияние на сущность рабочей силы на современном этапе оказывает и «общество потребления». Такое общество характеризуется высоким уровнем потребления благ вообще, изменением структуры потребления от удовлетворения материальных потребностей к большему потреблению услуг. В таком обществе ценность знаний, образования, квалификации и индивидуальных возможностей человека возрастает.

Возникновение «интеллектуального класса» как класса, создающего стоимость, является закономерным. К разряду таких специалистов можно отнести не только носителей специфического знания, уникальных производственных умений или образования. К ним нужно отнести и тех, кого Ричард Флорида называет креативным классом [8]. На практике этот термин означает узких специалистов «креативных индустрий». В противовес общепринятым стандартам измерения человеческого капитала, основанным на уровне образования (доля населения, имеющего степень бакалавра и выше), Флорида предлагает ввести понятие креативного класса. Также он вводит определение «супер-креативного ядра» - программисты и математики; архитекторы и инженеры; специалисты, занятые в науке и образовании, дизайне и искусствах, развлечениях, спорте и

медиа – те, кого называют «профессионалы креатива». Такое выделение носит во многом методологический характер и отвечает на вопрос, какие группы населения учитывать при анализе влияния человеческого капитала на экономическое развитие. Исследования Флориды подтверждают зависимость регионального развития не только от стандартного понимания человеческого капитала, но и от креативного класса, в частности значима связь между культурой и искусством и региональным развитием, а значит, формируется некий новый стандарт измерения этих влияний [8].

Понятием «креативные индустрии» как части промышленных оперирует и Р. Кейвс в работе по базовому анализу микроэкономики творческих индустрий. Хотя его трактовку, основанную на индустриальной классификации, критикуют за некоторую нелогичность и непоследовательность. [9] Тем не менее, именно рассмотрение творческих отраслей по продукту и отрасли, является на данный момент самым распространенным.

Уникальные свойства личности, которые становятся производительной силой позволяют нам говорить о креативности как о факторе развития экономики. Современная инновационная структура экономики предполагает соответствующий набор инновационных факторов развития. Основой существования и развития постиндустриального общества является информация и формирующиеся на ее основе креативные индустрии.

В современной теории креативных индустрий (и креативной экономики) существует несколько подходов к определению этого понятия. В первую очередь, различия касаются состава этих индустрий, то есть самого критерия – что относить к креативному сектору. Во-вторых, исследователи по-разному определяют природу креативности, диапазон определений широк: от социокультурных составляющих поведения и оценки креативности как этапа жизненного цикла любой индустрии до выделения этих особенностей не только как предмета исследования, но и в отдельную науку. Такие различия в подходах обусловлены комплексностью понятия креативной экономики, к описанию которого и приближаются специалисты.

Работа Марка Меттьюса «Наука и инновационная политика и новая (и старая) экономика креативности» посвящена описанию путей экономического анализа взаимосвязи науки, технологий и инноваций через адаптацию неоклассических теоретических моделей, которые должны учитывать креативность и инновационные процессы. По мнению автора, современные исследователи предполагают некоторый уровень креативности, который не учитывает критически значимый фактор инноваций. Это поднимает вопрос: как расширить понятие креативных индустрий, чтобы оно помогло определить креативность как главную характеристику как индивидуального, так и коллективного поведения людей.

В работе Меттьюс ставит три ключевых вопроса, которые берут начало из опыта применения неавстрийской экономической теории в реальной политике:

1. Большинство аспектов креативности и инноваций пытаются перевести категорию неприятия (неучета, игнорирования) в категории неопределенности и риска – они отрицают неучет и предпочитают модели одобрения (включения факторов), которые позволяют управлять неопределенностью и риском.

2. Так как креативность и инновационность включают в себя фактор культуры, значит, необходимо анализировать, как культура влияет на неопределенность и риск.

3. Следовательно, альянс между защитниками теории креативных индустрий и ортодоксальными экономистами с их совместным определением креативности как способа перевода неприятия в неопределенность и риск может помочь нам соединить наши представления о креативных индустриях, технологическом и научном прогрессе и бизнес-инновациях.

Меттьюс подчеркивает, что его работа основана на анализе политики больше, чем на академической науке. Ключевые категории работы – неучет, неопределенность и риск; с их помощью автор пытается объяснить взаимосвязь креативных индустрий, науки и инновационной политики. По его мнению, мы должны обратить большее внимание на то, как креативность помогает перейти от неучета к категориям неопределенности и риска где бы то ни было: в литературе и искусстве, новых цифровых медиа или науке, технологиях и бизнес-инновациях. При этом Меттьюс определяет культуру как центральный фактор как в креативных индустриях, так и в науке и инновационной политике.

Меттьюс отмечает, что неприятие неопределенности и риска лежит за границами рационального поведения индивидов, поэтому неоклассические модели не могут такое поведение описать, и следовательно, управлять им.

Переход от изобретений к инновациям (коммерциализация изобретений) требует инвестиций с высоким риском, и соответственно, с высокой доходностью. Когда такой процесс особенно успешен, статистика относит его к девиациям от нормы. Сравнительно малое внимание к таким «исключениям» в неоклассической теории и эконометрике обусловлено, по мнению автора, рассмотрением явления как переходного дестабилизирующего феномена. Меттьюс предлагает исследовать природу креативности, не используя методологический индивидуализм австрийской экономической теории. Главный вопрос – могут ли креативные индустрии развивать альтернативные методы избегания проблемы отрицания риска через теорию сложности и социальные сетевые рынки.

Влияние социальных и культурных аспектов на отношение к риску Меттьюс предлагает на примере истории инвестиций в Китае. В начале XX века внутренние китайские инвестиции сосредотачивались в областях высокого риска и высоких доходов, оставшуюся часть занимали иностранные инвесторы, которые, в свою очередь, старались диверсифицировать портфель для управления рисками в долгосрочном периоде. Этот

приток иностранного капитала представлялся внутренним инвесторам нарушением китайского суверенитета, граничащим с экспансией. Эти столкновения нашли отражение в революции 1911 года. Дальнейшие эконометрические исследования подтвердили, что китайские инвесторы продолжают избегать диверсификации портфеля. Китайские акции оценивались в базисных уровнях общего риска, в основном рыночного, а не специфического риска компаний. Также важным элементом представлялась ликвидность инвестиций. Эту особенность инвестирования соединили с западной моделью оценки рисков. В итоге получили сочетание разных подходов к инвестированию на территории одной страны: высокие объемы краткосрочного спекулятивного инвестирования, которое открывает существенные ниши для иностранных инвесторов в инфраструктуру в долгосрочном периоде. Различия в подходах к инвестированию Востока и Запада Китай смог эффективно комбинировать. В западной модели поведения разумными считаются инвестиции в «статистически благоприятные области» и диверсификация портфеля для управления рисками. Китайский – склонен к высокому риску и высоким доходам от вложений, этому способствует еще одна особенность национального делового сообщества – поиск партнеров на доверии. Для Китая бизнес определяется в людях, мышлении и взаимодействии больше, чем в формальном процессе. Это помогает понять их отношение к риску – строгие приверженцы формального подхода склонны инвестировать в статистически благоприятные области, а рискованные инвестиции осуществляются на основании индивидуальных взаимодействий.

Мэттьюс считает, что теория креативных индустрий может помочь в науке и инновационной политике, так как понимание культурной динамики креативного процесса становится критическим элементом отношения к неопределенности и риску. Он отмечает, что в теории креативности чрезмерно много внимания уделяется среде, в которой она работает. И незаслуженно мало самой природе креативности. Очень легко рассматривать креативность математически как случайное изменение и концентрироваться на том, как социальные структуры и рынки выбирают между этими изменениями. Проблема, по мнению автора, состоит в том, что такой подход онтологически некорректный, так как пренебрегает человеческой активностью в креативности.

Мэттьюс считает, что теория креативных индустрий поможет в исследовании степени, в которой культура и креативность способствуют переходу от категории неучета к категориям неопределенности и риска с помощью моделей, учитывающих культурную составляющую.

Современные исследования креативных индустрий описывают некоторые подходы изучения креативной экономики. Направления специализации могут быть

различными: это и изучения поведенческих аспектов принятия решений на микроуровне, и изучение креативных индустрий или социальных сетей на мезоуровне, и переход от сетевых рынков к понятиям инновационной политики в области креативных индустрий и влияния креативной составляющей на экономический рост. Также могут различаться и ключевые исследуемые факторы: от количества университетов у Ричарда Флориды до социо-культурных особенностей национального масштаба у Джейсона Поттса. Несмотря на различия в подходах все специалисты в данной области подчеркивают влияние креативной составляющей на экономические процессы. Особенно значимо это влияние в инновационной системе. Креативные индустрии можно определить как набор действий экономических агентов, когда производство и потребление определяется рыночными механизмами в социальных сетевых рынках. Таким образом, креативные индустрии – это такая область экономической деятельности, где социальные связи создают ценность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иноземцев В.Л. Центр исследования постиндустриального общества <http://postindustrial.net/> Иноземцев В.Л.// К теории постэкономической общественной формации, режим доступа: <http://postindustrial.net/books/k-teorii-postekonomicheskoy-obshhestvennoj-formacii/>
2. Иноземцев В.Л. Наука, личность и общество в постиндустриальной действительности <http://vivovoco.rsl.ru> / Иноземцев В.Л.// Российский химический журнал, 1999, № 6, - режим доступа: <http://vivovoco.rsl.ru/VV/PAPERS/ECCE/ETHICS/INOZEM.HTML>
3. Matthews M. Science and Innovation Policy and the New (and Old) Economics of Creativity/ Creative Destruction Vol 1, № 1 (2008).
4. Алексей Гончарик Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии/ www.creativeindustries.ru
5. Даниел Белл. Грядущее постиндустриальное общество. М., Академия, 1999.
6. Jason Potts, Stuart Cunningham, John Hartley, Paul Ormerod Social network markets: A new definition of the creative industries/ Creative Destruction Vol 1, No 1 (2008)
7. Kate Morrison and Jason Potts Industry policy as innovation policy/CreativeDestruction Vol 1, No 1 (2008)
8. Mellander C., Florida R. The Creative Class or Human Capital/ Creative Destruction Vol 1, № 1 (2008)
9. Richard Caves Creative Industries: Contracts between art and commerce. Harvard University Press: Harvard, 2000

**MODERN THEORY OF CREATIVE ECONOMY.
ECONOMICS OF CREATIVITY BY MARK MATTHEWS**

© 2011

E.R. Khakimova, senior lecturer of the chair «Economics and industrial engineering»
State National Research Polytechnic University of Perm

Keywords: the creative economy, creative industries, the creative class.

Annotation: This article considers one of the major contemporary approaches to the creative economy in the theory of creative industries. The paper of Mark Matthews, “ Science and Innovation Policy and the New (and Old) Economics of Creativity “ describes how economic analysis of the relationship between science, technology and innovation through adaptation of the neo-classical theoretical models, which should take into account creativity and innovation.