

изошла большая часть случаев спасения евреев православными священниками и мирянами (более 500) В целом проблема отношения православных священнослужителей и мирян к Холокосту рассматривается историками как составная часть истории Русской Православной Церкви в годы Второй мировой войны и представляет собой одно из самых перспективных направлений исследования.

#### Литература

1. За гранью понимания. Богословы и философы о Холокосте / под ред. Джона К. Рота и М. Беренбаума. – Киев : Дух і літера, 2003.

2. Подольский, А. Е. Катастрофа европейского еврейства религиозный аспект // Катастрофа і опір українського єврейства (1941–1944) : нариси з історії Голокосту і опору в Україні. – Київ, 1999.

3. Полонский П. Еврейский взгляд на христианство. Две тысячи лет вместе. – OROT YERUSHALAIM, 2014.

4. Шкаровский, М. В. Отношение Русской Православной Церкви к Холокосту в годы Второй мировой войны // Память о Холокосте: проблемы мемориализации // Уроки Холокоста и современная Россия : материалы 6-й Междунар. конф. / под ред. И. А. Альтмана. – М. : Центр «Холокост», 2012.

УДК 316.7(476)

## КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА: АВТОНОМИЯ И КОНТРОЛЬ

И.П. САЛТАНОВИЧ

*Минский государственный лингвистический университет,  
г. Минск, Беларусь*

Организация креативной экономики заслуживает подробного изучения, поскольку мы можем узнать из творческих индустрий о способах организации и управления творчеством. В силу своей зависимости от творчества, креативные индустрии в целом обеспечивают уроки для управления новым процессом на предприятиях и в администрациях, показывают прямую или опосредованную связь с традиционной экономической моделью.

Какое значение имеет культура для предпринимательства и имеет ли она его вообще? Часть исследователей утверждает, что предпринимательство «изолирует», исключает культуру, то есть она не имеет значения. При этом предпринимательство – это процесс, в котором бизнесмен всегда выстраивает свою деятельность в той или иной социокультурной среде, работает с целым спектром исключений, отклонений, учитывая культурный контекст. Более того, культура, благоприятствующая бизнесу, скорее всего, приведет к росту таких отклонений. С этой точки зрения культура действительно имеет значение. До сих пор понимание роли, которую культура играет в предпринимательстве, остается ограниченным и фрагментарным, хотя исследователи изучают этот вопрос на протяжении десятилетий. Сложно сводить оба понятия, еще сложнее их измерить. Что касается самой культуры, то ее пространственная и временная изменчивость делает объекты культурных исследований спорными. Соответственно, современные исследователи используют разные показатели для измерения эффективности предпринимательской деятельности, самым весомым для многих выступает уровень инноваций.

Заметим, что число исследований, связывающих культуру с уровнем предпринимательства и инноваций, продолжает расти. Тот факт, что в современной экономической науке культура часто определяется как нечто противоположное предпринимательству, не означает, что культуру невозможно добавить в экономическую науку [1]. Противопоставление позволяет рассматривать культуру как полностью экзогенную для экономической сферы.

Американский социолог Л. Харрисон, автор книги «Culture Matters» («Культура имеет значение») пытается ответить на один из самых интригующих вопросов всемирной истории – почему одни государства процветают, в то время как другие остаются экономически неразвитыми? Он считает, что ответ надо искать в культуре, во влиянии культурных различий и ценностей на экономику и, как следствие, на благоденствие наций [2].

Ряд ученых придерживаются принципа Г. Хофстеда (1980), который определил культуру по четырем ключевым параметрам: дистанция власти, избегание неопределенности, индивидуализм, и, наконец, маскулинность по сравнению с женственностью. В 1993 году было добавлено пятое измерение («долгосрочная ориентация»), которое основано на будущей ориентации, бережливости и настойчивости. Хотя Хофстеде внес важный вклад в измерение различных аспектов культуры, некоторые критики указали на слабости его теории в сравнении с результатами, полученными в разных культурах.

В новой книге Джоны Лереп «Proust Was a Neuroscientist» («Пруст был нейробиологом») с высоты знаний XXI века анализируется творчество писателей и художников прошлых лет, есть попытка показать, какое значение для человечества имеют различные способы познания мира и какие плоды могла бы принести их связь. Автор уверен, что именно за конвергенцией науки и искусства будущее и что именно их взаимовлияние породит «четвертую культуру», которая даст нам возможность «свободно перемещать знания между фундаментальными и гуманитарными науками и создавать связи между редуccionистскими фактами и нашим настоящим опытом».

«Теперь мы знаем достаточно, чтобы быть уверенными в том, что мы никогда не будем знать все. Именно поэтому нам нужно искусство: оно учит нас, как жить с тайной. Только художник может исследовать невыразимое, не предлагая нам ответ, которого иногда может и вовсе не быть. Джон Китс назвал этот романтический порыв «отрицательной способностью», отметив, что это качество способно сформировать гения»[3].

Некоторые авторы указывают на то, что бизнес-индустрии все больше уподобляются культурным индустриям (Лэш и Урри), другие (Падиоло) предполагают, что культурные индустрии «нормализуются», теряя отличия от других индустрий. Произошел частичный, но весьма ощутимый сдвиг в экономике, основанной на культуре.

Руководители современных предприятий должны выступать в качестве посредников в креативной экономике, объединяя разрозненные таланты, будучи способными привносить разнообразие или устранять творческую напряженность. Управление творчеством также требует нахождения правильного баланса между свободой, с одной стороны, и функциональной эффективностью, с другой.

Многие предприятия креативного сектора, работающие на передовой экономики впечатлений и сетевой экономики, могут рассматриваться в качестве образцов для подражания, когда дело доходит до понимания того, как управлять творческой организацией. Однако креативные специалисты часто предоставляют творческие и инновационные услуги компаниям, работающим вне сферы культуры и творчества, и все чаще рассматриваются играющими важную роль в стимулировании изменений в общей экономике.

Такое понятие происходит от двух различных характеристик бизнеса, которые действуют в креативном секторе:

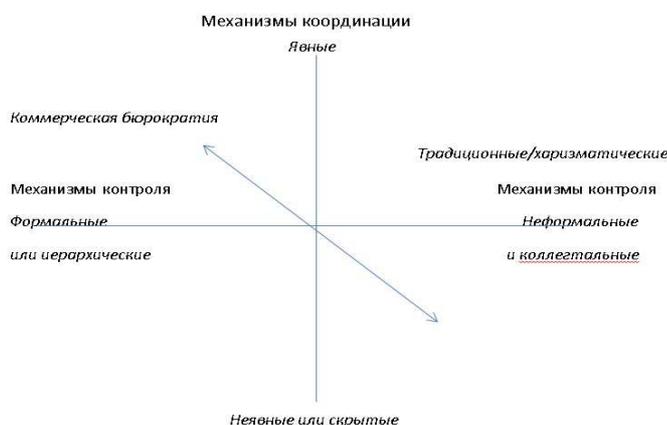
Во-первых, это относится к общепринятой практике культурных и творческих предприятий, работающих в тесном сотрудничестве, сетевых и ориентированных на интересы людей средах, в которых ключевыми являются импровизация и риск. Эти факторы характерны для культурного и творческого сектора и все более становятся характерными для предприятий, действующих в более широком экономическом ландшафте.

Во-вторых, это связано с идеей о том, что прогрессивные компании и общественные учреждения все шире используют культурные и творческие услуги по всей цепочке создания стоимости в таких областях, как НИОКР, маркетинг, связь и человеческие ресурсы.

Управление творчеством является предметом большой исследовательской работы в плане понимания того, как организационные, руководящие структуры могут влиять на развитие творчества посредством создания определенной рабочей среды, систем поощрения или посредством автономии, предоставляемой сотрудникам. В этом контексте творчество часто ассоциируется с повышением производительности и эффективностью.

Поэтому термин креативность применяется без разбора ко всем видам работ (не обязательно на основе культуры) и подчеркивается как организационный ресурс. Риск состоит в том, что эти процессы препятствуют спонтанности, которая часто приводит к творческому полету. Бизнес-процессы требуют линейности, что затрудняет возникновение творческих мыслей (отклонений от заданного маршрута). А ведь системы, вознаграждающие творчество, могут быть более эффективными, чем четко построенные схемы.

Говард Дэвис и Ричард Скейз предлагают свое понимание в управлении креативностью, выделяя четыре идеальных типа организации, основанных на том, как компании координируют и контролируют труд.



*Типология креативных организаций [4, Р. 99]*

Отношения между менеджментом и сотрудниками все больше напоминают отношения между покупателями и поставщиками, а поскольку работа теперь может выполняться либо внутри компании, либо сторонними силами, в результате наблюдается рост сетевых команд за пределами компаний («уплощение» коммерческих бюрократий) [5, стр. 261].

Реализация творчества связана со сложными соглашениями и, следовательно, является способом управления изменениями. Ценность искусства и культуры – это способность, которую они приносят, чтобы бросить вызов существующим методам ведения бизнеса и управления. Однако, поскольку творчество, основанное на культуре, трудно измерить, менеджеры могут неохотно пытаться внедрить его. В мире, который требует отчетности, результатов и прогресса, поддержка творческих изменений требует определенного доверия. Творческий подход также требует принятия неудач и изменений, которые часто вызывают беспокойство у успешно функционирующих организаций.

«Творческие люди отличаются от других людей, как с плохой стороны, так и с хорошей, в плане того, что мы только начинаем их понимать», – утверждает Гордон Торр, автор книги «Управление творческими людьми» [6].

Творчество основано на самовыражении часто мятежных, «хаотичных», непредсказуемых людей, чье поведение и это делают их несколько «враждебными» для бизнес-организаций. Творческими людьми трудно управлять. С другой стороны, творцы часто являются источником вдохновения для общего стратегического направления компании – по крайней мере, когда руководство разделяет их видение.

Любой бизнес имеет свои риски, но бизнес, связанный с культурными индустриями, сталкивается с особыми рисками и непредсказуемостью.

Пара креативность-коммерция помогает многим предпринимателям добиваться относительной и временной автономии, при этом помним, что она же усиливает неопределенность и трудности. Диалектическая их связь самым серьезным образом проявляется в коммодификации культуры, которая крайне сложна, имеет место в разных областях и принимает множественные формы (книги, информация, сетевые ресурсы, т. д.).

Организованное творчество во многих случаях является ключевым для установления связи между креативными людьми и управлением сложностью этих отношений. Творческие индустрии – это специалисты по управлению творческими людьми и командами. Взаимное доверие и уважение – ключевой компонент для развития специализации, которая часто является особенностью, долго искомой «фишкой». Руководители творческих индустрий привыкли справляться с эмоциональным напряжением и разногласиями, которые существуют между творческими умами.

Как можно адаптировать социальную среду, чтобы создать условия для появления наиболее продуктивных социальных групп, институтов, способных воспользоваться в наилучшем варианте, в своих интересах эффектом от инноваций? В первую очередь мы должны исследовать, как социум реагирует на распространение инноваций. Вместо того чтобы определять, какое влияние оказывают инновации, мы должны рассмотреть, как двигаться к новым производственным практикам, индуцирующим инновации или специализирующимся в тех видах производства, которые имеют сильный потенциал развития либо создают социальные условия, позволяющие внедрять инновации [7].

Эффективность социума зависит от действующих институтов («правил игры»). Если имеет место институциональное нововведение и исходные институты меняются, то людям нужно время и ресурсы (усилия, деньги, технологии), чтобы адаптироваться к произошедшим изменениям для сохранения прежней эффективности системы. С одной стороны, институты снижают неопределенность относительно результатов и поведения людей, с другой — они также «определяют и ограничивают набор альтернатив, которые имеются у каждого человека» [1]. Соответственно, чем больше «плотность» институциональных перемен и период, в течение которого они происходят, тем больше у населения адаптационные издержки [ 8 ], социокультурная подложка не является еще той эффективной почвой, на которой будут активно произрастать инновационные всходы.

При высоком уровне инновационной культуры общества в силу взаимокорреляции, взаимозависимости ее частей изменение одной составляющей вызывает быстрое изменение других. В условиях же инновационной стагнации необходим мощный организационно-управленческий и правовой импульс, чтобы заработали механизмы саморегулирования. Для этого требуется институционализация креативной экономики, инновационной культуры, т. е. превращение ее развития в организованный, упорядоченный процесс с определенной структурой отношений, правилами поведения, ответственностью участников. Речь идет не о бюрократизации деятельности, а о необходимых мерах консолидации, поскольку нужно в короткие сроки решить крупные общественно значимые вопросы.

#### Литература

1. Бёгельсдейк, Ш. Культура в экономической науке: история, методологические рассуждения и области практического применения в современности / Ш. Бёгельсдейк, Р. Маселанд. — М.; СПб: Изд-во Института Гайдара; Изд-во «Международные отношения»; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2016. — 446 с.
2. *Harrison, L. E. Culture matters : how values shape human progress* / L. E. Harrison, S. P. Huntington. — N. Y. : Basic Books, 2000. — 348 p.
3. *Lehrer, J. Proust Was a Neuroscientist* / J. Lehrer. — Boston — N. Y. : Houghton Mifflin Company, 2007. — 256 p.
4. *Davis, H. Managing Creativity* / H. Davis, R. Scase. —Milton Keynes: Open University Press, 2000. — 176 p.
5. *Хезмондалиш, Д. Культурные индустрии* / Д. Хезмондалиш. — М. : Издат. дом ВШЭ, 2014. — 454 с.
6. *Torr, G. Managing Creative People: Lessons in Leadership for the Ideas Economy* / G. Torr. — Chichester : Wiley, 2008. — 303 p.
7. *Lévesque, B. and F. La nouvelle sociologie économique/ Bourque and Forgues Lévesque.* — Paris. — Desclée de Brouwer. — 2001. — P. 284.
8. Институциональные и технологические ловушки: калейдоскоп идей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://kapital-rus.ru/articles/article/institucionalnye\\_i\\_tehnologicheskie\\_lovushki\\_kalejdoskop\\_idej/](http://kapital-rus.ru/articles/article/institucionalnye_i_tehnologicheskie_lovushki_kalejdoskop_idej/). — Дата доступа : 04.01.2019.

Статья посвящена процессам формирования управления творчеством в креативной экономике, экономике, основанной на культуре. Одной из важнейших составляющих данной стратегии является нахождения правильного баланса между свободой, с одной стороны, и функциональной эффективностью, с другой. Внутренние движения такого процесса связаны, прежде всего, с пониманием того, что организованное творчество во многих случаях является ключевым для установления связи между креативными людьми и управлением сложностью этих отношений. В статье делается попытка расширить смысловую область понятия организации креативной экономики, по сути управления креативностью.