

УДК 316.4

© М. А. Колмыкова¹, Н. А. Четверикова², 2024¹ Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), г. Москва, Россия² Оренбургский государственный университет (ОГУ), РоссияE-mail ¹: mari_kol@mail.ruE-mail ²: nadinka.81@mail.ru

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС В РОССИИ И ЕГО РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Статья посвящена трансформации современного общества благодаря развитию креативных индустрий, создающих спрос на определенного рода профессии, отличающиеся инновационным подходом к труду, творческим мышлением и креативностью. Все это порождает образование так называемого креативного класса. Отмечается, что креативный класс представляет интерес для изучения как социологами, так и экономистами, поскольку результат профессиональной деятельности представителей креативного класса сегодня может стать драйвером развития современной экономики.

Ключевые слова: креативный класс, креативная экономика, креативные индустрии, прекариат, стратификация, профессии.

Трансформационные процессы современного общества настолько глобальны, что находят отражение во всех сферах жизнедеятельности человека. Современная экономика все больше ориентируется на инновации, технологические изменения и креативные индустрии. Этот факт подтверждается и тем, что согласно ООН, 2021 год был объявлен «годом креативной экономики в интересах устойчивого развития» [1].

Сегодня все чаще используются термины «креативная экономика» и «креативные индустрии», под которыми подразумеваются такие виды экономической деятельности, которые связаны с творчеством, культурой и технологиями [2]. Единого определения креативной экономики сегодня не существует, но ученые серьезно занимаются исследованием новых парадигм, которые присущи современной экономике. Так, Н. В. Кузнецова проводит сравнительное исследование концепций «экономики знаний», «постиндустриального общества» и представлений о «креативной экономике», отмечая, что о суще-

ствовании последней «говорить еще рано» [3]. В любом случае это способствует появлению новых профессий, а следовательно, и специалистов, которые могут отвечать вызовам современного мира. Поэтому наблюдается интерес к появлению так называемого креативного класса, который включает в себя программистов, ученых, занимающихся исследованиями и разработками высокотехнологичных отраслей, дизайнеров, проектировщиков, архитекторов, маркетологов и других творческих и креативных профессионалов, которые в своей деятельности создают «новые» и «инновационные» товары и услуги, которых раньше не было.

В связи с этим *целью данной работы* является исследование категории «креативный класс» и его роли в современном обществе. *Объектом исследования* является трансформация современного общества, а *предметом исследования* выступает креативный класс и его роль в экономике на современном этапе.

Термин «креативный класс» был введен американским экономистом Ричардом Флорида, который подразумевал, что в него входят творческие люди, занимающиеся интеллектуальным трудом и занятые в отраслях экономики, которые свойственны именно постиндустриальному обществу [4]. Его работа «Креативный класс. Люди, которые меняют будущее», вышедшая в 2002 году, произвела огромный резонанс, и до сих пор не утихает спор о существовании креативного класса в современном обществе.

Справедливости ради отметим, что в российском обществе о появлении креативного класса заговорили гораздо позже, но постепенно ученые стали все больше и больше обращаться к исследованию данной проблематики.

Сегодня данной теме посвящено внимание широкой группы исследователей — как социологов, так и экономистов. Действительно, креативный класс исследуется с точки зрения стратификации современного общества, в котором он выступает как некий класс «интеллектуалов» (не путать с интеллигенцией).

Ю. Г. Волков рассматривает креативный класс как альтернативу политическому радикализму, отмечая, что данный класс, выступая «субъектом социального творчества, вырабатывает формы социального общения, исключаящие внесение конфликтных различий в российское общество» [5].

А. В. Бузгалин, А. И. Колганов, анализируя социально-классовую структуру современного общества с позиций постсоветской школы критического марксизма, тоже упоминают о существовании креа-

тивного класса, хотя называют его «так называемый класс», указывая на его неоднородность [6].

В свою очередь, экономистов интересует именно результат профессиональной деятельности креативного класса, т.е. насколько труд «креклов» сегодня может стать драйвером развития современной экономики.

Автором классового подхода к изучению общества является К. Маркс, для которого класс представляется «как совокупность людей, обладающих общими интересами и склонных думать, чувствовать и вести себя сходно» [7]. Согласно М. Веберу, чьи работы в области социальной структуры общества широко используются в социологии, социальный класс — это «статусная группа, формируемая жизненными шансами индивидов: их индивидуальными способностями (образованием, квалификацией, мировоззрением) и характеристиками образа жизни, способа получения образования, профессии и происхождения» [8].

Считаем, что к раскрытию сущности креативного класса более применим веберовский подход, поскольку представителей креативного класса вряд ли объединяют общие интересы и чувства, скорее всего, это люди, которые в силу своих индивидуальных способностей, установок и особого мировоззрения способны к творческому и креативному труду в силу своих специальных знаний и компетенций.

Как мы говорили выше, стремительная трансформация современного общества меняет его структуру. Известный социолог, академик, член-корреспондент РАН Ж. Т. Тощенко с коллективом ученых Российского государственного гуманитарного университета много лет посвятил исследованию прекариата как нового социального класса [9, 10]. Слово «прекариат», по мнению Ж. Т. Тощенко, «образовано от двух слов: от лат. *precarium* (неустойчивый, нестабильный, негарантированный) и пролетариат (эксплуатируемый класс в капиталистическом обществе). В него входят группы людей, кто занят неформальной, временной, эпизодической работой, вовлечен в теневой или «нелегитимизированный» сектор рынка труда, вследствие чего эти люди имеют урезанные социальные права и обладают ущемленным социальным статусом» [11].

Соответственно современная структура общества включает тех, кто находится на низших ступенях в социальной иерархии, и тех, кто находится наверху — понятно, что речь идет о представителях креативного класса.

Необходимо отметить, что несмотря на то, что креативный класс в современной структуре общества существует, единого подхода в трактовке данного термина пока нет.

Авторами настоящего исследования проведен анализ научных статей и диссертационных исследований, что позволило сделать вывод о том, что данная проблематика интересует ученых самых разных предметных областей знаний, однако количество защищенных диссертаций крайне мало. Возможно, это связано с тем, что для исследования креативного класса требуется разработка новых теоретико-методологических подходов.

Тем не менее все имеющиеся диссертации были проанализированы с целью выделения сущности понятия «креативный класс». Результат этой работы (см. табл. 1) помог прийти к следующему заключению.

Несмотря на то, что диссертации защищены по разным научным специальностям, везде делается упор на особую роль креативного класса в развитии экономики в постиндустриальном обществе.

В диссертационных исследованиях можно увидеть тезисы о том, чем характеризуется труд представителей данного социального класса, а именно:

- преобладанием творческого мышления;
- новой культурой управленческой деятельности;
- способностью к нешаблонному решению существующих задач;
- внедрением «новых практических форм» (субъектов, объектов, предметов, процессов и методов экономической деятельности и управления).

Кроме того, во всех работах [16–20] прослеживается общая тенденция во взглядах о том, что креативный класс способен играть особую роль в развитии экономики. Об этом свидетельствуют следующие выражения авторов о креативном классе:

- «является движущей силой экономической жизни общества»;
- «формирует новые модели занятости и деятельности»;
- «включен в экономику, основанную на высокотехнологичном производстве»;
- «обладает особым положением в системе производственных отношений капитализма»;
- «способствует реализации прорывного стратегического направления».

**Сущность понятия «креативный класс»
в рамках диссертационных исследований**

<i>Год</i>	<i>Ф.И.О. автора</i>	<i>Сущность понятия «креативный класс»</i>
2013	О. В. Петровская	Является «системообразующей движущей силой экономической и культурной жизни общества, данный класс формирует новые модели занятости, мотивации, виды деятельности и ценностные ориентиры» [16]
2013	Н. В. Федоренко	Это «определенный слой населения, включенный в постиндустриальный сектор экономики, объективно несет в себе новые социальные качества и принципы организации социума ... креативный класс включен в экономику, основанную на высокотехнологичном производстве, требующем творческого мышления, новой культуры управленческой деятельности, способности к нешаблонному решению возникающих задач» [17]
2018	А. В. Слободская	Это «креативный прекариат, появление которого обусловлено переходом к новому этапу общественного развития» [18]
2022	Т. Д. Степанова	Это «особая социальная группа, место которой в общественном производстве детерминировано творческим содержанием труда и обусловленным этим особым положением в системе производственных отношений капитализма, в частности, снятием реального подчинения их труда капиталу» [19]
2022	С. С. Морусов	Это «целевая группа, способная к реализации прорывного стратегического направления региональной динамики на основе разработки и внедрения «новых практических форм» (субъектов, объектов, предметов, процессов и методов экономической деятельности и управления)» [20]

Особый интерес представляет исследование Центра междисциплинарных исследований человеческого потенциала, которое опубликовано в научном дайджесте 2023 года «Креативный класс России: портрет в цифрах» [12]. В рамках данного исследования наблюдается четкая динамика: численность российского креативного

класса с 4,8% (2021 г.) увеличивается практически на треть за последние 3 года. Авторы отмечают, что «даже в период пандемии численность представителей творческих профессий выросла в креативных индустриях на 3,4%, в традиционных отраслях – на 1,6%» [12]. Результаты других исследований подтверждают эту тенденцию: доля работников креативного класса с каждым годом только растет, а еще в 2013 году более 80% россиян ответили, что и не слышали о существовании креативного класса [15].

Ценность творческого подхода к работе имеет важное значение не только в «традиционно» творческих сферах деятельности, но и во всех отраслях экономики.

Что касается среды, которая является наиболее благоприятной для возникновения, распространения и развития креативного класса, автор понятия рассматривал именно мегаполисы и специально созданные креативные кластеры, которые есть в основном также в крупных городах, потому что там более широкий спектр возможностей. Это подтверждается и российскими реалиями, так как большая доля людей, занимающихся инновационной деятельностью, сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге. То есть это та среда, которая будет наиболее благоприятной для раскрытия собственного потенциала и свободы творчества, так как занятые в креативных индустриях отличаются крайней амбициозностью [13].

Если рассматривать креативный класс в России, то практически половина приходится на такие профессии, как специалисты по маркетингу и рекламе и разработчики программного обеспечения, кроме того, это схожие с представлениями о креативном классе Р. Флорида дизайнеры, архитекторы, а также журналисты, музыканты, фотографы и другие. Различия могут быть связаны прежде всего с быстро меняющимися условиями и возникновением большого количества новых профессий, а также спецификой конкретной страны и отраслей ее экономики. При этом часто ключевую роль играют такие качества и навыки, как многозадачность, обучаемость и высокий уровень интеллекта [21].

Отличие российского опыта проявляется также в характере занятости креативного класса. В представлении Р. Флорида [4] такие работники часто имеют гибкий график, без четко определенного расписания, а в России это 8-часовой рабочий день и полная будничная неделя, что в свою очередь может быть связано с тем, что большая часть креативных российских работников работает не только в отраслях, однозначно относящихся к творческим, а также с тем, что многие учреждения культуры находятся под государст-

венным контролем. Стоит также отметить, что в данном случае не всегда играет роль такой фактор, как образование, так как только около половины занятых в творческих отраслях работают по профессии, по которой получали профильное образование [12].

Есть некоторые расхождения и в социально-демографических характеристиках портрета типичного представителя креативного класса. Его основную массу составляют мужчины от 25 до 34 лет, в зарубежной практике возрастные рамки находятся в пределах 30–40 лет. Тенденция к увеличению возраста таких работников может быть связана со всеобщим демографическим кризисом и старением населения [14].

Можно отметить и такую особенность, как некая «разрозненность» креативного класса, некая неопределенность, отсутствие единого подхода. Трудности классификации связаны, во-первых, с различными обозначениями креативного класса, а во-вторых, со стремительными изменениями в его структуре. Возникает также сложность с проведением параллелей в российской практике, так как это только начинает приобретать все большую распространенность и предоставляет широкое поле для изучения.

Таким образом, можно сделать вывод о растущей актуальности креативного класса, его распространении, стремительном росте в России, что требует его более детального изучения, но уже сегодня можно заключить следующее.

Во-первых, 2021 год был объявлен ООН «годом креативной экономики в интересах устойчивого развития», и это не случайно, потому что сегодня на первый план выходят креативные индустрии, которые связаны с творчеством и технологиями, что способствует появлению так называемого креативного класса, который включает в себя программистов, ученых, занимающихся исследованиями и разработками высокотехнологичных отраслей, дизайнеров, проектировщиков, архитекторов, маркетологов и других творческих и креативных профессионалов, которые в своей деятельности создают «новые» и «инновационные» товары и услуги, которых раньше не было.

Во-вторых, на сегодняшний день отсутствует единый подход к пониманию сущности креативного класса, многие ученые подвергают критике сам факт его существования. Если рассмотреть понятие «социального класса» К. Маркса и М. Вебера, то к раскрытию сущности креативного класса более применим веберовский подход, поскольку представителей креативного класса вряд ли объединяют общие интересы и чувства, скорее всего, это люди, которые в

силу своих индивидуальных способностей, установок и особого мировоззрения способны к творческому и креативному труду в силу своих специальных знаний и компетенций.

В-третьих, проведенный анализ диссертационных работ, посвященных проблеме креативного класса, позволяет сделать следующий вывод: несмотря на то, что данные диссертации защищены по разным научным специальностям, везде делается упор на особой роли креативного класса в развитии экономики в постиндустриальном обществе. Напрашивается вывод о том, что труд представителей креативного класса характеризуется преобладанием творческого мышления; новой культурой управленческой деятельности; способностью к нешаблонному решению существующих задач; внедрением «новых практических форм» (субъектов, объектов, предметов, процессов и методов экономической деятельности и управления).

Литература

1. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: <https://www.economy.gov.ru/>.

2. Бернович П. А. Креативная экономика как способ решения текущих проблем человечества // ЭСПР. 2022. № 4 (52). С. 16-29.

3. Кузнецова Н. В. Новая парадигма современности – креативная экономика // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2022. Т. 24. № 1. С. 15-37. DOI: 10.24866/1813-3274/2022-1/15-37.

4. Флорила Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. А. Константинова. М.: Классика-XXI, 2011. 419 с.

5. Волков Ю. Г. Креативный класс – альтернатива политическому радикализму // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 84-92.

6. Бuzгалин А. В., Колганов А. И. Трансформации социальной структуры позднего капитализма: от пролетариата и буржуазии к прекариату и креативному классу? // Социологические исследования. 2019. № 1. С. 18-28.

7. Маркс К. Процесс производства капитала // Капитал: критика политической экономии / Науч. ред. Л. Л. Васина и др., 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. Т. 1. Кн. 1. 1195 с.

8. Вебер М. Основные социологические понятия. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

9. Тощенко Ж. Т. Прекариат: от протокласса к новому классу: монография / Институт социологии ФНИСЦ РАН, РГГУ. М.: Наука, 2018. 350 с.

10. Прекариат: становление нового класса: коллективная монография / Под ред. Ж. Т. Тощенко. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2020. 400 с.

11. Тощенко Ж. Т. Прекариат – новое явление на рынке труда // Ядовские чтения: перспективы социологии: сборник научных докладов

дов конференции (г. Санкт-Петербург, 14–16 декабря 2015 г.) / Под ред. О. Б. Божкова, С. С. Ярошенко, В. Ю. Бочарова. СПб.: Эйдос, 2016. С. 182-192.

12. Креативный класс в России: портрет в цифрах. URL: https://www.hse.ru/data/2023/01/09/2039229413/Human_Capital_NCMU_Digest_Special_Issue%202_Russia_Creative_Class_01-2023.pdf.

13. Салогуб А. М. Креативность и кризис — новые ресурсы коммерческой организации в условиях цифровой трансформации // Власть и управление на Востоке России. 2022. № 2 (99). С. 126-137.

14. Седлецкий А. В. Роль российского креативного класса в развитии современного общества // УПИРР. 2023. № 5. С. 31-35.

15. Хлыщева Е. В. Креативный класс как новая современная элита: к вопросу о понятиях // Вопросы элитологии. 2022. № 1. С. 39-50.

16. Петровская О. В. Ценности «креативного класса» в культуре постиндустриального общества: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филос. наук / О. В. Петровская. Ростов-на-Дону, 2013. 27 с.

17. Федоренко Н. В. Взаимодействие управленческих элит в современном российском обществе : автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра социол. наук / Н. В. Федоренко. М., 2013. 50 с.

18. Слободская А. В. Становление прекариата в контексте трансформации социальной структуры современного общества: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филос. наук / А. В. Слободская. Томск, 2018. 18 с.

19. Степанова Т. Д. Экономические основания формирования креативного класса: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук / Т. Д. Степанова. М., 2022. 27 с.

20. Морусов С. С. Маркетинг территорий как фактор ускорения регионального социально-экономического развития на основе привлечения «креативного класса»: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук / С. С. Морусов. Белгород, 2022. 28 с.

21. Бабаян К. Б. Изменение роли человеческих ресурсов в организациях и тенденции в УЧР в эпоху цифровизации // УПИРР. 2022. № 4. С. 5-9.

Статья поступила в редакцию 01.03.24 г.

*Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*