

KŪRYBINĖS KLASĖS FENOMENO TARPDALYKINĖ RAIŠKA IR AKTUALUMAS: KELETAS ĮŽVALGŲ

Renata URBONĖ

Kauno technologijos universitetas, Ekonomikos ir verslo fakultetas, Strateginio valdymo katedra
Gedimino g. 50, LT-44239 Kaunas, Lietuva
El. paštas: renata.urbone@ktu.lt; rur@nrd.no

Richard Florida. Kūrybinės klasės iškilimas [angl. *The Rise of the Creative Class*]. 2015. Į lietuvių kalbą vertė Jovilė Barevičiūtė. Vilnius: Technika. 487 p.

Straipsnyje nagrinėjamas kūrybinės klasės fenomenas ir jo tarpdalykinė raiška Richardo Floridos knygoje „Kūrybinės klasės iškilimas“ (į lietuvių kalbą vertė Jovilė Barevičiūtė, išleido VGTU leidykla „Technika“). Siekiama atskleisti jau kelis pastaruosius dešimtmečius mūsų ekonomiką ir kultūrą keičiančių pamatinių jėgų, tarp kurių esminė yra kūrybingumo jėga, aktualumą ir pritaikomumą skirtingose mokslų kryptyse, sąsajas su kitomis aktualiomis vadybos mokslo temomis – intelektinio kapitalo valdymu, antrepreneryste; sprendžiamos susijusių terminų vertimo į lietuvių kalbą dilemos. Kūrybingumas atpažįstamas kaip fundamentali ekonomikos jėga, tapusi priežastimi naujai – kūrybinei – klasei atsirasti. Daroma išvada, kad Floridos knygoje gvildinamos kūrybingumo idėjos yra naudingos vadybos, ekonomikos, architektūros, technologijos mokslų bei kitų sričių studijoms ir vystymuisi.

Reikšminiai žodžiai: ekonomika, intelektinis kapitalas, kūrybinė klasė, kūrybingumas, technologijos, vadybos mokslas.

Įvadas

Kūrybingumo tyrimai pastaruoju metu sulaukia vis daugiau dėmesio, kai vis daugiau svarbos teikiama informacijos, žinių, intelektinio kapitalo valdymo dalykams. Florida kūrybingumo tyrimams paskyrė didelę gyvenimo dalį. Vienas iš pagrindinių autoriaus pasiekimų – išleista knyga „Kūrybinės klasės iškilimas“, kurios vertimas į lietuvių kalbą jau pasirodė (Florida 2015). Straipsnyje keliamas klausimas – kaip plačiai galėtų būti taikomos kūrybinės klasės

fenomeno studijos – pažvelgiama į tarpdalykinę kūrybinės klasės fenomeno raišką ir jo aktualumą santykyje su kitomis susijusiomis sritimis.

Pažintis su kūrybinės klasės fenomenu

Floridos knyga „Kūrybinės klasės iškilimas“ – pasaulyje pripažinta, regionų plėtotojų aktyviai naudojama, paklausi ir perkama ekonomikos plėtros mokslo tyrimų aibę apibendrinanti

monografija. Pagrindinė autoriaus idėja ta, kad ekonomika transformuojasi ir jos naujas sėkmės pagrindas XXI amžiuje yra kūrybingumas – pats savaime, juo turtingi žmonės, jam palanki aplinka. Nuo šios knygos pirmojo leidimo šis veikalas buvo ir pagirtas, ir stipriai sukritikuotas dėl pernelyg siauro pritaikomumo, nes buvo tyrinėjami ir lyginami vien Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) regionai, taip pat dėl kitų liberalių ir drąsių pareiškimų. Atnaujintoji laida, palyginti su pirmąja, yra gerokai papildyta, iš esmės peržiūrėta, moksliniais tyrimais labiau pagrįsta, be to, tai yra jau plačiau geografiniu požiūriu pritaikomas leidinys. Šioje laidoje autorius tyrimais ir argumentais atsako į gausią kritiką, kurios sulaukė pirmoji laida. Autorius įvertino kritiką, ją apsvarstė, į ją atsižvelgė ir liko prie savo pirminės nuomonės, plačiai apibrėždamas kūrybinės klasės sandarą, bei toliau argumentavo, kad tai – nauja klasė, daranti įtaką viso pasaulio ekonominei ir socialinei raidai. Autorius knygoje teigia, kad JAV kūrybinė klasė sudaro trečdalį darbo jėgos ir uždirba vidutiniškai po 70 tūkst. JAV dolerių per metus. Šalia kūrybinės klasės autorius išskiria paslaugų sferos darbuotojų klasę ir darbininkų klasę. Kūrybinės klasės sudėtį Florida knygoje išnagrinėjo ne tik pagal profesijas, bet ir pagal lytį bei rasę. Tačiau pastarieji analizės pjūviai yra labiau statistinė analizė nei nurodymai, kokia sudėtis turėtų būti. Knygoje atskleidžiami ir kūrybinę klasę apibūdinantys bruožai: individualumas, meritokratija (nuopelnų vertinimas), įvairovė, atvirumas ir kt. Šiame leidinyje pateikiami tyrimų duomenys ne tik lyginant JAV valstijas ir miestus, bet ir Europos, Australijos, kitų Šiaurės Amerikos valstybių, Azijos bei kitų šalių vietas, kuriose mokslininkų komandos galėjo gauti su kūrybingumo raiška ir kūrybingumo vystymo prielaidomis susijusiems indeksams skaičiuoti reikalingą bei patikimą statistinę informaciją. Autorius su mokslininkais atliko tyrimus ir knygoje pateikia pavyzdžių ne vien remdamasis statistine analize, bet ir kokybinių tyrimų metu surinkta informacija, neišgalvotomis žmonių istorijomis, išgirstomis ar

išklausytomis kavinėje, roko koncerte, seminaruose ar kitur. Šios istorijos ir netgi asmeninė autoriaus patirtis nuo vaikystės prisiminimų iki vėlesnių darbų iliustruoja pagrindines kiekvieno skyriaus mintis, todėl knygą įdomu skaityti. Pavyzdys apie autoriaus tėvo valdomos kompanijos žlugimą, sužlugdžius kūrybingumą skatinusią aplinką ir perėjus prie biurokratinės bei praradus kūrybingiausius organizacijos darbuotojus, buvo pražūtingas. Minėtu atveju organizacija prarado savo intelektinį kapitalą, nors Florida ir pasirenka kitus terminus – kūrybingumą, „žinių lobyną“, „institucinę atmintį“.

Jau nuo pačios knygos pradžios jos lietuviškosios laidos pratarėms autorius Tomas Kačerauskas įtraukia skaitytoją į intrigą, kad nuo šiol gyvenime bus viskas kitaip ir tas „kitaip“ susijęs su kūrybinės klasės iškilimu – klasės, kuri, nors ir nėra labai gausi, tačiau turės „lemiamą poveikį visuomenės raidai“. Kituose literatūros šaltiniuose pasikeitusios rinkos ekonomikos sąlygos apibūdinamos trumpai – kaip „žinių ekonomika“ (Užienė, Urbonė 2008; Fitz-enz 2000; Seetharaman *et al.* 2002), „žinių era“ (Chatzkel 2003: 110) ar tiesiog kaip „naujoji ekonomika“ (Teece 1998), o Kačerauskas detalizuoja pokyčius įvairiais aspektais: ekonominiais ir technologiniais (karjeros ir darbo pasirinkimai, nuotolinis darbas, skaitmeninės technologijos, keičiančios analogines), meniniais (bohemos pasirinkimai, estetinio skonio pokyčiai), socialiniais (miestų kultūros ir subkultūrų, socialinio gyvenimo permainos) ir kt.

„Kūrybinės klasės iškilimo“ tarpdalykinis edukacinis pobūdis

Floridos knygą „Kūrybinės klasės iškilimas“ sudaro aštuoniolika skyrių, sugrupuotų į penkias logines dalis, užbaigiama išvadomis ir rekomendacijomis. Autorius žangoje skaitytojui prieš akis pateikia kasdienio gyvenimo transformacijas, kurios jau žinomos ir matomos, tačiau papildomai įrodo, kodėl, keičiantis aplinkai, turi keistis ir požiūris bei veiksmai.

Pasakojimas prasideda įdomia kelione laiku, kuri vaizdžiai liudija apie didžiules neapčiuopiamas permainas visuomenėje – vadovės moterys, vadovai kitataučiai, laisvas aprangos kodas, pasikeitę reikalavimai darbuotojams dėl elgesio darbe, dėl darbo grafiko ir pan. Pirmoje dalyje autorius atskleidžia naujosios kūrybos epochos prasmę, apibūdindamas kūrybos ekonomikos ir kūrybinės klasės sampratą. Antroje dalyje, gausiai iliustruodamas pavyzdžiais, autorius atskleidžia darboviečių, darbų (pareigybių) transformacijas, kur skirtumus atskleidžia šie pokyčiai – darbo grafikų ir darbo vietų lankstumo, darbinės aprangos ir vadovavimo stiliaus pasikeitimų bei darbuotojų lūkesčių darbdavio atžvilgiu. Trečioje dalyje aprėpiama žmogaus gyvenimo visuma, kuriai įtakos turi laiko suvokimo dedamoji, potyrių paieškos ir tai, kaip toliau žmonių gyvenseną keičia naujų kultūrų įtaka. Ketvirtoje dalyje pabrėžiama bendruomenės svarba kūrybingiems individams, o toji bendruomenė prasideda nuo vietos, kurioje žmogus gyvena, nuo jos kokybės, priklausymo klasei. Vieta svarbi individui, o galiausiai ji tampa aktuali ir verslo organizacijai. Autorius nagrinėja įvairių miestų privalumus (Ostinas, Pitsbergas, San Fransiskas ir kt.) ir, iliustruodamas realių žmonių istorijomis iš serijos „Kaip aš čia prisitaikčiau?“, įrodo, kad vieta įmonės veiklai yra svarbi. Priklausomai nuo vietos ir jos siūlomų galimybių, ten veikiančios bendrovės gali lengviau pritraukti kūrybingus talentus. Itin daug dėmesio šioje dalyje skiriama kūrybos bendruomenės formavimui, į ką būtina atkreipti dėmesį ir ją keisti pradedant jau nuo ankstyvojo vaikų lavinimo. Penktoje dalyje autorius paliečia ir opias socialinės bei ekonominės nelygybės problemas. Galiausiai paskutiniame, aštuonioliktoje, skyriuje, autorius pateikia pagrindinę išvadą, kad kiekvienas žmogus yra kūrybingas ir organizacijos turi būti pasirengusios priimti naująją kūrybingumą grindžiamą darbo sutartį dėl darbuotojų priėmimo, darbo pobūdžio, išpareigojimo jiems. „Esminis mūsų uždavinys yra išlaisvinti kiekvieno žmogaus kūrybinę energiją, talentą ir potencialą – kurti

visuomenę, kuri pripažįsta ir ugdo kiekvieno žmogaus įgimtą kūrybingumą. Kūrybingumas yra iš tikrųjų beribis išteklis <...>“ (Florida 2015: XXV).

„Kūrybinės klasės iškilimo“ lietuviškojo leidimo pratarmės autorius T. Kačerauskas teisus, kad „Knygoje netrūksta ir aštrių teiginių bei drąsių hipotezių, griaušančių nusistovėjusį ar sustabarėjusį požiūrį“ (Florida 2015: XI). Ši knyga tikrai nėra lengvas vakaro skaitinys, nes autoriaus mintys skatina gilintis į kiekvieną teiginį, sakinį. Jie kelia vidines diskusijas. Vietomis lengva sutikti su autoriaus mintimis, nes jos antrina tam, kas dažnai kalbama šiuolaikinės vadybos teorijose – žinių, intelektualio kapitalo valdymo, žmogiškojo kapitalo, socialinio kapitalo, darnios plėtros teorijose. Tačiau kitur autoriaus pareiškimai kelia kontroversiškų minčių ir vidinį norą kritikuoti ar abejoti teiginiais. Pavyzdžiui, autoriaus pristatomas žmonių įvairialypiškumas visuomenėje kaip būtina nacionalinio kūrybingumo skatinimo sąlyga, todėl atitinkamai rekomenduojamas kitos tautybės žmonių imigracijos skatinimas, tolerancijos bet kokiai lyties, tikėjimo ar pažiūrų saviraiškai ugdymas. Knyga neabejotinai yra nešališka lyties, amžiaus grupių, fizinio neįgalumo, gebėjimų, socialinės padėties, rasės, etninės priklausomybės, religijos ar įsitikinimų atžvilgiu. Knygoje veikiau skatinamas ir propaguojamas skirtumų pranašumas įgalinantis kūrybai palankią aplinką. Dar vienas kontroversiškas išvadų ir rekomendacijų pavyzdys – autoriaus daug kartų akcentuojamas išskirtinės miestų svarbos augimas kūrybos ekonomikos skatinimui, kuris tarsi verčia abejoti ir prieštarauti, kad ir kaimo vietovėse yra labai daug kūrybingų žmonių, jie buriasi į bendruomenes ir gali būti pasiekiami iš viso pasaulio dėl pažangių ir skvarbių informacinių technologijų. Kita vertus, kuo toliau studijuoji knygą, giliniesi į atliktus mokslinius tyrimus, kuriais autorius grindžia savo teiginius, tuo labiau supranti priežastis, kurios daro įtaką kūrybos ekonomikos plėtrai, ir patiki knygoje pateikiamomis išvadomis bei rekomendacijomis. Tai – požiūrį keičiantis veikalas.

Floridos „Kūrybinės klasės iškilimas“ – tarpdalykiniu požiūriu pritaikomas leidinys, kuris gali būti vertingas šaltinis savišvietai, saviugdai, taip pat ir kaip mokomosios literatūros knyga jaunimui. Čia daug filosofinių išvalgų, siejančių įvairias mokslo sritis, jų pažangą į visumą, tiek nužvelgiant istorinę perspektyvą, tiek pateikiant išvalgas ateičiai. Knygoje duomenų, informacijos ir žinių ras skirtingas sritis studijuojantys žmonės:

- viešąjį administravimą (miestų socialiniai, ekonominiai iššūkiai, miestų planavimas, regioninė plėtra);
- architektūrą (miestų plėtros tematika, urbanistiniai tyrimai, vietos kokybės kriterijai ir kt.);
- verslo administravimą ir vadybą (daug dėmesio knygoje skiriama antreprenerystės fenomenui, pagrindžiami nauji reikalavimai darbdaviui ir darbovietei, lanksčios darbo vietos reikalavimai, šaunios darbo vietos lūkesčiai ir kiti su darbuotojų kūrybingumo įgalinimu, kūrybinio potencialo pasitelkimu susiję aspektai);
- ekonomiką ir politikos mokslus (šalių ir miestų plėtros prielaidos, politinių pažiūrų ir kūrybinės klasės santykis, įvairūs toleracijos, kūrybingumo, pasaulio technologijų, pasaulinio talento indeksai ir kiti ekonominiai bei politiniai aspektai);
- „tradicines“ kūrybinių industrijų šakas – medijas, meną, muziką ir kt.;
- technologijų mokslus (šiuos mokslus studijuojantys studentai čia taip pat ras daug išvalgų apie inžinierių kūrybinio potencialo svarbą ir ypač didelę reikšmę, nes, sekant Steve'o Jobso, Billo Gateso ir kitų idėjinių, milijardines technologijų imperijas sukūrusių lyderių pavyzdžiais, pastaraisiais dešimtmečiais tapo madinga tapti technologijų mokslų srities specialistu, pamirštant atgyvenusį apkiautusio „moksluko“ stereotipą).

Verčiant šią knygą į lietuvių kalbą atliktas didelis ir svarbus darbas. Tekstai sklandūs, suprantami ir atitinka originalo kalbos esmę.

Tačiau yra pasiūlyta ir naujų terminų lietuvių kalba, dėl kurių galima išvystyti atskirą diskusiją ir ji vadybos mokslo srityje jau vyksta daugiau kaip dešimtmetį. Pavyzdžiui, tarptautinis terminas *entrepreneurship* knygoje pateikiamas kaip novatoriškas verslas / novatoriškas verslumas, o *entrepreneur* – kaip novatoriškas verslininkas. Vadybos srityje šie konstruktai vadinami antreprenerystės ir antreprenerio terminais (Jucevičius 1998; Židonis 2008; Stripeikis 2008; Žvinklys, Vabalas 2006). Antreprenieris ir antreprenerystė laikomi svetimkūniais lietuvių kalbos specialistų, tačiau tokį patį statusą turi ir medijų terminas, kuris knygoje gana gausiai vartojamas. Todėl, naudojant knygos medžiagą edukaciniais tikslais, rekomenduočiau ją studijuojantiems priminti ir išaiškinti antreprenerystės kaip reiškinio bei antreprenerio kaip savo ir kitų žinias, o ir kitus resursus pasitelkiančio asmens specifiką, lyginant su tradicine verslininko ar novatoriško verslininko samprata. Visiškai pritariu autoriams Jurgiui Žvinklui ir Eduardui Vytautui Vabalui dėl išvados termino *antreprenieris* vartojimo atžvilgiu: „Kai angliškasis *entrepreneur* (liet. „antreprenieris“) verčiamas lietuvišku žodžiu „verslininkas“, visiškai iškraipoma šios sąvokos ekonominė prasmė“ (Žvinklys, Vabalas 2006: 111). Minėti autoriai toliau antreprenerio prasmę susiaurina iki žmogaus, kuriančio verslą ir prisiimančio visas rizikas, nors antreprenieris turėtų būti suprantamas gerokai plačiau – kaip žmogus, orientuotas į galimybių pasitelkimą. Antreprenieriais gali būti ir ne verslo pasaulio žmonės, o socialinėje srityje, viešajame sektoriuje dirbantys veiklūs, sumanūs, kūrybingi žmonės ar samdomi didesnių organizacijų darbuotojai, kurie siekia atrasti ir pasitelkti galimybes, veikdami organizacijos viduje. Pastarieji gali būti vadinami intraprenieriais.

Knyga neabejotinai padės pirmiau išvardytose srityse studijuojantiems žmonėms siekti jų studijų programose išvardytų kompetencijų, įgyti būtinų žinių ir gebėjimų, pradedant bendraisiais gebėjimais suvokti, analizuoti, interpretuoti, taip pat išryškinti socialinių gebėjimų naudą, svarbą ir išskirtinumą. Knygoje

gausu mokslinių tyrimų medžiagos – pateikiami susisteminti tiek autoriaus kartu su kitais mokslininkais atliktų tyrimų rezultatai, tiek susisteminta kitų autorių tyrimų medžiaga bei nuorodos į jų knygas ar publikacijas. Kiekvienas knygos skyrius atskleidžia kūrybinės klasės koncepcijai įtvirtinti, pagrįsti, paaiškinti reikalingas pasaulyje vykstančias transformacijas. Paskutiniuose knygos skyriuose pateikiama ir rekomendacijų, kaip kiekvieno žmogaus kūrybingumas ir miestų, regionų ar valstybių plėtra gali būti įveiksminta sukuriant kūrybingumui skatinti ir naudoti tinkamą aplinką.

Tai išskirtinė knyga, kur pasakojamasis žanras taip supintas su moksliniais įrodymais, kad skaitai mokslinį-pedagoginį veiklą tarsi intelektualų romaną. Dar ir dėl šios priežasties knyga ypač tinkama kaip mokomosios literatūros knyga, skirta būsimajam kūrybinės klasės jaunimui prusinti ir tai daryti skatinant jų susidomėjimą ir kūrybingumą, o ne vien pateikiant faktus ir ugdant atmintį.

Išvados: nuo kūrybinės link intelektualinės klasės

Floridai knygoje „Kūrybinės klasės iškilimas“ pavyko pasiekti savo tikslų ir taip talentingai pristatyti mokslo rezultatus, kad juos įdomu skaityti ligi paskutinio skyriaus. Nekyla abejonių, kad kūrybingumas – vienas iš esminių ekonomikos elementų pasikeitusiame ir tebesikeičiančiame pasaulyje.

Nors autorius nesiekė matyti šią knygą tapšiant mokomosios literatūros knygą, o veikiau siekė ištirti ir paaiškinti pasaulyje vykstančias transformacijas, tačiau knyga neabejotinai yra daugiau nei vien mokslininkų grupės tyrimo rezultatų apibendrinimas. „Aš norėjau sutelkti dėmesį į ilgalaikes ir išties struktūrines jėgas, kurios keitė mūsų darbo ir gyvenimo būdą. Man atrodė, kad mūsų pasaulis kinta taip dramatiškai, kaip nuo pirmųjų pramoninės revoliucijos dienų. Tos jėgos keitusios jėgos nebuvo vien tik internetas, naujųjų technologijų įdiegimas ar

net globalizacija, kurie padarė perversmą mūsų darbuose, gyvenimuose ir visuomenėje, – nors visi tie dalykai buvo svarbūs. Daugelio nepastebėta veikė dar gilesnė – kūrybingumo – jėga. Išaugusi kaip fundamentali ekonomikos jėga, ji tapo priežastimi naujai socialinei klasei – kūrybinei klasei – atsirasti“ (Florida 2015: XXI).

Kūrybingumas yra ir labai svarbi intelektualinio kapitalo dalis. Nors Florida savo knygoje nevartoja intelektualinio kapitalo termino ir teorijos, tačiau mini ir nagrinėja žmogiškojo kapitalo, socialinio kapitalo teorijas, o jų ir dar kitų intelektualinių išteklių dedamųjų visuma yra intelektualinio kapitalo fenomenas, kuris nagrinėjamas organizacijų, regionų ir valstybių mastu jau daugiau kaip dešimtmetį (Stewart 1998; Serenko *et al.* 2010). Viliuosi, kad į kūrybingumo ir intelektualinio kapitalo sąsajas autorius savo tyrimuose atsižvelgs ateityje. Gal netgi kūrybinė klasė įgis naują pavadinimą – intelektualinė klasė. Nes pats autorius, apibūdindamas šios jo identifikuotos klasės charakteristikas, teigia: „Pagrindinis skirtumas tarp kūrybinės klasės ir kitų klasių yra tai, už ką pirmiausia yra mokama klasės nariams. Darbininkų ir paslaugų sferos darbuotojų klasėms pirmiausia mokama už rutininį, dažniausiai fizinį, darbą, o kūrybinei klasei pirmiausia mokama už protą – už kognityviuosius ir socialinius įgūdžius“ (Florida 2015: 10). Taigi Floridos naujai identifikuotos klasės išskirtinumas – tai jos intelektualiniai ištekliai. Viliuosi, visa tai ir dar daugiau perskaityti vėlesniuose Floridos knygos papildytuose leidimuose, kurie, tikiu, atsiras, nes fundamentaliai teisingos mintys gyvuoja ilgai.

Literatūra

- Chatzkel, J. L. 2003. *Knowledge Capital: How Knowledge-Based Enterprises Really Get Build*. Oxford: Oxford University Press.
- Fitz-enz, J. 2000. *The ROI of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance*. New York: AMACOM Division of American Management Association.

- Florida, R. 2015. *Kūrybinės klasės iškilimas*. Vilnius: Technika.
- Jucevičius, R. 1998. *Strateginis organizacijų vystymas*: monografija. Kaunas: Pasaulio lietuvių kultūros, mokslo ir švietimo centras.
- Seetharaman, A.; Sooria, H. H. B. Z.; Saravanan, A. S. 2002. Intellectual Capital Accounting and Reporting in the Knowledge Economy, *Journal of Intellectual Capital* 3(2): 128–148.
<http://dx.doi.org/10.1108/14691930210424734>
- Serenko, A.; Bontis, N.; Booker, L.; Sadeddin, K.; Hardie, T. 2010. A Scientometric Analysis of Knowledge Management and Intellectual Capital Academic Literature (1994– 2008), *Journal of Knowledge Management* 14(1): 3–23.
<http://dx.doi.org/10.1108/13673271011015534>
- Stewart, Th. A. 1998. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. London: Biddles Ltd.
- Stripeikis, O. 2008. Antrepreneriškumo formavimas Lietuvos smulkaus ir vidutinio verslo įmonėse, *Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai* 15(4): 165–174.
- Teece, D. J. 1998. Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Markets for Know-How, and Intangible Assets, *California Management Review* 40(3): 55–79. <http://dx.doi.org/10.2307/41165943>
- Užienė, L.; Urbonė, R. 2008. *Intelektinio kapitalo valdymo studijų vadovas*: mokomoji knyga. Kaunas: Technologija.
- Židonis, Ž. 2008. Verslumo skatinimo politika Lietuvoje: Produktivi, neproduktyvi ir destruktivi antreprenerystė, *Viešojoji politika ir administravimas* 26: 9–16.
- Žvinklys, J.; Vabalas, E. V. 2006. Apie verslo kalbą, *Pinigų studijos* 1: 105–112.

THE MULTIDISCIPLINARY EXPRESSION AND RELEVANCE OF THE PHENOMENON OF THE CREATIVE CLASS: SOME INSIGHTS

Renata URBONĖ

Article investigates the phenomenon of the creative class and its multidisciplinary nature in the Richard Florida's book *The Rise of the Creative Class*, its translated version to Lithuanian language. Analysis presented in the article aims to reveal the relevance of one of the basic forces that shapes our economy and culture during past decades – creativity force, and as well its possible application in different science areas, directions with other management topics – intellectual capital management, entrepreneurship and related translation to Lithuanian language dilemmas. Creativity is recognized as fundamental economic force, a reason for the rise new class – creative class. It is concluded that ideas related to creativity fostered in Florida's book are useful for the studies and development of management, economics, architecture, technology science and other areas.

Keywords: economics, intellectual capital, creative class, creativity, technology, management science.