

АНАЛИЗ КАЧЕСТВЕННОЙ ЦЕЛОСТНОСТИ КРЕАТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АГЕНТА¹

Салихова Ирина Сергеевна,

*д-р экон. наук, доцент, главный научный сотрудник,
Институт проблем рынка РАН,
профессор кафедры бухгалтерского учета, налогообложения и таможенного дела,
e-mail: irinasalikhova@yandex.ru,
Московский университет им. С.Ю. Витте*

В статье представлен алгоритм анализа качественной целостности способности экономического агента к творческой деятельности. Показана зависимость качества креативности от интеллекта и уровня развития неявного знания субъекта экономики. Предложены результаты анализа конкретных элементов креативности: система категорий, типы и виды креативности, факторы креативной эффективности. Рассмотрены основные элементы креативного симптомокомплекса, обеспечивающего повышение общей эффективности креативной деятельности экономического агента. Проанализированы формы проявления креативности. Дано определение креативности в узком и широком смысле. Цель и научная новизна статьи заключаются в выявлении междисциплинарных условий и факторов повышения уровня способности экономического агента к творческой деятельности. Научно-практическое значение статьи состоит в обосновании необходимости ускоренного развития системы неявного знания как онтологии креативности субъекта экономики любого уровня.

Ключевые слова: креативность; креативный капитал; креативная эффективность; креативный симптомокомплекс; положительные интерналии; дивергентное мышление; экономика неявного знания; корпоративное самообразование

ANALYSIS OF THE QUALITATIVE INTEGRITY OF THE ECONOMIC AGENT CREATIVITY

Salikhova I.S.,

*doctor of economic sciences, Chief researcher
of the Institute of market problems of RAS,
professor at the department of accounting, taxation and customs department,
e-mail: irinasalikhova@yandex.ru,
of the Moscow Witte University*

The article presents an algorithm for analyzing the qualitative integrity of the ability of an economic agent to perform creative activities. The dependence of creativity on the intellect and the level of development of the implicit knowledge of the economy subject are shown. The results of the analysis of specific elements of creativity are offered: a system of categories, types and forms of creativity, factors of creative effectiveness. The main elements of the creative symptom complex providing the increase of the overall efficiency of the economic agent creative activity are considered. The forms of manifestation of creativity as a function of the organic unity of convergent and divergent thinking are analyzed. A definition of creativity in a narrow and broad sense is given. The purpose and scientific novelty of the article is to identify interdisciplinary conditions and factors of increasing the level of the ability of the economic agent to creative activity. The scientific and practical significance of the article is to justify the need for an accelerated development of a system of implicit knowledge as an ontology of creativity of a subject of the any economy level.

Keywords: creativity, creative capital, creative efficiency, creative symptom complex, positive internalities, divergent thinking, economics of implicit knowledge, corporate self-education

DOI 10.21777/2587-554X-2018-3-103-110

¹ Статья подготовлена ИПР РАН в рамках государственного задания. Тема НИР «Научно-технологическое развитие экономики отраслевых рынков»

Очевидно, что качество экономических инноваций всегда есть функция креативного капитала, который, в свою очередь, основывается на свойствах и характеристиках креативности, являющейся общим основанием, или потенциалом творческой деятельности. В связи с этим, актуализируется собственно проблематика креативности как системного и целостного явления в деятельности экономического агента. Смысл исследования креативности как некой *качественной целостности* вполне понятен: выявление элементов этой целостности и результаты анализа их функциональной специфики позволят конкретизировать деятельность по совершенствованию *креативного капитала* как системы, прежде всего, неявных знаний и компетенций, обеспечивающих расширенное воссоздание экономических и иных инноваций. Специфика предлагаемого исследования качественной целостности креативности заключается именно в учете социально-экономического контекста проблемы, в поиске форм и способов результативной «капитализации» способности к творчеству непосредственно в творческо-трудовую деятельность субъекта экономики [6].

Несмотря на многообразие теоретико-методологических концептов, и научно-практических подходов, характеризующих онтологию, а также направленность развития креативности, «основное течение» исследовательского ракурса проблемы заключается в признании, одновременно, природно-биологической и социально-деятельностной (благоприобретенной) основы креативности [1]. В любом случае, есть необходимость охарактеризовать *теоретический геиштальт*, то есть целостность проблемы и предложить не столько логико-гносеологический анализ различных концепций, с выявлением качественной целостности креативности, сколько конкретизировать отношения причинности креативности и таких феноменов, как интеллект и неявное знание. Характеристика качественной целостности креативности включает, как минимум, следующие важные элементы.

Во-первых, это исходные категории системы креативности, являющиеся основанием как таковой способности к творчеству и «природной онтологией» будущей системы непередаваемого неявного знания экономического агента. При этом все категории системы креативности относятся к субъекту экономики любого уровня (личности, корпоративному сообществу, нации в целом). Отметим попутно, что всякое сообщество экономических агентов не сводится лишь к совокупности соответствующих элементов, а является синергетическим эффектом единства их качественных целостностей. На самом глубинном, именно личностном уровне, критическое значение имеют *задатки*, а также общие природные особенности организма человека. Именно *склонности*, как внутренне мотивированное отношение к какому-либо виду деятельности, являются «драйвером» природных задатков в их трансформации в конкретные творческо-трудовые способности человека как субъекта экономики.

Способности, в свою очередь, лежат в основе будущей творческой экологии человека, то есть его деятельности по призванию; они предстают как первичные психические особенности личности, формирующиеся на основе задатков и начальных форм ее деятельности. С самого начала способность предстает как функция неявного знания, базирующегося на «ансамбле свойств», включающих психическую, эмоционально-волевою специфику человека, а также качество «включенности» и интенсивность функционирования системы его отношений с окружающим миром людей и вещей. Важно понимать, что нет собственников человеческого и/или креативного капитала без задатков, склонностей и способностей. У каждого человека и экономического агента они выражены по-своему и именно поэтому абсолютно некорректно делить людей и, далее, сотрудников организаций, на способных и неспособных.

Сказанное имеет большое значение для формирования и развития индивидуального и корпоративного креативного капитала, поскольку одна и та же способность, например, к аналитической работе и быстрому обобщению полученных результатов, может влиять и на все другие виды творческо-трудовой деятельности субъекта; возникает эффект «*положительных деятельностных интерналий*», как функция конкретной способности. В такой же степени, определенный успешный вид творческо-трудовой деятельности может, и будет оказывать позитивное влияние на развитие множества способностей экономического агента; возникает эффект «*положительных компетентностных интерналий*», как функция конкретной деятельности субъекта экономики. С отмеченными явлениями и процессами связано понятие «подвижная психика» с высоким уровнем «психических интенсивностей» [11], характеризующих наличие множества способностей у одного субъекта; напротив, «ригидная психика» отражает небольшой перечень способностей либо их латентный характер.

Известно, что способности субъекта подразделяются на умственные и физические. *Умственные способности* есть, по сути, качества психики, которые определяют возможности осмысления, восприятия и усвоения новых знаний. Духовно-нравственная, или ноосферная, созидательная, гуманистически нацеленная форма умственных способностей есть интеллект человека [4]. К умственным способностям, как общей основе креативности и креативного капитала субъекта, можно отнести умственную активность, скорость ориентировки, качество внимания и ряд других признаков. Следует также отметить, что общеизвестный *коэффициент интеллекта (IQ)* представляет собой лишь количественную меру интеллекта, измеряемую с помощью системы «конвергентных» тестов и определяемую как отношение умственного и хронологического возраста человека.

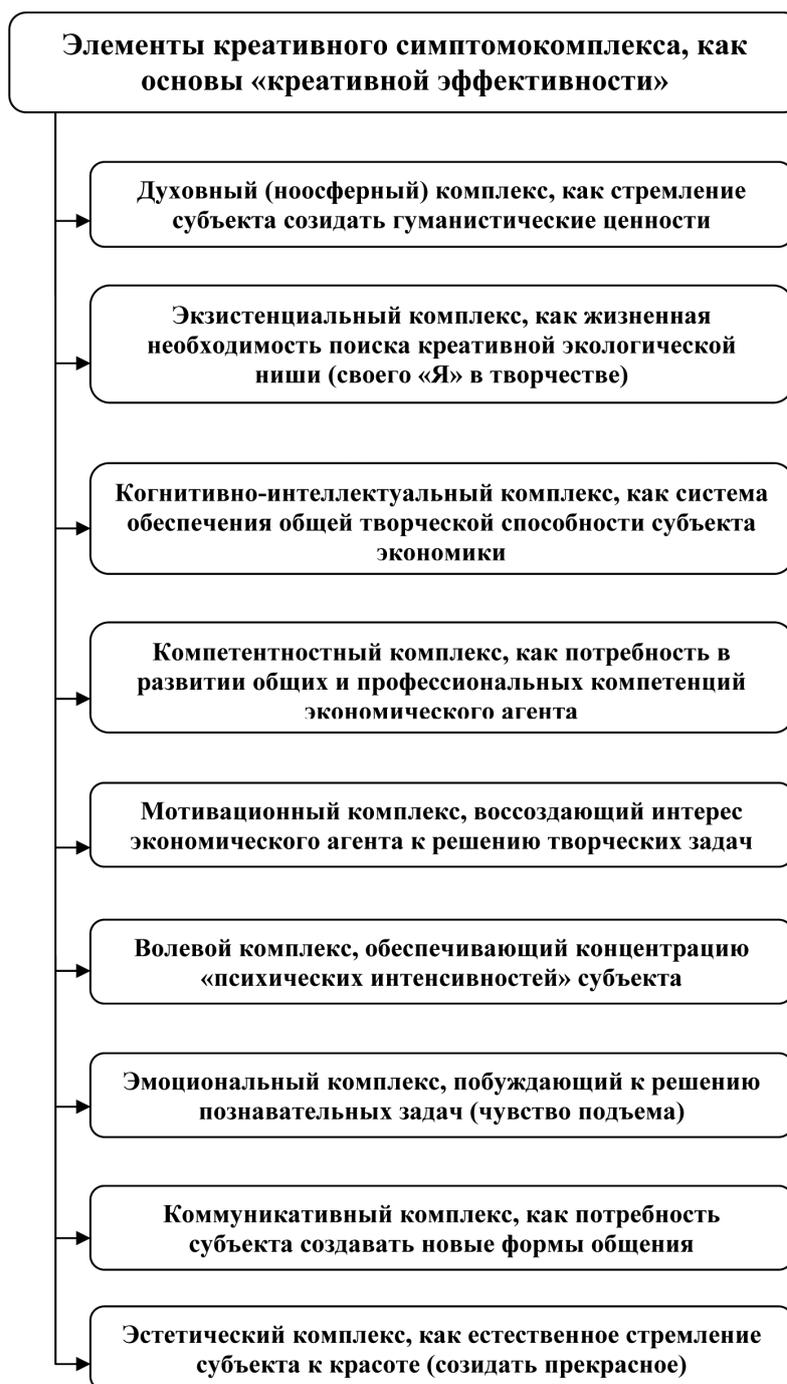


Рисунок 1 – Основные элементы креативного симптомокомплекса экономического агента

Во-вторых, целесообразно далее выделить типы креативности, среди которых можно выделить следующие. Гештальтистский тип, представляющий собой способность разрушить некую прежнюю целостность (по типу шумпетерианского «созидательного разрушения») и создать прогрессивную целостность, состоящую из новых форм и способов восприятия и осмысления информации, сетевых связей и др. Инновационный тип креативности определяется как способность создать качественно новый продукт в любой сфере человеческой деятельности. Эстетический тип креативности – способность осуществлять наиболее полное творчески-трудовое самовыражение. Психоаналитический тип представляет способность осуществлять новые формы развивающего обмена-общения. Проблемный тип креативности как способность, с помощью дивергентного мышления, своевременно выявлять и высокоэффективно решать различные проблемы.

*В-третьих, это характеристика факторов, обеспечивающих определенный уровень «креативной эффективности». Анализ литературных источников позволяет выделить свойства субъекта экономики, релевантные требованиям высокоэффективной реализации его творчески-трудовых способностей. Это, прежде всего, сильная воля и эмоциональный подъем, целеустремленность и твердый характер, мощная мотивация и высокий уровень компетентности и другие. Функциональное качество «креативной эффективности» основывается на элементах так называемого *креативного симптомокомплекса* [1, 9], показанного на рисунке 1.*

Здесь важно акцентировать внимание на ряде особенностей креативного симптомокомплекса, где особое место отводится ноосферному качеству креативности и соответствующего творческого мышления. Выделяются также такие «*факторы-мобилизаторы*» креативности, как экзистенциальное стремление экономического агента любого уровня к творчески-трудовой самореализации и, связанные с этим, его духовно-нравственные и эмоционально-волевые качества. Далее подчеркивается необходимость наличия определенного набора когнитивных качеств и «критической массы» знаний и компетенций. Также для развития креативности большое значение имеет коммуникативный комплекс, представляющий собой систему социальных компетенций в сфере высокоэффективного осуществления различных трансакции. Особое место принадлежит эстетическому комплексу, выполняющему функцию гармонизации и оптимизации множества мыслительных операций.

*В-четвертых, важнейшей характеристикой эффективности и качества креативности является специфика креативного мышления, предстающего как сущностное и каузальное, глубинное и «онтологическое» [5, 10]. Исследователи выделяют такие способы креативного мышления, как *конвергентное мышление* (нахождение единственно верного решения при определенном множестве условий) и *дивергентное мышление*, как порождение множества вариантов решения креативной задачи на базе однозначных исходных данных. Диалектическое единство конвергентного и дивергентного мышления, при использовании релевантных ментально-смысловых и эмоционально-волевых качеств субъекта, предопределяет соответствующие проявления креативности (рисунок 2).*

*В-пятых, следует выделить наиболее существенные виды креативности. Здесь особая роль принадлежит ментально-смысловой креативности, как сознательному стремлению и умению экономического агента преодолеть шаблоны и стереотипы прошлых ценностей. Свое особое место в теории и практике инновационной деятельности занимает также «*предпринимательская*» креативность, определяемая как мотивированное стремление создавать новые товары и услуги. При этом качество предпринимательской креативности всегда есть функция качества *институциональной креативности* как способности воссоздавать новые нормы и правила социальных и экономических взаимодействий, а также *коммуникативной креативности*, понимаемой как умение создавать новые формы развивающегося обмена-общения и способы сетевых взаимодействий.*

Специально должна быть выделена *когнитивная креативность* как способность субъекта создавать новые формы и методы познавательной деятельности, что особенно важно в условиях растущей цифровизации отношений в поведенческой экономике. В современных условиях следует также выделить *мотивационную креативность*, определяемую как способность расширенно воссоздавать новые механизмы самомотивации и «точечной» мотивации сотрудников организации. Следует также отметить значимость *эмоциональной креативности*, представляющей собой способность субъекта формировать, развивать, контролировать и своевременно «пускать в ход» свои эмоции, а также грамотно ис-

пользовать чувства и эмоции сотрудников предприятия. В современном динамичном обществе с развитием «инсайт-бизнеса», закономерно возрастает роль, так называемой *интегрированной, или генерализованной креативности*, понимаемой как органическое единство «спонтанной» и «целенаправленной» креативности экономического агента [3].

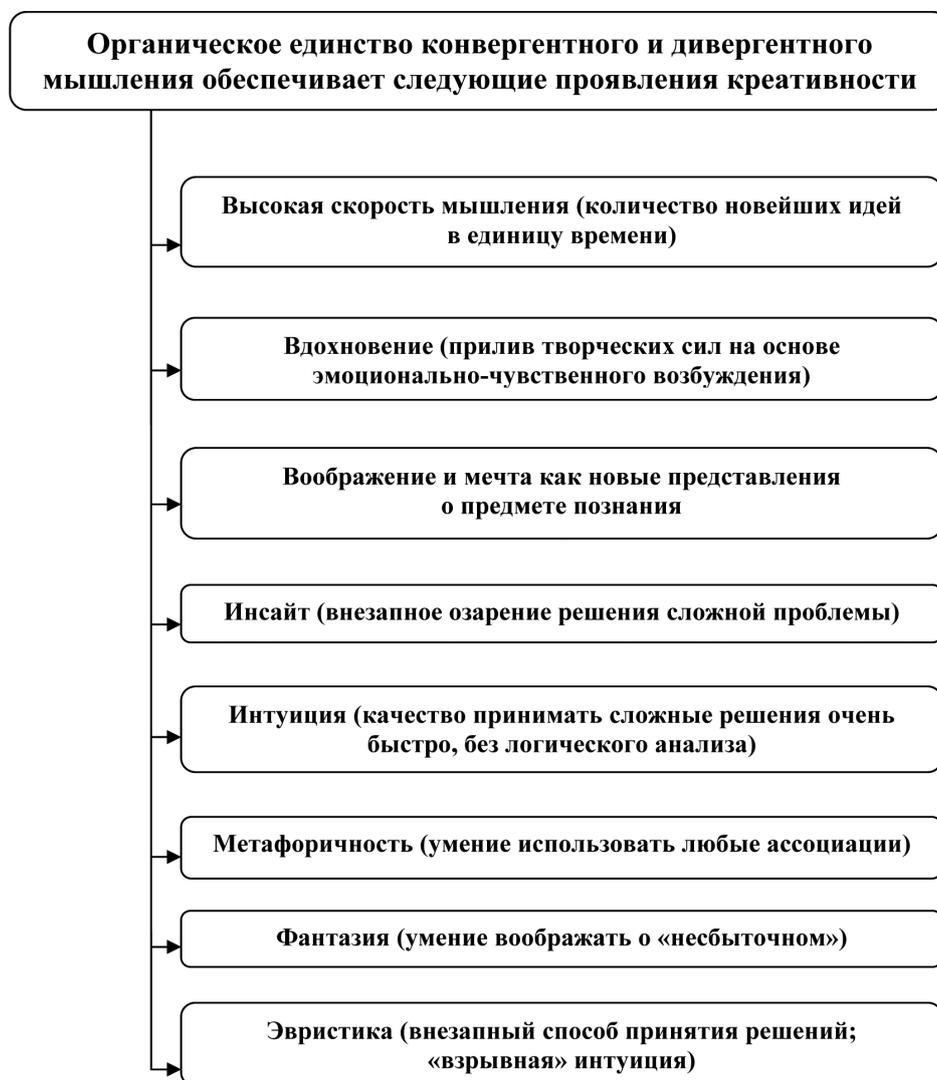


Рисунок 2 – Формы проявления креативности как функция органического единства конвергентного и дивергентного мышления

Добавим, что креативность экономического агента, как его способность к творчеству, есть целостный комплекс его свойств, а также взаимосвязанное единство определенных структурных элементов, качество которых свидетельствует об уровне способности данного агента к творчеству (хотя еще не о самом творчестве). При этом очевидно, что высокому качеству креативности соответствует *гармонизированный креатив*, отражающий оптимальную включенность в его креативный симптомокомплекс всех ключевых элементов (интеллекта, личностных свойств, мотивации, творчески-трудовой экологии, эстетических, коммуникативных и других качеств). Невысокому или спонтанному качеству креативности соответствует *дегармонизированный креатив*, в рамках целостности свойств которого акцент делается на какой-либо одной или нескольких характеристиках названного симптомокомплекса. Наконец, низкому качеству креативности соответствует *деформированный креатив*, где выделяется один-два элемента креативного симптомокомплекса, при слабой выраженности остальных элементов. Залогом высокой эффективности творческой деятельности экономического агента является целенаправленное

формирование гармонизированного креатива, при одновременном обеспечении высокого уровня развития каждого элемента креативного симптомокомплекса. В этом и заключается научно-практическое значение вышеизложенных положений.

Таким образом, *основанием высокого качества «креативной эффективности» экономического агента является, одновременно, высокий уровень общего развития и гармония всех элементов креативного симптомокомплекса* [6]. Очевидно, что следует стремиться к формированию и развитию гармонизированного креатива, в рамках которого реализуются такие генетические уровни креативности, как одаренность, талант и гениальность. *Одаренность* представляет собой сочетание ряда творческих способностей, обеспечивающих успешность в определенной экономической и иной деятельности (основание таланта). *Талант* определяется, как способность субъекта высокоэффективно актуализировать одаренность (основание гениальности). *Гениальность* видится как высшая («безрассудная») талантливость и способность к уникальной форме самовыражения. Это креативность как образ жизни, то есть вся жизнь предстает как «единый и неделимый» креативный проект.

И.П. Павлов выделял два типа одаренных людей: «художников» с преобладанием образного мышления над словесно-логическим («работает» правое полушарие мозга) и «мыслителей» с преобладанием словесно-логического мышления над наглядно-образным («работает» левое полушарие мозга). Следовательно, *идеал одаренности* как основание пути к таланту и, далее, к гениальности, непосредственно увязывается с формированием и развитием в одном субъекте и «художника», и «мыслителя». У таких людей, как правило, имеется врожденный высокий уровень энергии, или драйв, то есть «преобладание возбуждения по внутреннему балансу», что побуждает всецело отдавать себя творческой деятельности по призванию.

Особенность гениальности, в сравнении с талантом, состоит в том, что она является чем-то бессознательным, проявляется неожиданно; гений творит бессознательно («безумцы созидают»). Талант творит рационально, сознательно, по разработанному плану («обыватели критикуют»). Гениальность есть функция *«психических интенсивностей»* высочайшего уровня [7, 11]. Но не только: «гений есть терпение мысли, сосредоточенность в известном направлении»; «упрямство мула и страшное любопытство»; «работа, настойчивость и здравый смысл»; гении подобно «бронетанковой колонне: молниеносный прорыв на необитаемую территорию неизбежно оставляет неприкрытыми фланги» [1].

Следовательно, *формула гениальности* экономического агента и любого субъекта деятельности может быть выражена так: высокий общий уровень интеллекта (сознательное) «плюс» высокий уровень креативности (бессознательное) «умножить» на высокую активность психики (набор высокоразвитых психических процессов, свойств и эмоциональных состояний) «равно» гиперактивности мозга (гениальности). При этом в своем единстве, одаренность, талант и гениальность имеют *не аддитивный, мультипликативный* характер структуры, то есть это не сумма элементов, а новое качество комбинации всех свойств экономического агента. Кроме того, как подтверждают релевантные исследования, высокий уровень креативности, или «путь к гениальности», непосредственно связан с пониманием и практическим применением положений, отмеченных на рисунке 3.

Таким образом, *креативность в узком, психологическом смысле* можно определить как способность к дивергентному мышлению (к мыслительным операциям дивергентной продуктивности), как готовность выдвигать множество новых, в равной степени правильных идей относительно одного и того же объекта и/или процесса. *Креативность в широком, когнитивном смысле* представляет собой *систему неявного знания* о том, как в принципе производить новые идеи и знания; это способность порождать оригинальные идеи при решении сложнейших новых проблем. Креативность есть способность осознавать сложность и противоречивость новых проблем, а также формулировать гипотезы относительно путей и способов исследования и выявления недостающих элементов той или иной ситуации. Креативность есть способность отказываться от мыслительных стереотипов и методологических «артефактов», от различных «основных течений» и парадигм нормальной науки [2, 8].

Научно-практическое значение отмеченных и кратко охарактеризованных положений заключается в том, что креативность, как способность экономического агента любого уровня к творчески-трудовой деятельности, должна стать *объектом инвестирования*. Более того, если креативность имеет своим основанием систему неявного знания, как единство сознательного и бессознательного,

то инвестиции в креативность есть, по сути, инвестиции в развитие экономики неявного знания. При этом инвестиционными ценностями являются различные формы когнитивной энергии экономического агента, его «психические интенсивности» и ранее накопленные «дивергентные» знания и компетенции о том, как самостоятельно воссоздавать собственные новые знания и креативные способности. Очевидно, что индивидуальному и корпоративному самообучению вряд ли может быть какая-нибудь альтернатива.

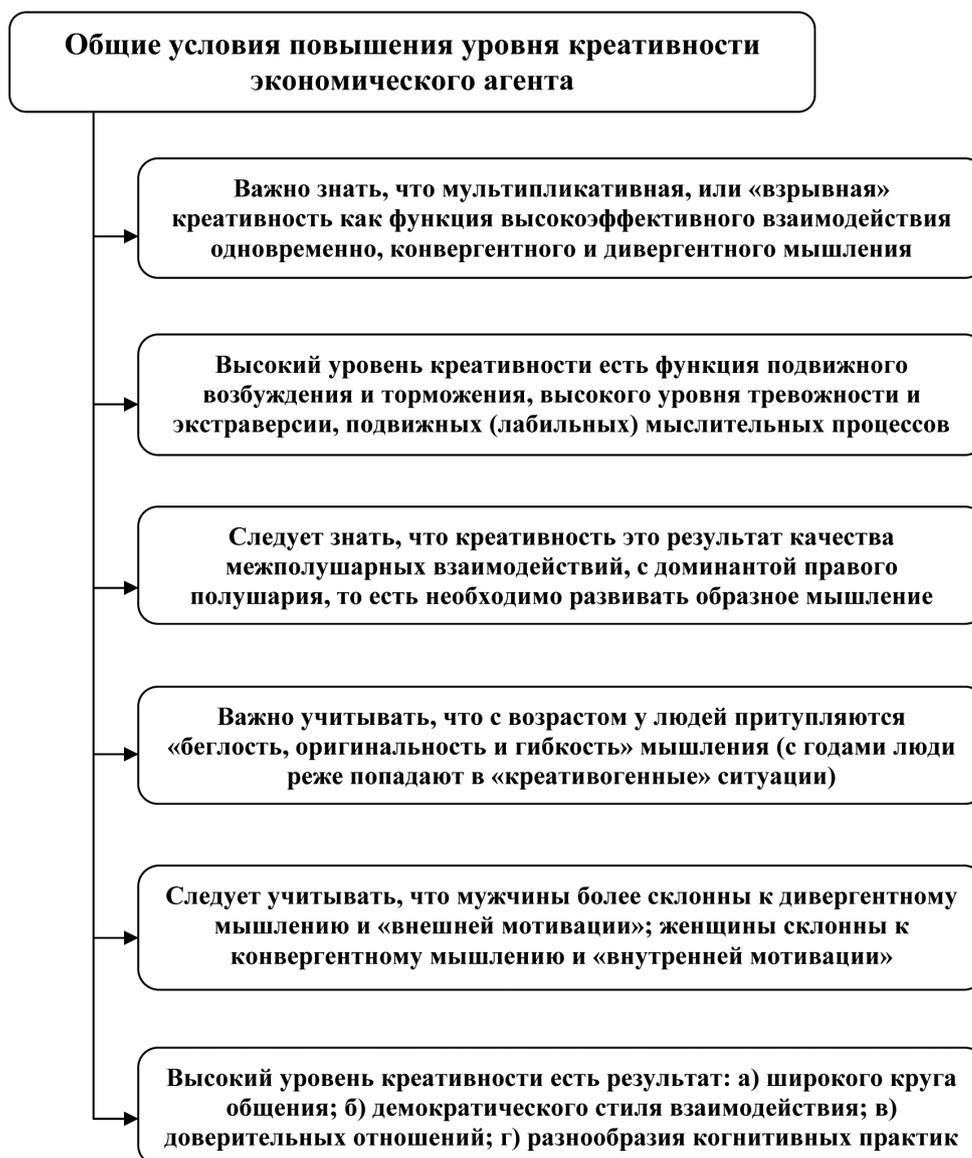


Рисунок 3 – Природно-генетические и другие условия повышения качества креативности

Список литературы

1. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2012. – 448 с.
2. Кун Т. Структура научных революций / Томас Кун; пер. с англ. И.З. Налетова. – М.: АСТ МОСКВА, 2009. – 317 с.
3. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2010. – 352 с.
4. Салихов Б.В. Интеллектуальный капитал организации (сущность, структура и основы управления): Монография. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008.

5. Салихов Б.В. Императивы развития современной экономики знаний. В сборнике: Инновационное развитие общества: условия, противоречия, приоритеты материалы X международной научной конференции: в 3-х частях / под ред. А.В. Семенова; Ю.С. Руденко. – 2014. – С. 16–40.
6. Салихов Б.В. Креативный капитал в экономике знаний: Монография / Б.В.Салихов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 274 с.
7. Салихов Б.В., Нейматова Б.А. Умная фирма. Функциональная структура интеллектуального капитала предприятия как объект управления // Креативная экономика. – 2008. – № 11 (23). – С. 50–58.
8. Салихов Б.В., Салихова И.С., Олигова М.Б. Когнитивная структура поведенческой экономики и императивы повышения качества неявного знания. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – № 12 (345). – С. 55–71.
9. Солсо Р. Когнитивная психология. – СПб.: Питер, 2011. – С. 496–534.
10. Цаплин В.С. Разумное, но не мыслящее. – М.: Крафт+, 2009. – 352 с.
11. Юнг К.Г. Об энергетике души / пер. с нем. В. Бакусева. – М.: Академический проект; Фонд «Мир», 2010. – 297 с.

References

1. Il'in E.P. Psihologiya tvorchestva, kreativnosti, odarennosti. – SPb.: Piter, 2012. – 448 s.
2. Kun T. Struktura nauchnyh revolyucij / Tomas Kun; per. s angl. I.Z. Naletova. – М.: AST MOSKVA, 2009. – 317 s.
3. Maslou A. Motivaciya i lichnost'. 3-e izd. / per. s angl. – SPb.: Piter, 2010. – 352 s.
4. Salihov B.V. Intellektual'nyj kapital organizacii (sushchnost', struktura i osnovy upravleniya): Monografiya. – М.: Izdatel'sko-torgovaya korporaciya «Dashkov i K», 2008.
5. Salihov B.V. Imperativy razvitiya sovremennoj ehkonomiki znaniy. V sbornike: Innovacionnoe razvitie obshchestva: usloviya, protivorechiya, prioritety materialy X mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii: v 3-h chastyah. Pod redakciej A.V. Semenova; Yu.S. Rudenko. – 2014. – S. 16–40.
6. Salihov B.V. Kreativnyj kapital v ehnomike znaniy: Monografiya / B.V.Salihov. – М.: Izdatel'sko-torgovaya korporaciya «Dashkov i K°», 2017. – 274 s.
7. Salihov B.V., Nejmatova B.A. Umnaya firma. Funkcional'naya struktura intellektual'nogo kapitala predpriyatiya kak ob'ekt upravleniya // Kreativnaya ehkonomika. – 2008. – № 11 (23). – S. 50–58.
8. Salihov B.V., Salihova I.S., Oligova M.B. Kognitivnaya struktura povedencheskoj ehkonomiki i imperativy povysheniya kachestva neyavnogo znaniya. Nacional'nye interesy: prioritety i bezopasnost'. – 2016. – № 12 (345). – S. 55–71.
9. Solso R. Kognitivnaya psihologiya. – SPb.: Piter, 2011. – S. 496–534.
10. Caplin V.S. Razumnoe, no ne myslyashchee. – М.: Kraft+, 2009 – 352 s.
11. Yung K.G. Ob ehnergetike dushi / per. s nem. V. Bakuseva. – М.: Akademicheskij projekt; Fond «Mir», 2010. – 297 s.