

# ФЕНОМЕН ТВОРЧЕСТВА В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТА\*

Алан Фриман

## Введение

Автор работы видит её цель в том, чтобы предложить собственную экономическую интерпретацию понятия *творчество (creativity)*. Это, целесообразно начать с анализа экономической роли культуры в «*творческом производстве (creative industry)*». Произвольное употребление данного термина превратило его в синоним трех различных понятий: творчества, культуры и интеллектуального труда (*creativity, culture and intellectual alienability*). В контексте сказанного, необходимо показать, различие в понятиях «*творческий труд (creative labour)*», который составляет основу в данном виде производства и «*продукты культуры (cultural outputs)*» второй им производится.

Оба названных фактора в развитых формах (*advanced form*) соединяются в *творческом производстве*, однако и вне его они существуют отдельно друг от друга. Нужно видеть различие между ними, чтобы понять, как широко простирается их влияние (включая их связь с инновациями и интеллектуальной собственностью).

Исходным моментом анализа является практическое значение (*empirical reality*) сектора «*творческое производство*», определение которого дается в статье. В нем этот вид производства представлен, как промышленный сектор (*industrial sector*), который в экономическом смысле является специализированной отраслью (*specialised branch*) в системе разделения труда (*division of labour*). Однако это определение должно увязываться с объективно существующими реалиями. Использование термина *культурный и творческий сектор* – КТС

---

\* Перевод с английского: Мельник Л.Г., Линник Ю.В., Ткаченко А.В., Тарановский В.И.

*(cultural and creative sector)* позволяет лучше передать природу данного общественного подразделения. Этот сектор возник в результате двух процессов: революции в сфере предоставления услуг, достигшей кульминации в эпоху Интернета (*the age of the Internet*), и разделения механического и творческого труда, которое мы унаследовали из эпохи машин (*the age of machines*).

Творческий труд можно рассматривать как общий экономический ресурс (*general economic resource*), используемый (*employed*) как в самом КТС, так и за его пределами. В рамках КТС творческий труд выступает в наиболее продвинутой и специализированной (*advanced and specialised*) форме и применяется для достижения максимального эффекта новых сервисных технологий, которые связывают с наступлением эпохи Интернета. Поэтому этот сектор больше всего подходит в качестве для исследования творческого труда.

Однако для того, чтобы в полной мере осознать, как далеко простираются границы влияния последнего, мы должны понимать, что когда мы даем определение творческому труду, мы отнюдь не связываем его лишь с производством предметов культуры (*cultural products*). Именно такой подход предлагается в настоящей статье. Это предполагает в том числе и то, как на основе данного определения оценить экономический вклад творческого производства в общественное развитие.

## **1 Культура, творчество и инновации в эпоху Интернет**

По всей видимости, именно экономисты первыми связали идею творчества с идеей внедрения инновационных технологий. Несмотря на то, что понятие «инновационных технологий» было глубоко

проанализировано многими учеными, идея «творчества» не было уделено достаточно внимания. Мы считаем, что необходимо восполнить этот пробел. Впервые изучением этой проблемы занялся Шумпетер (Schumpeter), который пришел к выводу, что «именно благодаря *творчеству и происходит внедрение инновационных технологий*». Однако четкое определение понятия он так и не дал. И на самом деле, творчество выполняет поразительные функции – это элемент всего созданного человеком, который не может описать сухая теория.

Современная наука сталкивается с аналогичными проблемами, связанными с термином «творческая индустрия»<sup>1</sup>. Идея производства, основанного на творчестве, является настоящим успехом рыночной экономики. Оно высоко оценено технократами и поддерживается политиками, но никто из них не может дать ответ, что же создают творческие люди, и как связано производство с творческой деятельностью. Кроме того, до сих пор не доказано, что совершенно разные виды деятельности – художественное и научное творчество – являются, по сути, частями одного целого.

Более того, экономисты никогда не использовали понятие «творчество» в его исходном значении<sup>2</sup>. И хотя творческие люди не дают четкого определения творчеству, они используют его идею, основанную на собственном опыте. Заимствуя это слово, экономисты вырвали его из понятного контекста и переместили в непонятный.

Основой этого непонимания является то, что в политических кругах слово «творчество» стало синонимом слова «культура». Однако эти два понятия несут абсолютно разный смысл. Из-за их смешивания

---

<sup>1</sup> Оригинал данного термина читатель найдет в (DCMS, 1998). Его история и дискуссия по данной тематике приведена в (Justin O'Connor, 2007 ; Throsby , 2008).

<sup>2</sup> Отчасти анализ следует исследованию Florida, 2002. Данная работа является важным исключением.

серьезно пострадала точность аналитических исследований.

Для того чтобы соблюсти эту точность в данной работе, мы попытались разделить эти два понятия. Основываясь на первоначальных принципах, мы считаем, что в широком контексте творчество – это целенаправленная «деятельность» (*an activity*). Также охарактеризовать творчество можно как человеческий дар (*a human faculty*), способность, сродни таланту, силе или интеллекту. Что касается культуры, то, по всей видимости, многие согласятся с мнением Вильямса (Williams, 1983), что культура – это «результат человеческой деятельности, будь-то традиция и опыт, либо художественные или литературные произведения». И люди мира искусства, и обыватели считают, что, в отличие от творчества, культура является результатом прошлых действий, существующим обособленно от людей и от общества в целом, неким обособленным историческим наследием.

На основании этого определения возникает разногласие, известное многим экономистам: наличие процесса и результата – творчества и культуры. Но здесь также следует учитывать следующий факт, что если мы допускаем, что человеческая деятельность «производит» продукт, то мы сталкиваемся с двумя следующими проблемами: творчество не ограничено деятельностью по «производству» культуры, и культура не всегда только результат человеческой деятельности. Тем не менее, эти два понятия вовлечены в «творческую индустрию», и по этой причине автор разделяет понятия культурного и творческого сектора (КТС).

Из выше изложенного можно сделать вывод, что взаимосвязь между этими понятиями является ситуативной и ее нужно изучать на конкретных примерах. Учитывая тот факт, что в КТС мы видим культуру и творчество в новой интенсивной взаимосвязи, можно предположить, что, несмотря на то, что эти понятия существуют

отдельно, их легче изучить, учитывая взаимосвязь между ними. Целью этой статьи является определение экономических характеристик творческого человеческого труда и его связь с культурой.

Изучив досконально особенности концепции творческого труда таким, каким он есть на самом деле, в «среде его обитания» (*in its habitat*), мы можем ответить на вопрос, что же он делает вне данной среды. Мы можем понять, есть ли смысл говорить о возможностях творчества или самого творческого процесса, ограничен ли он художественным творчеством, или же имеет место более широкое понятие научного, технического творчества. И, в конце концов, немаловажно, как функционирует творчество, и как оно может изменять наше общество. Это и есть цель данной статьи.

#### ***Эмпирическая реальность культурной и творческой индустрии.***

Культурологи, наверняка, имеют собственное понятие творчества, и наш подход не противоречит им. Экономисты должны прислушиваться к мнению культурологов и наоборот. Но в тоже время мы должны осознавать, что не существует окончательного определения понятия творчества – как в экономическом контексте, так и в контексте культурологии. Наоборот, цель этой статьи – изучить то, какое место творческий труд занимает в жизни общества. Это и есть «принцип экономической реальности» то, что Рудольф Бахро (Bahro, 1978) называет «реально существующим творчеством» (*actually existing creativity*). Начнем с такого вопроса: «Какую роль играют творческие люди в нынешних экономических условиях?». Также важно узнать, что же такое «продукты творчества» и какая их роль в этих же экономических условиях, какова роль творческого труда в производстве, распределении и потреблении, какое из определений культуры и творческой деятельности соответствует экономической

реальности.

Это ничем не отличается от любого другого вопроса, который фиксирует смысл концепции, сославшись на ее практическое использование. Слова «завод» (*a factory*), «машина» (*a machine*) и даже «труд» (*labour*) появились после промышленной революции, а не в результате теоретических исследований, и благодаря ней получили свой нынешний смысл (Braudel, 1979:II). Концепцию творчества следует доработать таким же образом, опираясь на какие-либо определения в его современной форме существования.

Может показаться, что эти утверждения противоречат подходу, согласно которому нужно учитывать все существующие определения. Проиллюстрируем это противоречие. Как было подчеркнуто ранее, понятия культуры и творчества возникли одновременно и лишь потому, что люди задумывались над этими понятиями, когда появились соответствующие предпосылки. В этой эволюции экономика принимала равноправное участие.

Творческая индустрия, несмотря на теоретические проблемы определения самого термина, существует эмпирически (Elias, 2000). Она формирует практически осязаемую производственную единицу, использует те же трудовые ресурсы, предлагая свою продукцию на тех же рынках.

Возможно, именно экономика и существует для того, чтобы связать творчество и реальность. Мнения экономистов по этому поводу расходятся – некоторые считают, что это хорошо, другие – нет. Поэтому необходимо проследить функции творчества в контексте реального производства и оценить результаты.

**План исследования.** В первом разделе исследуется концептуальная проблема экономической теории, основой которой являются

разногласия трактовки культуры и творчества, а также сущность сферы услуг в современном обществе. До сих пор не ясно, как технический прогресс повлиял на оказание услуг. Прогресс производства, распределения и учета результатов человеческой деятельности привел человечество к той критической точке, когда революция в производственной сфере сменила революцию в сфере предоставления услуг, которая стала основным трансформирующим фактором общества.

Это приводит к проблеме с классификациями. Так, например, когда статистики предоставляют информацию по смежным отраслям, они относят предприятия к определенным видам промышленности – сельскохозяйственной, производственной, коммерческой и т.п. Они суммируют работников этих предприятий и количество благ, которые они производят - и эти две цифры являются показателями занятости и выпуска.

Если принадлежность предприятия к определенному виду промышленности определена неверно – например, если отнести завод по производству CD-дисков к отрасли по переработке пластмасс, будет невозможно оценить реальную ситуацию, и даже самая сложная эконометрическая модель не исправит этой ошибки. Экономисты обычно считают классификации второстепенной проблемой, как будто типы отраслей точно определены, и их не нужно анализировать. Но классификации являются основой анализа данных – без них нет даже исходных данных.

С наступлением новой технологической эры (*a new technological age*) мы стали заложниками устаревших методов классификации. Их основой являются недостоверные данные. Поэтому производство CD, книг или газет до сих пор считается лишь сугубо материальным и

оторванным от услуг, которое оно, собственно, предоставляет. В результате, музыкальная индустрия и медиа-гиганты стоимостью в миллиарды долларов не имеет даже своей собственной классификации<sup>3</sup> (ONS 2003). Успех анализа творческой индустрии состоит в том, что, группировка по признакам, которые учитывают ее современный смысл, позволяет отразить ее исходное единство.

В следующем разделе мы остановимся на том, могут ли нематериальные отрасли промышленности быть классифицированы таким же образом, как и материальные (сельское хозяйство, промышленность, транспорт). В соответствии с оригинальной идеей Адама Смита по разделению труда (*division of labour*), современная классификация которого может быть заменена дополнительными и зачастую противоречивыми ограничениями, гласящими, что «индустрия» должна производить общий продукт, потреблять общие ресурсы и использовать аналогичные процессы.

Различные компоненты культурной и творческой сферы (КТС) не только считаются «индустриями» по Смиту, но являются единственными современными кандидатами на это определение, удовлетворяющими все три требования. Их производительным ресурсом является творческий труд, они производят культурные блага, которые являются основой для культурных услуг. И, что самое главное, имеет место убедительное сходство в процессе производства этих благ – в основном, они все немеханические по своей природе.

Это связано с тем, что природа творческого труда соответствует виду услуг, которую он выполняет. В каком-то смысле, природа творческого труда – предоставлять культурные блага. Культура же

---

<sup>3</sup> В стандартном отраслевом классификаторе (ONS 2003) музыка встречается в более чем 5 различных классах (кодах). Таких как «Производство музыкальных инструментов» (SIC code 36.30), «Производство игр и игрушек, неучтенных в классификации» и пр.



является атрибутом человеческого общества. Именно благодаря этим двум фактам, вклад человека в творческий труд крайне важен и незаменим: он не может быть механизирован, или заменен машинным трудом.

И наконец, в последнем разделе выделяются самые главные особенности творческого труда, благодаря которым он является основным ресурсом для производства нематериальных ценностей. Для этого была определена программа расширения исследований вопроса о том, какую экономическую роль играет творческий труд в эпоху эволюции сферы услуг.

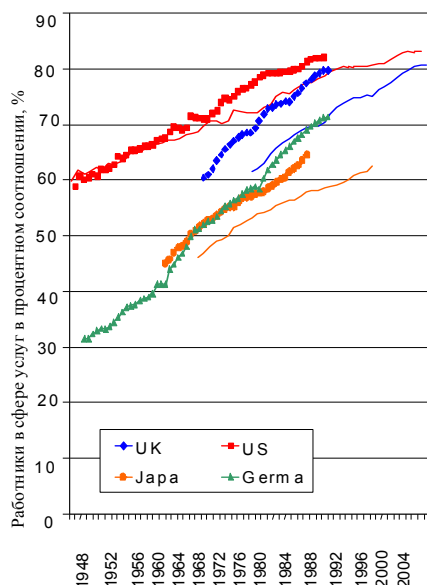
## **2. Эпоха Интернета и революция производительности в сфере услуг**

Как сказано во введении, для понимания роли творчества и культуры в экономике этой статье изучается КТС. Оказывается, это влечет за собой некоторые проблемы, не заметные на первый взгляд.

Обычно, с экономической точки зрения сфера услуг рассматривается чаще всего изолировано от реального мира. На рис. 1 и 2 видно, что в 2006 доля работников занятых в сфере услуг возросла до 83% в США, 81% в Великобритании, 72% в Германии 2006 г., и 66% в Японии по состоянию на 2002 год (по данным Международной организации труда, занятость в частном секторе услуг составляет 75% занятости в частном секторе).

Экономистам необходимо время, что бы смириться с этим фактом. Еще Адам Смит говорил, что *«услуги не приносят ни какой прибыли» (services add no value)*. В 1996 году Уильям Баумоль повторил свою знаменитую фразу, гласящую о том, что «застойная сфера услуг» болеет «болезнью затрат», вызванной низкой продуктивностью и

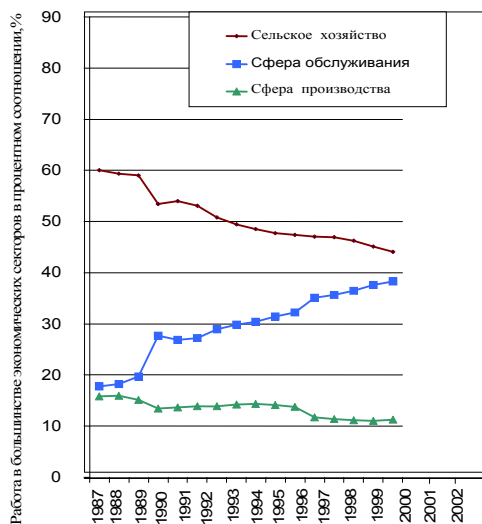
медленным ростом, которые делают сферу услуг похожей на кустарное ремесло.



Источник: Великобритания, США, Германия (ONS, BEA, SBD) Япония, Китай (ILO)

Рис. 1. Соотношение работников сферы услуг в развитых странах

Он привел простой пример оркестра, который играет слишком медленно и при этом может иметь лишь ограниченное количество слушателей.

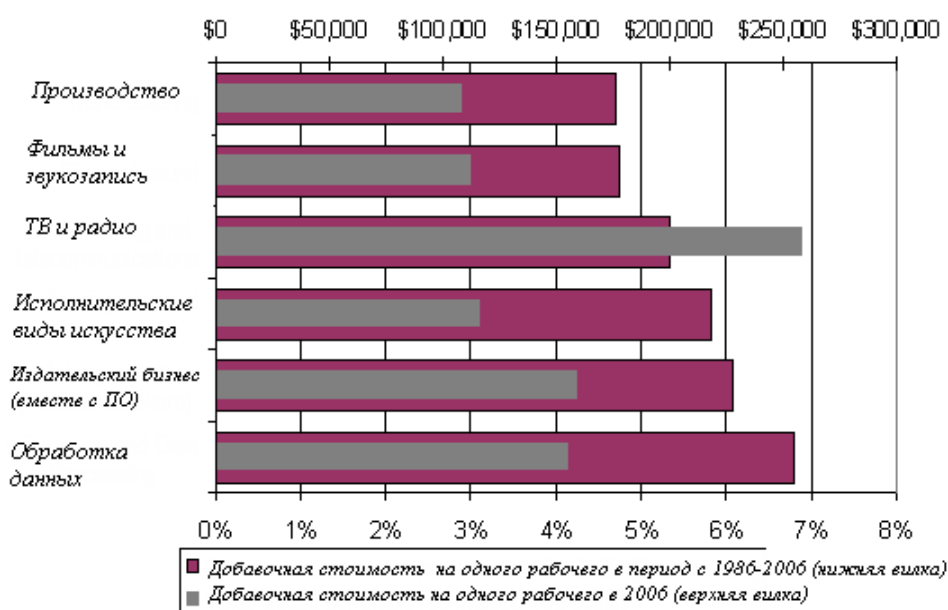


Источник: Великобритания, США, Германия (ONS, BEA, SBD) Япония, Китай (ILO)

Рис. 2. Соотношение работников в основных секторах экономики Китая

Однако такая концепция перестала уже неактуальна и бесполезна. Уже неприемлемо игнорировать сектор, в котором заняты три четверти работающих развитых стран. Такая же тенденция заметна и в развивающихся странах – как показано в табл. 2, в Китае с его быстро развивающейся экономикой, количество рабочих сферы услуг увеличивается, а аграрного сектора – уменьшается. В сфере услуг Китая на данный момент занято 38% населения. При этом количество занятых в производстве, которое является основой развития, уменьшается.

В исторических данных (*historical data*) по США и Великобритании просматривается тенденция, согласно которой перемены начались еще в середине прошлого века.



Источник: BEA

Рис 3. Добавочная стоимость в 2006 и темпы ее прироста с 1986 года в сфере материального производства, информационных товаров и искусстве США

Они не являются ни циклическими, ни поворотными. И на примере Индии и Китая можно судить, что эти перемены касаются не только развитых стран.

Вышеизложенная статистика не сопоставима с идеей того, что

услуги, или какая-то их часть, не являются прибыльными. Сами собой напрашиваются выводы, противоречащие тому, что мы знаем о капитализме. Ведь если сфера услуг не способствуют экономическому росту, то зачем вкладывать в нее такое количество инвестиций? Например, в 2007 в США инвестиции в сферу услуг составили 62% от общего числа инвестиций<sup>4</sup>. Зачем предпринимателям вкладывать деньги в сферу деятельности, не увеличивающую доход?

Кроме того, если сферы услуг являются не производительными (*not productive*), почему они являются источником такой прибыли? На рис.3 показано, что в 2006 году добавочная стоимость на одного рабочего в сфере производства нематериальных услуг намного больше и растет быстрее, нежели в других отраслях промышленности. Как отметил Фрей (Frey, 1996) и ряд других ученых, это касается также изобразительного искусства – того самого «застойного» сектора по словам Баумоля.

Так как аргумент Баумоля слишком обобщающий, возникает конфликт между явью и теорией. Его предположение гласит, что для сферы услуг необходимо, чтобы производитель и потребитель находились в непосредственном контакте друг с другом. Это по определению исключает всяческую возможность роста. На самом же деле, производительность увеличивается за счет отделения производителя от потребителя, таким образом, что услуги могут предоставляться на расстоянии и в любое время. Принцип экономической действительности говорит нам, что мы должны избавиться от предубеждений и разобраться, как же, собственно, происходит оказание услуг.

---

<sup>4</sup> Источник: NIPA table 3,1E, <http://www.bea.gov/national/FA2004/TableView.asp?SelectedTable=21&FirstYear=2002&LastYear=2007&Freq=Year> [по состоянию на 10 Октября 2008]

### ***Переосмысление роли товара: что предлагает сфера услуг?***

Иногда мы не можем найти ответ на вопрос лишь потому, что ищем его не там, где следует. Для начала обратится к факту, что выступление оркестра является технически ограниченным. Так ли это на самом деле? Следует проанализировать, что же происходит на самом деле, когда потребитель загружает подкаст в iPhone? Он покупает не гарнитуру, не радиоволны или звуки, он покупает само выступление. Следовательно, к таким выступлениям вышеперечисленные ограничения не относятся.

Физические ограничения размера аудитории актуальны только в концертном зале. Проблемы возникают только если иметь в виду CD-диски, видеокассеты и прочие носители. Это имело смысл в 1996 году, когда вышеперечисленные товары имели статус реальных благ. С 2006 года скачивание информации перестало быть реальным благом. Лишь основа таких товаров сохраняет свою материальную форму.

Очевидно, что кустарная модель (*handicraft model*) сферы обслуживания устарела и не учитывает тот факт, что серия инноваций в этой сфере глубоко и качественно изменила природу сферы обслуживания. Если эти новшества рассматриваются отдельно, то легко упустить из виду их связь. Они содержат три компонента: механическое воспроизводство, механическую запись и механическую передачу услуг.

Основной чертой эпохи Интернета является то, что услуги могут быть доставлены на любые расстояния и за минимальные отрезки времени. Материальная сущность услуг - живое выступление, радиовещание, запись и скачивание является не основой, а лишь определяют качество услуги. Живая запись имеет большую ценность, нежели простой звуковой файл, и поэтому она стоит дороже<sup>5</sup>. Эта

---

<sup>5</sup> Именно поэтому происходит интенсификация процессов агломерации городов, а не ослабление этих процессов, вопреки преждевременным прогнозам исследований постиндустриального

закономерность была замечена экономистами уже достаточно давно, и была названа гедоническим индексом (*hedonic index*)<sup>6</sup> (Griliches, 1971). Элитный автомобиль Alfa Romeo Spider стоит дороже бюджетного Fiat 500, потому что он желаннее для потребителя. Тем не менее, эти обе машины, по сути, являются одним и тем же транспортным средством. Точно так же, музыка может быть в виде сингла, рингтона или живого выступления.

**Ограниченность технократического подхода.** Принимая во внимание тот факт, что материальное производство является лишь дополнением к оказанию услуг, мы понимаем, что в этом случае рост производительности не будет материально ограничен. Все главные элементы экономической системы сферы услуг были подвержены изменениям: рынки, отраслевая структура производства, взаимоотношения в сфере права собственности. Предположительно, КТС как раз и является прототипом этих изменений, образцовой отраслью промышленности, которая улучшила организацию использования творческого труда, сформировала более широкий современный круг предоставляемых услуг.

Сфера услуг развивалась аналогично промышленности, которая преобразовывалась отрасль за отраслью благодаря серии инноваций: швейной промышленности во времена промышленной революции, появлению железной дороги во времена изобретения парового

---

общества. Живая встреча лицом к лицу (*face-to-face*) по своей форме не отличается от видео-звонка. Однако она качественно лучше, ценнее и экономические агенты заплатят более высокую цену, чтобы быть реально ближе друг к другу.

<sup>6</sup> См. к примеру Griliches, 1971. По мнению Николаса Гарнхем сама идея количества в индустрии услуг теряет свое значение. Я не разделяю эту идею. Надеюсь, что внимательный читатель поймет, что моя аргументация строится на связи между трудом и его способности созидать богатство, потребительная стоимость здесь не более чем промежуточная форма. Однако аргумент Баумоля основывается на количественном выражении выпуска и требует анализа на данных основаниях. Мой подход показывает, что в рамках традиционной экономической теории невозможно отличить концерт от звукозаписи, равно как и тигры от бейсбольной кепки, украшенных драгоценностями.

двигателя, появлению мобильных телефонов «в эпоху стали, электричества и бетона» (Freeman, 1989), развитию домашних приборов, а также «фордизму».

Интернет, цифровые технологии, портативные медиа устройства как раз являются началом новой эры в истории человечества. Однако, социальные ограничения, действующие во времена изобретения двигателей, уже не действуют, так как на данном этапе общество развивается в совсем новых условиях. Во времена использования животных в качестве транспорта, физиократы не могли предположить, что с изобретением двигателей села перестанут быть источником богатства, а жизнь в городах – нерациональной и слишком затратной. Преемники технократов пренебрегали не только сферой услуг, а также дизайном, эстетикой, творческим началом, развлечениями и даже культурой. Это было очень недальновидно с их стороны. История капитализма научила нас тому, что то, что сегодня является роскошью, завтра становится необходимостью.

Это, опять-таки, приводит нас к проблеме спорной классификации. Экономисты сталкиваются с трудностями, потому что руководствуются устаревшими моделями. В результате возникает недопонимание, и его причиной является не недостаток численных данных, а более глубинная ошибка в осознании того, что же эти числовые данные означают. Это и является темой следующего раздела.

### **3. Эмпирическая реальность культурного и творческого сектора**

Современные экономисты всерьез выступают против идеи о том, что КТС функционирует по тем же законам что и другие отрасли

промышленности. Они твердо уверены в том, что теория промышленного производства, к которой они так привыкли, является надежной и универсальной для всех отраслей материального производства. Им кажется, что КТС является феноменом, который вскоре исчезнет вместе с понятиями «индустрия знаний», «бионаука» и другими новомодными терминами.

Причиной такой реакции является принцип экономической реальности. На самом деле, культурный и творческий сектор – это новое понятие. Он очень динамичен, является главным источником рабочих мест, движущей силой для инновационного развития, и, естественно, приносит много денег. Если проанализировать определения этого понятия, мы столкнемся с набором различных сфер деятельности, близких друг к другу, продающих и покупающих друг у друга, занимающихся сходной деятельностью. Именно так и формируются целые корпорации, такие как Disney, Bertelsman, Vivendi и Sony, и выпуск их подразделений и уровень занятости зависят друг от друга. Они в основном производят добавочную стоимость, касаются прав интеллектуальной собственности, работают по схеме распределения риска (Caves, 2000). Они либо связаны друг с другом и содержат подразделения, торгующие между собой, или взаимозависимы, торгуя и покупая на одних и тех же рынках. Немаловажно также, что они нанимают рабочую силу и реализуют свои товары на рынке.

Нет смысла еще раз перечислять очевидное. Читатели могут ознакомиться с работами Freeman (Freeman, 2008c). Цель этой части работы - привлечь внимание к одной особенности КТС: специфической природе рабочей силы, которую он использует.

Причиной этой особенности является противоречие самого



определения КТС – попытка соединить две совершенно разных сферы – культуру и творчество. Система DCMS позволяет нам оценить два этих понятия как отдельно, так и в совокупности.

Система DCMS, де-факто международного стандарта, появилась в современном облике в Великобритании в 1998 году (DCMS, 1998). Она была использована, в Лондоне (Freeman, 2002) четырьмя годами позже. Для описания этой системы Higgs и др. (2006) ввели термин ‘Трезубца’ (*a trident*). Творческая индустрия находится и в Стандартном отраслевом классификаторе (СОК, английская аббревиатура SIC – *Standard Industrial Classification*), и в Стандартном классификаторе профессий (СКП, английская аббревиатура SOC – *Standard Occupational Classification*). Согласно этим документам, творческим трудом называется:

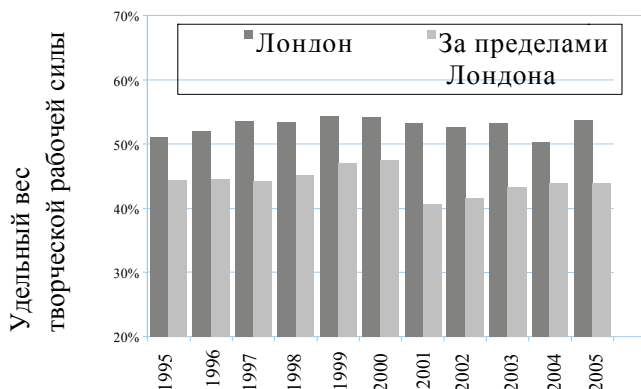
1) труд на предприятии, принадлежащем к СОК, которое можно определить, как творческое;

2) труд отдельного работника, который по определению СОК можно определить, как творческий, причем не важно, на творческом предприятии или нет.

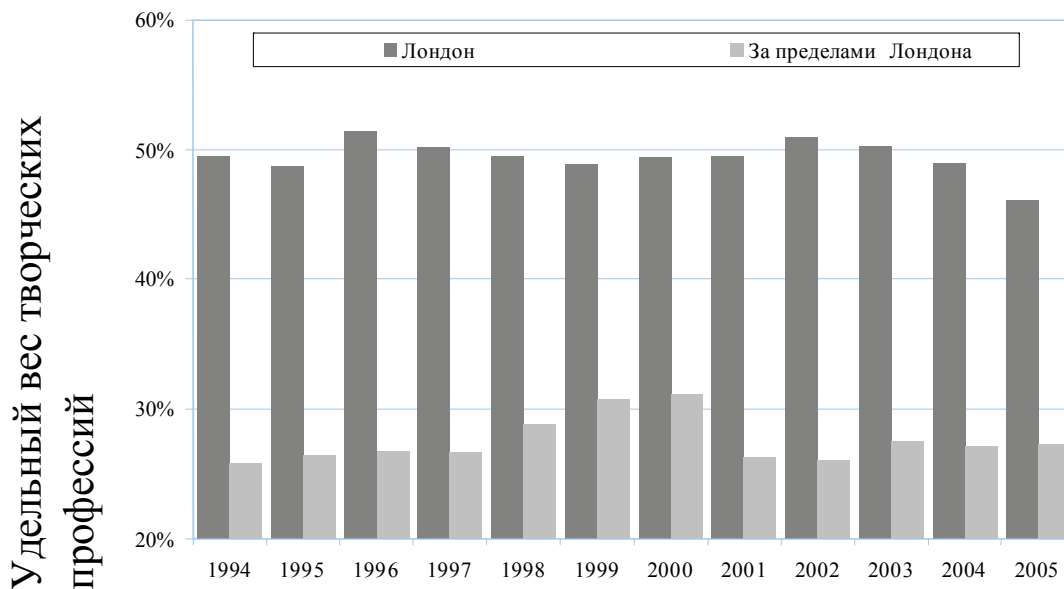
Это два совершенно разных определения. Термин «творческая индустрия» предполагает, что тип трудовых ресурсов и самого предприятия – одно и то же. Это мнение является ошибочным. Оно поверхностно, как, например, мнение, что бухгалтерией занимаются только бухгалтеры, а транспорт – это дело водителей. На самом же деле, бухгалтеры (*accountants*) работают и в транспортных компаниях, а бухгалтерские конторы часто нанимают водителей.

С 2004 года автор изменил свой взгляд на эту проблему. Работают ли на самом деле творческие люди в творческой индустрии? Это приводит к интересным выводам. Творческие люди на самом деле

работают в творческой индустрии, и, более того, в самом центре этой индустрии. На рисунках 4, 5 представлены две различных величины.



**Рис. 4. Интенсивность творческого труда**



**Рис 5. Профессиональная специализация**

Первая из них, интенсивность (*intensity*) творческого труда, показывает пропорцию рабочей силы, которая на самом деле является творческой<sup>7</sup>. Ее часть в Лондоне превышает 50%, а также превосходит количество вне Лондона. Второй показатель, профессиональная специализация, показывает, какая часть творческой рабочей силы работает непосредственно в культурном и творческом секторе. Здесь очевидно отличие показателей в Лондоне и за его пределами. Более того, дальнейшие исследования показывают, что интенсивность творческого труда сильнее там, где непосредственно сконцентрирован культурный и творческий сектор. Таким образом, существует прямая зависимость между территориальной концентрацией и профессиональной специализацией творческой рабочей силы.

Но здесь факты приводят в тупик. КТС, даже по унифицированному и не совсем корректному определению, становится потребителем одного единственного ресурса: рабочей силы. Приближает ли это или отдаляет его от «нормального» экономического определения отрасли промышленности? Снова вернемся к этому вопросу.

#### **4. Что такое отрасль производства? Творческий труд как фактор производства**

Идея отрасли производства с точки зрения физиократов (*physiocrats*) проявляется в том, что экономику можно понимать как совокупность направлений деятельности и взаимосвязей между ними. Об этом говорил Адам Смит (Smith, 1982) в предисловии к «Богатству Народов» (*Wealth of Nations*):

---

<sup>7</sup> С осторожностью необходимо объяснять изменения между 2000 г. и 2001 г. В Великобритании они обусловлены сменой классификатора SOC1992 на SOC2000.

«Наибольшее усовершенствование производительности труда и большая часть умений, навыков и решений, на основе которых это было достигнуто, – все это, вероятно, и было результатом разделения труда».

При рассмотрении вопроса распределения направлений производственной деятельности Смит акцентирует внимание на разделении труда. Мы должны вспомнить причину такого видения вопроса: по мнению автора, разделение труда приводит к специализации, которую он расценивает как причину богатства в коммерческом обществе.

Специализация (*specialization*), очевидно, лежит в основе сектора культуры и творчества, но каким образом? Самый простой ответ, который приходит в голову – это творческий труд непосредственно. Определяющим специфику сектора фактором является вид применяемого им труда. Абсолютно точно можно сказать, что концепция разделения труда, в ее оригинале, а также классическая концепция специализации гораздо лучше, чем сложные и запутанные системы классификации, которые сегодня существуют.

***Месть Джона Генри: Механизация и ее Противоречия в эпоху Интернет.*** С первого взгляда, возможно, кажется тривиальной идея, что вид труда определяет вид производства. Род деятельности занятого соответствует тому, что в результате производится. Пекари пекут хлеб, ткачи ткут полотно, банкиры делают деньги, и так далее.

Тем не менее, этот век, по крайней мере в форме существования разных ремесел, давший нам городские гильдии и ряд промышленных профессий – строителей, ювелиров, сапожников, кузнецов – давно позади. Больше нет точного соответствия между видом труда и продукции. Сфера занятости может варьировать: клерк, охранник,

уборщик, менеджер, бухгалтер, юрист, даже сантехник и электрик – и их сфера деятельности редко соответствует производимому товару, а профессии переплетаются между собой.

Когда нам удастся найти сферу производства, в которой вид труда является определяющей характеристикой, мы обнаруживаем нечто исторически необычное, что возвращает нас в прежнюю эпоху. Эта находка и вдохновила на написание данной статьи. Почему вдруг должна форма труда стать определяющей чертой производства? Могла бы эпоха механизации стать неожиданно для нас чем-то более постоянным?

Чтобы рассмотреть эту точку зрения, давайте разберемся, насколько глубоко эпоха механизации (*the age of mechanisation*) изменила наше мышление. Идея сокращения расходов стала двигателем при замене ручного труда механическим. Мы рассматриваем практически все сквозь призму этого факта. Архетип современной индустрии – мануфактуры – определяется типом капитала, конкретно – машинным оборудованием. Когда же промышленность находит невозможным заменить ручной труд машинным, как бы мы этого не хотели, требуется новое осмысление данного вопроса.

Наиболее простым объяснением является определяющая черта (*the defining characteristic*) ручного труда – его незаменимость машинами.

Данная идея звучит неубедительно и достаточно банально, чтобы привлечь внимание. Тем не менее, здесь будет уместен совет Шерлок Холмса. Отбросьте все невозможное, то, что останется, и будет ответом, каким бы невероятным он ни казался. Я попрошу читателя на время забыть о скептицизме и недоверии, ведь приводятся аргументы.

Прежде всего, не имеет экономического смысла то, что

разделение труда повысит его производительность путем найма квалифицированных рабочих, пока данный вид труда как минимум не станет более эффективен, нежели машинный. Ручной труд выступает как некий вид капитала, как инвестиция, приносящая доход в будущем, а не как предмет трудового контракта. Такое возможно только когда инвестиции касаются природы труда, а не размера платы за труд. «Производительность», таким образом, связана с качеством труда (*quality of the labour*).

Во-вторых, какое качество является общим для всех сфер творческого производства? Оно не может быть конкретным типом труда: роль оператора, танцора, композитора, художника – поскольку данные сферы деятельности направлены на создание богатства. Мы должны обратить внимание не на разнообразие, а на то, что их объединяет. Здесь, на мой взгляд, мы сталкиваемся с проблемой, которая заложена в подходе Ричарда Флорида. Он обращается к разнообразию, его оценке как характеристике творческого труда. Это глубокое понимание все же не приближает нас к определению типа труда. Разнообразие является характеристикой наций, но не индивидов. Проблема в обратном: мы должны знать, что общего у этих разных индивидов. Само разнообразие говорит нам об одном – существует только одна общность – их нельзя механизировать.

#### **4. Культура и творчество**

Мы все еще не предоставили убедительных фактов, почему творческий труд незаменим. А объяснение следует из цели, для которой сектор культуры и творчества его нанимает: культурное производство. Это тема последней части данной статьи.

Ключ, к которому мы еще вернемся, заключается в тесте Тьюринга (*Turing test*). Данный тест был предложен австралийским пионером в сфере компьютерных технологий при ответе на вопрос: может ли машина совершенно имитировать человека? Он предложил выбрать машину, которая бы отвечала на вопросы, поставленные человеком. Если ответы будут настолько правдивыми, что их можно принять за ответы человека, тогда данная машина прошла испытание.

Машина, согласно этому тесту, это устройство, которое не может убедить человека в том, что она является человеком. Тогда давайте, применим тест Тьюринга к продуктам культуры (*cultural product*), и пусть устройство попробует продать их. Почему же не удастся ничего продать? Так как продукт нужен потребителю, а устройство является производителем, то этот продукт должен быть изготовлен человеком. Существуют ли такие продукты? Да. Культурные продукты.

С помощью книги Фримана (Freeman, 2008a) я детально проанализировал особые характеристики культурного продукта, такого, как он представлен в современной экономике. Это, по существу, признак, который определяет общность вкусов. Потребитель покупает билет на фильм, игру, пьесу или выставку и хочет увидеть определенный фильм, команду, игру или выставку. Каждое произведение искусства, каждая пара обуви и каждое представление представляют в действительности разный продукт. Потребитель культурных продуктов активно ищет эти различия, но также активно ищет общность между продуктами культуры.

Это лучше всего видно в сферах, которые считаются далекими от «культуры», например, в спорте. Футбольные болельщики любят и ценят не столько футбол как красивую игру, а определенные команды: Ливерпуль, Селтик, Сперс или местные команды. Они находят

сообщников, создаются группы болельщиков. То же касается и потребителей культурных продуктов. Ценители искусства предпочитают не только «фильм», «музыку», «изобразительное искусство» или «одежду» в общем, но жанры, режиссеров, актеров, композиторов, артистов, дирижеров, художников, модельеров, дизайнеров в частности. При этом они объединяются с теми, кто разделяет их вкус<sup>8</sup>.

В своей сущности, культурные услуги (*cultural services*) – это те, в которых обе стороны взаимодействия – люди «по определению», потому что они формируют часть сообщества.

Эстетические достоинства спектакля, произведения искусства, красивого здания, дизайна, и даже статьи о моде выражают именно человеческое отношение в социальном аспекте.

Это вовсе не для отождествления всего эстетического опыта с массовыми явлениями, хотя только смелые толкователи могли бы утверждать, что религиозные обряды не сыграли никакой роли в истории искусства. Определенное свойство, которое отличает современную художественную продукцию от ее предшественников, является замена символов и людей на толпы и обмен опытом. Как Бенедикт Андерсон отмечает в своей работе “Воображаемые сообщества” (“*Imagined Communities*”)<sup>9</sup>, сообщество может существовать, не будучи массой<sup>10</sup>. Такие символы, как флаги, песни и патриотизм культурно-природного наследия выступают двигателем

---

<sup>8</sup> Так как культурная дифференциация существует всегда, как же мы узнаем, какие продукты являются творческими? Например, какая часть текстильной промышленности является модой, а какая просто обычной одеждой? Обобщая, можно сказать, что каждая отрасль сама по себе разграничивает сектор массового производства, где различия относительно неважны, а также дизайнерский сектор, сектор брендовый и так далее до элитных категорий, таких как высокая мода.

<sup>9</sup> См. (Desai, 2008) – современный критический взгляд на доводы Андерсона.

<sup>10</sup> Так, служебные отношения не являются необходимым условием того, чтоб представление состоялось



сообществ – нации, класса, элиты. Функции искусства всех видов не отличаются, как показывает знаменитое исследование Бурдьё (Bourdieu, 1979). Гесмондхальг (Hesmondhalgh, 2007) пришел к консенсусу относительно того, что придание символического значения является основной функцией культурного производства.

Взаимодействие в сфере услуг – это отношения между производителем и потребителем, откуда выплывает определяющая характеристика культурного производства: общность вкуса, включая производителя. Даже самое красивое механическое исполнение хоровой Симфонии Бетховена не может вызвать у слушателя ничего даже отдаленно напоминающего эмоции, которые возникают при контакте на представлении с композитором, исполнителями, непосредственными слушателями и, более того, косвенно, со всеми, кто когда-либо участвовал в этой работе.

Теперь появляется вариант экономического определения творчества. Имеет ли оно какое-либо значимое отношение к своему художественному общепринятому определению? Чтобы ответить однозначно, стоит рассмотреть, как идея творчества, по сути, развивалась. Я докажу, что эта эволюция приводит нас к определению, к которому мы сейчас пришли, и мы готовы пересмотреть его критично.

***Творчество толпы.*** В соответствии со средневековой теологией во времена Аристотеля Творцом являлся Бог. Так способность творить являлась одним из главных достоинств Бога. Немецкий романтизм, согласно Сафранскому (Safranski, 2004), определял вдохновение поэта как нечто божественное, способное преодолевать любые ограничения<sup>11</sup>. Художник творит будучи посланцем Бога.

Исходя из этого, современная концепция творчества выражает

---

<sup>11</sup> Индийское право ставит в соответствие конкретным богам реально существующих персон

идею того, что оно описывает действия необыкновенных личностей, которые, в каком-то смысле «закладывают фундамент» или создают оригинал работы. «Творец» (*The 'creator'*) отвечает за свой труд в такой же степени, как и Бог в иудаизме отвечает за мир.

Этот идеал создания сверхчеловека (*superhuman*) определенно был скорее корыстным, тесно связывал искусство и деньги, отображаясь в чрезмерных ценах на произведения искусства. Аутентичность – определение “истинного творца” – решающий фактор в цене. Таким способом художник получает вознаграждение и просто выживает.

Идея творчества все же меняется на наших глазах в разговорной речи. Когда рекламные компании заявляют о себе, как о творцах, они не имеют в виду, что каждый копирайтер – гений. Предприятие, а не личность, является создателем, и акцент делается на новизне: рождается что-то, чего не было до этого. Отличительная черта – дифференциация (*differentiation*) – стала основой для появления систем оценки творчества.

Вместе с тем на первое место вышли скрытые идеи различия и новизны, а творческий труд должен отличаться от всего остального, ранее виданного.

Идея о том, что каждый творческий продукт должен иметь первопричину и «первопроизводителя», выделяться из множества других (*from the hoi poloi*) особыми, выдающимися, возможно унаследованными способностями, а значит иметь сильное влияние в культурных кругах, – и такой продукт имеет место быть.

Например, по результатам опросов, проведенных Джоном Туза (Tusa, 2004), выдающимися творческими личностями не были названы ни актеры, ни танцоры, ни инструменталисты или даже дирижеры; это

звание упоминалось для художников, скульпторов, писателей и режиссеров.

Попытка приколоть бабочку творчества на табличку аутентичности коллекционера противоречива в самом мире культуры. Рядом с каждым великим творцом сидит целое общество, в котором творец является представителем и координатором. Даже когда это общество начинает существовать после смерти творца, как возможно случается с художниками-прорицателями, например с Ван Гогом, сообщество поклонников, как и сам объект восхищения, дают толчок росту статуса художника как творца. «Гений» Шекспира – это продукт мифической выдумки эпохи позднего Просвещения, с существованием которого и сейчас трудно согласиться.

Известная критика Сеговия (*critique by Segovia*) подвергалась анализу на предмет наличия в ней творческой функции автора, оспаривалось то, что интерпретация – это тоже творчество. Идея «богоподобного творца», кроме того, сталкивается с альтернативной концепцией, выходящей на первый план с наступлением творчества «толпы» (*'crowd' creation*). Поставив вопрос как можно более противоречиво, действительно ли мы готовы сказать, что Википедия не связана с категорией творчества? В основном по определению Википедия является производной, и, по сути, ее правила определенно запрещают новые исследования. Однако это и творческий синтез, который не может быть произведен одним человеком.

Сложность данной статьи состоит в рассмотрении экономической природы процесса творческого труда (*economic nature of the creative labour process*) как такового. Если творческий труд рассматривать в наиболее узком смысле, насколько это возможно, мы бы назвали творческими только лишь первичных авторов идеи, что и

показано в исследовании Туза. Широкий круг людей, которые окружают создателя творчества – певцы, танцоры, актеры, не говоря уже об операторах, гримерах и так далее - лишь подчиненные и они незначительны. Если растолковать, концепция единого создателя несправедлива и узкое понимание творчества необоснованно. Актеры, музыканты, журналисты, копирайтеры, операторы и даже команда гримеров, художники-оформители, не говоря уже о стилистах или костюмерах, – без всех этих людей представление бы не произошло. Они всеобщие задействованы воплотить в жизнь художественную концепцию. Они представляют собой культурное сообщество (*cultural community*), которое необходимо, чтоб донести потребителю точный, дифференцированный продукт, который он или она распознает. Игра без актеров абсурдна, как и концерт без музыкантов, фильм без камер или балет без танцоров.

Деятельность этих людей немеханизирована по двум очень важным причинам: во-первых, они пребывают в культурном взаимодействии с «видимыми» или «узнаваемыми» составляющими команды, культурный продукт производящей. Во-вторых, на самом деле каждая творческая функция – это сочетание оригинала и толкования. Актер не только лишь читает сценарий, танцор не только лишь исполняет наставления хореографа, а музыкант не только лишь «играет» аккорды. Одним словом, творчество – это командная деятельность. И действительно, художественное творчество – это функция всего общества.

***Диверсификация категории совершенства.*** Необходимо обратить внимание, что хотя это размышление и имеет нехорошие предпосылки, никто не в праве делить искусство на хорошее или же исключать существование «совершенного» (*excellence*). Тем не менее, нужно

понять два существенных момента. Первое – это то, что, как мне известно, теория культуры никогда не утверждала, что индивидуальность – предпосылка к совершенству. Эти две идеи – идею совершенной индивидуальности и идею отличной работы – нужно аккуратно четко разделить. «Отличный» оркестр остается отличным, если мы не знаем каждое имя каждого участника, точно так же отличная выставка, галерея или даже город.

Второе – это то, что все вышесказанное ни в коем случае не отрицает индивидуальность. Даже наоборот, это совершенно творческая рабочая сила, позволяющая индивидуальному стать продуктивным<sup>12</sup>. Эта индивидуальность является, тем не менее, результатом коллективных отношений, а не их отрицанием. Это бесспорно, ведь интерпретатор не просто механически воспроизводит информацию, – иначе исчезнет пространство для всякой индивидуальности и творчества. Наименьшая частичка личного вклада человека, элемент оригинальности, который Гесмондхальг (Hesmondhalgh, 2007) называл «культурной автономией» (*cultural autonomy*), является необходимой частью культурного процесса. Общество производителей и потребителей, которые вовлечены в процесс культурного обмена сравнимы с айсбергом, простирающимся намного дальше и глубже, чем представляется на поверхности. Действительно, с этих позиций, культурный взаимообмен никогда не будет существовать порознь с исторически важной природой культуры,

---

<sup>12</sup> Как Маркс, так и Оскар Уайльд описывают социализм, считающийся высоко коллективизированной социальной формой, как общество, которое преодолевает все препятствия на пути к приобретению индивидуальности“. В новых условиях индивидуализм будет намного свободнее и прекраснее, намного интенсивнее, чем сейчас. Я не говорю о великом воображаемом упомянутыми мною поэтами индивидуализме, а о реальном великом индивидуализме, скрытом и потенциальном, всего человечества в общем. При принятии частной собственности индивидуализм серьезно пострадал, ведь человек оценивался по тому, чем он владеет”(Wilde 2001:5).

которая всегда была и всегда будет, по своей природе, социальной деятельностью.

***Синтаксис и семантика: логика механизации и творчества.***

Перед тем, как закончить эту главу, необходимо пересечь последний мост. Есть ли какое-нибудь реальное соответствие между художественным творчеством и научной, технической или какой-либо другой формой творчества? «Священный Грааль» в изучении творческих отраслей – идея, что талант к музыке, искусству, актерскому мастерству или дизайну можно трансформировать с помощью отдельных форм социальной организации в способность построить лучшие «ловушки разума», – принимается практически всей литературой. Однако нет никакой необходимости или очевидной причины тому, что общество искусства также должно быть научно компетентным, и маловероятно, что хороший художник может стать хорошим изобретателем. Действительно, как известно, Ч.П.Сноу (C.P. Snow, 1998) отметил, что чертой современного индустриального общества стало строгое разделение научной культуры и культуры искусства. Известная концепция Де Боно (De Bono, 1970) о «всестороннем подходе к вопросу» (*concept of 'lateral' thinking*) стала основой легенды, когда за искусство и науку отвечали разные полушария мозга.

Почему обязательно должно существовать соответствие между искусством и «интеллектуальным» творчеством в широком понимании? Следующее определение станет убедительным тому объяснением: понятие противопоставления механического и творческого находит неожиданную поддержку в математике. Начиная с конца 19 в., логики были обеспокоены огромными трудностями урегулирования «синтаксических» и «семантических» (*'syntactic' and 'semantic'*) утверждений в логике. Семантически данное определение (например,

«все лжецы») не превращается однозначно в синтаксически даваемое определение («все люди в этой комнате»). Наиболее глубокие парадоксы, согласно парадоксу Рассела и благодаря теореме Гёделя, вращаются вокруг этого вопроса.

Убедительная теорема Чёрча-Тьюринга (Church, 1933)<sup>13</sup> доказывает, что синтаксис – механическое перечисление – никогда не сможет включить в себя семантику, приписывающую спецификацию. Существуют результаты, которых нельзя добиться перечислением. Кроме того, это ежедневные, обычные результаты, в отличие от сложных конструкций Гёделя. Например, невозможно сконструировать универсальный переводчик. Количество разных языков неисчислимо. В этом состоит основная причина того, что индустрия программного обеспечения никогда не достигнет эффекта, достигаемого с помощью методов Фордизма. Это позволяет интуитивно объяснить чем отличается творческий работник. Такой работник производит нечто, что определяется только его собственным эффектом. Этому противопоставляется машина, которая через последовательность заранее определенных операций (*sequence of predetermined operations*) достигает поставленной цели. Как гласит теория Чёрча-Тьюринга, последовательность определяемых действий не может не соответствовать цели. Тем не менее, существуют результаты, для достижения которых не только нет никакого плана, но и для которых он просто невозможен.

Это также позволяет сформировать критерий, который всегда приемлем при классификации. Чтобы пройти тест Тьюринга, машине пришлось

---

<sup>13</sup> Теорема Чёрча, описанная выше, которая была доказана Тьюрингом и Чёрчем независимо друг от друга, отличается от связанного с нею Тезиса Чёрча-Тьюринга, который мы не рассматриваем. Теорема (которая рассматривается в этой статье) гласит, что данное утверждение на каком-то языке не всегда возможно оценить с точки зрения его правильности с помощью компьютерного алгоритма, имеющего только два ответа – “да” или “нет”. С версией теоремы читатель может ознакомиться на сайте <http://plato.stanford.edu/entries/church-turing/>.

бы быть такой, чтобы ее не отличали от человека – как в работе Филиппа К. Дика «Мечтают ли андройды об электрической овце?» 1996 г., известной сейчас после ее экранизации под названием «Бегущий по лезвию» (*“Blade Runner”*)<sup>14</sup>. Все же, если бы общество машин достигнуло этой стадии, тогда машины бы стали другим видом человека. Единственный вопрос, который возникнет перед обществом, как в научной фантастике, – как предоставить андроидам законный статус, который бы признавал их равенство с остальным обществом.

Поэтому я не считаю, что нельзя использовать «культурный тест Тьюринга» (*‘cultural Turing test’*), согласно которому, чтобы убедиться, что определенный вид работы считается творческим, мы опросим потребителей продуктов культуры на счет целесообразности замены людей машинами.

Этот подход также позволяет определить характеристики «творческой инновации» в том виде, который соединяет мосты между искусством и наукой. Общая черта двух типов творчества заключается именно в способности решать немеханизированные проблемы, или выходить из ситуации, применяя немеханизированные способы для решения проблем, которые не удалось решить машинам.

***Творчество, его рождение и процесс.*** Рассмотрим природу процесса творчества и продемонстрируем, что она соответствует определению, которое мы предлагаем. Чем характеризуется культурный производственный процесс, каким мы его видим в современном секторе культуры и творчества? Существует мнение, что

---

<sup>14</sup> Тема различия между человеком и машиной типична для научно-фантастической литературы. Первым примером того является Легенда о Големе. “Робот” придумал чешский драматург Карел Чапек, и происходит это слово от глагола “работать” практически на всех славянских языках. Азимов сформулировал законы робототехники, а Фред Саберхаген написал антрофобический “Берсеркер”. Франк Герберт в серии книг “Дюна” представил общество, которое осуществляет “Батлерианский джихад”-великое восстание, ведет войну на уничтожение мыслящих машин. Совсем недавно Йен Бэнкс представил цивилизацию будущего, назвав ее “Культура”, в которой искусственные интеллекты являются членами общества наравне с органическим существованием; в книге У. Гибсона “Идору” и других его новеллах излагаются похожие идеи.



культурный продукт не полностью или нечетко определен (*abstractly specified*). Это становится очевидным, когда мы рассматриваем работы творческих людей – сценаристов, дизайнеров, композиторов, хореографов, артистов. Для творческих людей «продукт» зарождается с несколько большего, чем общая идея или вдохновение. Тем не менее, определение творчества выходит за эти рамки. Творческие люди знают или развивают знание об эффекте, который они желают произвести. Но они точно так и не узнают пока их работа не будет закончена, каким образом этот эффект будет достигнут.

У них есть концепция объекта – оценка, которую даст целевая аудитория (*target audience*). Они воплощают ее в «реализацию», благодаря которой достигается желаемый результат. Это впрочем, относится и к интерпретаторам. Создатель оригинала не передает «механического описания» исполнителю. Он/она передает другой неполный специализированный аналог другому человеку по цепочке культуры (*cultural chain*). Это также творчество, согласно вышеприведенному определению.

Приемники, пользуясь багажом знаний и большим опытом, способны практически механически интерпретировать: например, последовательность шагов в танце, запоминаемых механически или простая фотосъемка, или репортерские способности журналистов. Но, тем не менее, получение эффекта не заключается в полной механизации; творческий минимум остается.

Это четко иллюстрирует тест Тьюринга. Самый легкий путь определить, осуществляет ли любой из этих людей механизированные функции - просто посмотреть, могут ли они быть или являются фактически механизированными; и заметит ли эту разницу непосредственный пользователь. Это также связано с “глубоким

логическим пониманием” того, что спецификация, полученная производителем продукта культуры, является полностью семантической – определяемой значением или эффектом – как противоположная синтаксической – определяемой последовательностью действий, необходимых для ее осуществления.

Таким образом, появляются три способности, характеризующие творческого производителя:

- 1) производство вещей обуславливается предполагаемым эффектом (*effect required*) в большей степени, чем способом создания (*the method of making*);
- 2) производство отличительных и дифференцированных (*distinctive and differentiated*) вещей преобладает над производством идентичных (*identical*);
- 3) производство с абстрактной или неполной детализацией (*abstract or imperfect specification*) преобладает над тем, что неизменно следует инструкции.

Тогда возникает интересный и, возможно, наиболее важный вопрос: какое влияние имеет труд такого типа, когда он используется в нетворческих отраслях (*non-cultural industries*)? Чтобы ответить на этот вопрос, мы должны спросить, необходимы ли нам или полезны характеристики, описанные выше, в других областях человеческих изысканий, что является широко обсуждаемой темой в изучении предпринимательского таланта (Glynn, 2007). Мой ответ можно расценивать как положительный. Данные характеристики совершенно точно описывают, например, почти всех работающих в сфере программного обеспечения. Они соответствуют характеристикам, требуемым новаторам и ученым. Они не кажутся отдаленными от идеалов предпринимателей. Поэтому я предлагаю взять

вышеприведенные черты за базовый критерий классификации труда (*criterion for a classification of labour*).

## **5. Творческий труд и его экономические эффекты: задачи исследования**

Ничего из вышесказанного не подразумевает отмену иерархий заработной платы, управления или статуса, отмену тяжелой работы или приход общества роскоши, праздных мечтаний и лени. Рынок превращает творческий потенциал в особый вид труда с помощью процесса, равноценного культурной дистилляции (*cultural distillation*), создавая новые, совсем незаметные подразделения труда, скажем, профессии уборщиков, но и новые иерархии знаменитостей и медиа-магнатов. Это может породить и более четко выраженные неравенства, и возможно даже более строгие режимы эксплуатации. Однако это будет констатировать социальную эволюцию – а будет ли она негативной или позитивной еще не решено. Иерархия, основанная на способности творить, создавать, отличается от иерархии, основанной на способности к установке роботов; и в этом суть анализа.

Для общества, которое появляется таким образом, разумно предположить, что товарные отношения (*commodity relations*) приведут творческий труд к максимально возможному эффекту создания ценностей. Мы, однако, не должны ожидать, что его использование будет ограничено только сектором культуры и творчества, ведь в действительности это не так.

Об этом говорится в докладе Кокса (Cox, 2005), австралийском каноническом докладе под названием “Творческая Нация”<sup>15</sup>, и в работе

---

<sup>15</sup> Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy’, Октябрь 1994  
<http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>

Флорида (Florida, 2002). Мое предложение – четко соединить эти идеи воедино: давайте применим критерий последней секции для определения творческого труда, идентифицируем профессии, относящиеся к творческим, а затем исследуем их эффекты.

Список профессий определенных как творческие будет большим, чем исключительно художественные, но значительно меньше, чем всеохватывающий “творческий класс” (*creative class*) Флорида. Он будет включать некоторых удивительных людей, чья работа - также не механизирована благодаря их социальной роли – например, юристы и политики (Sony History, Chapter 31)<sup>16</sup>.

Это, однако, имеет ряд преимуществ над другими существующими вопросами. Это освобождает нас от необходимости устанавливать связи, не существующие между экономическими выгодами от творчества и от искусства. Это также приводит к рассмотрению рабочей силы как актива (*workforce as an asset*), и таким способом появляется необходимость в проведении идентификации навыков, образования, в которых нуждается современная экономика, основанная на сфере услуг (*service-based economy*). Системам оценки, теме которых посвящено много исследований, в частности квалификации или специализации, может быть дано опровержение при добавлении такого критерия как творческий потенциал, и это важно знать.

Скажите, например, также важно, менее важно или более важно взять работника с творческими способностями или с гарантированными его механическими навыками чтения, письма и счета?

Мой подход также предполагает расширение политических

---

<sup>16</sup> Акио Морита, основатель компании Sony Corporation, однажды сказал, что законы США стали там залогом успешного бизнеса. См. историю Sony Corporation, глава 31 ‘The Betamax Case’. <http://www.sony.net/Fun/SH/1-31/h1.html>

взглядов на качество жизни. Одно из самых главных требований к творческому труду— это то, что он должен приносить удовольствие. События иногда происходят так быстро, что у нас нет возможности увидеть какое огромное изменение в отношении к работе они влекут за собой. В течение двух столетий после промышленной революции труд определённо ассоциировался с болью. Сами слова “наемное рабство” (*wage slavery*) меняют сознание людей. В течение двух столетий разрушительный эффект промышленного труда был центральным вопросом для каждого, кто искал социальных перемен: от писателей-романистов и реформаторов до фабричных инспекторов и революционеров.

### Заключение

Все же эти разрушительные эффекты, когда мы тщательно их исследуем, неразрывно связаны с механизацией труда. Промышленный труд был не просто подчинен машине: он стал машиной. Сборочный конвейер (*Assembly line*) Форда был только заключительным воплощением этого развития. Каждый рабочий, со всей независимой свободой действий, расценивающейся как творческое путешествие за пределы традиционного образа жизни, был всего лишь “запасным колесом” (*a tiny cog*) машины.

Сам факт, что механизация универсально описана как ‘дегуманизация’ (*dehumanising*), указывает на то, что в ней, как в форме социального прогресса, не правильно. Если общество по своей природе фактически не механизировано, то есть внутреннее противоречие в принуждении людей вести себя подобно машинам. Это в лучшем случае необходимое зло. Если творческий труд сам по себе стал фактором (несмотря на его ограниченность в производстве и

реализации стоимости), тогда механическая работа – как минимум потенциально – может в будущем принести вред. Его можно ликвидировать. А за это действительно стоит бороться.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Adorno, T and Horkheimer, 1947. *The Dialectics of Enlightenment*. London: Verso
2. Anderson, Benedict, 2007. *Imagined Communities* 2nd ed., London: Verso
3. Bahro, R., 1978. *The Alternative in Eastern Europe* London: NLB
4. Bakhshi, Hasan, Eric McVittie, and James Simmie. 2008. *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* London: NESTA. Available at: [http://www.nesta.org.uk/assets/pdf/creating\\_innovation\\_report\\_NESTA.pdf](http://www.nesta.org.uk/assets/pdf/creating_innovation_report_NESTA.pdf) [Accessed March 8, 2008].
5. Baumol, William J. 1996. *Children of Performing Arts, The Economic Dilemma*. *Journal of Cultural Economics* 20, no. 3:183-206. <http://orchestrafacts.org/Baumol.htm> Accessed April 26, 2008.
6. Bourdieu, P. 1979 *Sur la Distinction*. Paris: Minuit
7. Braudel, F. 1979 *Civilisation Materielle, économie et capitalisme*, Paris : Arman Colin.
8. Carey, J. 2006. *What Good are the Arts?* Oxford: OUP
9. Caves, R. (2000) *Creative Industries: contracts between Art and Commerce*. TBA publisher
10. Cox, G 2005 *The Cox Review of Creativity in Business*, London: HM Treasury, e-Comms Team [http://www.hm-treasury.gov.uk/cox\\_review\\_creativity\\_business.htm](http://www.hm-treasury.gov.uk/cox_review_creativity_business.htm) (Accessed November 30, 2008).
11. Church, Alonzo. 1936. *An unsolvable problem of elementary number theory*. *American Journal of Mathematics*, 58 (1936), pp 345 – 363
12. DCMS 1998. *Creative Industries Mapping Document 1998*. [http://www.culture.gov.uk/reference\\_library/publications/4740.aspx](http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4740.aspx). Accessed 30/11/2008
13. DCMS 2007 *Interim results of the Creative Economy Programme* <http://www.cep.culture.gov.uk/index.cfm?fuseaction=main.viewBlogE>

ntry&intMTEntryID=3104 accessed 1/10/ 2007

14. DCMS. 2008. Creative Britain - New Talents for the New Economy. DCMS. Available at: [www.culture.gov.uk/Reference\\_library/Publications/archive\\_2008/cep-Pub-new-talents.htm](http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2008/cep-Pub-new-talents.htm) [Accessed April 29, 2008].
15. De Bono, Edward (1970) *Lateral Thinking: Creativity Step by Step*. New York: Harper and Row
16. Desai, R. 2008 'The Inadvertence of Benedict Anderson: a review essay on *Imagined Communities* on the occasion of a new edition', *Global Communications and Media*, Volume 4, Number 1, spring 2008.
17. Dick, Philip K. 1996. *Do Androids Dream of Electric Sheep?* Del Rey.
18. Elias 1939 *Über den Prozess der Zivilisation*, Basel: Haus zum Falken. Translated as Elias, N. (2000) *The Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
19. Florida, R 2002. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books
20. Freeman, A. 2002 *Creativity: London's Core Business*. London: GLA
21. Freeman, A. 2007 *Creative Industries: 2007 Update*. London: GLA
22. Freeman, A. 2008b *London: a Cultural Audit*. London: LDA
23. Freeman, A. 2008c 'Culture, Creativity and Innovation in the Internet Age'; seminar presentation to the Freeman institute, Sussex University, 31st October 2008.
24. Freeman, C. 1989. "The Third Kondratieff Wave: Age of Steel, Electrification and Imperialism." Kihlstrom et al.
25. Freud, S. 2004 'The Future of an Illusion' in *Mass Psychology and Other Writings*. London: Penguin
26. Frey, Bruno S. 1996. "Has Baumol's Cost Disease disappeared in the performing arts?." *Ricerche Economiche* 50:173-182. <http://ideas.repec.org/a/eee/ricoco/v50y1996i2p173-182.html> Accessed April 26, 2008.
27. Garnham, N. 1990 *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage
28. GBGIS (Great Britain Historical Geographical Information System) website: <http://www.port.ac.uk/research/gbhgis/>
29. Griliches, Zvi (1971) *Price Indexes and Quality Change: Studies in New Methods of Measurement*. Cambridge: Harvard University

Press

30. Glynn, M. A. 2007. "Innovative Genius: A Framework for Relating Individual and Organizational Intelligences to Innovation." Available at: <http://www.jstor.org/pss/259165> [Accessed April 29, 2008].
31. Hesmondhalgh 2007 *The Cultural Industries*. London: Sage
32. Howkins, J. 2001 *The Creative Economy*. London: Penguin
33. Hutton, W., Á. O’Keeffe, P. Schneider, R. Andari and H. Bakhshi 2007 *Staying ahead: the economic performance of the UK’s Creative Industries*. London:NESTA
34. O’Connor, Justin. 2007. *The cultural and Creative Industries: a review of the literature*. Leeds: School of Performance and Cultural Industries, The University of Leeds. Available at: [http://www.creative-partnerships.com/CP\\_LitRev4.pdf](http://www.creative-partnerships.com/CP_LitRev4.pdf) [Accessed February 24, 2008].
35. ONS 2003 *UK Standard Industrial Classification of Economic Activities 2003*. London: The Stationery Office. [http://www.statistics.gov.uk/methods\\_quality/sic/downloads/UK\\_SIC\\_Vol12003.pdf](http://www.statistics.gov.uk/methods_quality/sic/downloads/UK_SIC_Vol12003.pdf) , accessed 24/9/2007
36. Perez, C 2003 *Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages*. Aldershot: Elgar
37. Higgs, Peter, Stuart Cunningham, and Hasan Bakhshi. 2008. *Beyond the Creative Industries: Mapping the Creative Economy in the United Kingdom*. NESTA. Available at: [http://eprints.qut.edu.au/archive/00012166/01/beyond\\_creative\\_industries\\_report\\_NESTA.pdf](http://eprints.qut.edu.au/archive/00012166/01/beyond_creative_industries_report_NESTA.pdf) [Accessed March 25, 2008].
38. Ramsdale, Philip. 2000. *International Flows of Selected Cultural Goods 1980-1998*, Montreal: UNESCO Institute for Statistics, UNESCO Sector for Culture. [www.unesdoc.unesco.org/images/0012/001213/121362eo.pdf](http://www.unesdoc.unesco.org/images/0012/001213/121362eo.pdf) Accessed March 9, 2008
39. Throsby, D. (2008) ‘Creative Australia: the Arts and Culture in Australian Work and Leisure’ Canberra: Academy of the Social Sciences in Australia, occasional paper 3/2008
40. Safranski, Rüdiger. 2004. *Schiller oder Die Erfindung des Deutschen Idealismus*. 1st ed. Hanser.
41. Smith, Adam. 1982. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations : Volumes I and 2. (The Glasgow Edition)* Liberty Fund Inc.,U.S.
42. Snow, C. P. 1998. *The Two Cultures*. Cambridge: Cambridge University Press



43. Sony history:  
<http://www.mediacollege.com/video/format/compare/betamax-vhs.html> for a rapid summary and <http://www.sony.net/Fun/SH/> for Sony's own corporate account.
44. Williams, R. (1983) *Keywords*. Oxford: OUP
45. Wilde, O. (2001) *The Soul of Man under Socialism*. London: Penguin
46. Zukin, S. 1995 *The Cultures of Cities*. Blackwell: Cambridge MA.