

РОЛЬ РОССИЙСКОГО КРЕАТИВНОГО КЛАССА В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

THE ROLE OF THE RUSSIAN CREATIVE CLASS IN THE DEVELOPMENT OF MODERN SOCIETY

ПОЛУЧЕНО 30.09.2023 ОДОБРЕНО 05.10.2023 ОПУБЛИКОВАНО 25.10.2023

УДК 316.35 DOI 10.12737/2305-7807-2023-12-5-31-35

**СЕДЛЕЦКИЙ А.В.***Канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры социологии и управления персоналом, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», г. Пенза***SEDLITSKY A.V.***Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Sociology and Personnel Management, Penza State University, Penza***e-mail:** alexsus_75@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию причин зарождения креативного класса в условиях постиндустриального общества. Рассматривается место и роль, которую играет креативный класс в современном обществе. Значение креативного класса состоит в том, что рост его численности и расширение его влияния на общество приводит к тому, что внедрение достижений научно-технического прогресса в общественное производство происходит более быстрыми темпами. Целью представленного в статье исследования является изучение особенностей креативного класса в условиях современного российского общества. Научная новизна исследования состоит в обосновании взаимосвязи появления креативного класса с формированием и развитием постиндустриального общества. К работникам постиндустриального общества предъявляются новые требования, основным из которых становится креативность. В социуме формируется объективная потребность в активизации и поощрении творческих способностей человека. Практическая ценность исследования состоит в формировании предпосылок для разработки методов и технологий мотивации представителей российского креативного класса с учетом его особенностей и стилей поведения.

Ключевые слова: креативный класс, постиндустриальное общество, общество знания, творчество, меритократия.

Abstract

The article is devoted to the study of the causes of the emergence of the creative class in a post-industrial society. The place and role that it plays in modern society is considered. The importance of the creative class lies in the fact that the growth of its number and the expansion of its influence on society leads to the fact that the introduction of scientific and technological progress in public production is happening at a faster pace. The purpose of the research presented in the article is to study the features of the creative class in the conditions of modern Russian society. The scientific novelty of the research consists in substantiating the relationship between the emergence of a creative class and the formation and development of a post-industrial society. New requirements are being imposed on employees of post-industrial society, the main of which are creativity. An objective need to activate and encourage a person's creative abilities is being formed in society. The practical value of the research consists in the formation of prerequisites for the development of methods and technologies for motivating representatives of the Russian creative class, taking into account its characteristics and behavioral styles.

Keywords: creative class, post-industrial society, knowledge society, creativity, meritocracy.

ВОЗНИКНОВЕНИЕ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Д. Белл в конце 1960-х — начале 1970-х годов предложил к рассмотрению теорию постиндустриального общества. Понятие «постиндустриальное общество» быстро вошло в научный лексикон. Самым значимым фактором производства в данном обществе, по мнению многих ученых, становятся наука и исследования. Ведущая роль индустриализации в народном хозяйстве постепенно снизилась вследствие повышения технологизации производства.

На успешное функционирование постиндустриального общества оказало значимое воздействие накопление и реализация знаний в обществе. На рис. 1 показано базовое противоречие, лежащее в основе смены индустриального общества постиндустриальным.

Повышение творческой энергии работников столкнулось с отсутствием возможности ее реализации в жестко регламентированном индустриальном обществе [1].

ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ КРЕАТИВНОГО КЛАССА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

Зарождение постиндустриального общества было связано с определенными объективными предпосылками (рис. 2).

По мнению Д. Белла, «постиндустриальное общество — это общество, в экономике которого приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышению качества жизни; в котором класс технических специалистов стал основной профессиональной группой и, что самое важное, в котором внедрение нововведений во все большей степени зависит от достижений теоретического знания. Постиндустриальное общество предполагает возникновение интеллектуального класса, представители которого на политическом уровне выступают в качестве консультантов, экспертов или технократов» [1, с. 50].

На рис. 3 представлены причины, которые лежали в основе формирования креативного класса как нового веду-



Рис. 1. Базовое противоречие, лежащее в основе смены индустриального общества постиндустриальным



Рис. 2. Обстоятельства формирования постиндустриального общества

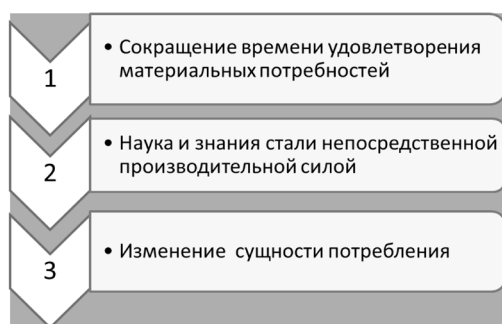


Рис. 3. Причины становления нового ведущего производительного класса в постиндустриальном обществе — креативного класса

шего производительного класса постиндустриального общества.

ПРИЗНАКИ КРЕАТИВНОГО КЛАССА

Представители креативного класса отличаются следующими признаками.

Во-первых, главной ценностью является креативное мышление, индивидуальность, значимость собственных заслуг. Креативный труд связан с творческим, нестандартным мышлением. Такой труд и составляет основу деятельности креативных работников.

Во-вторых, представители креативного класса показывают значимую предрасположенность, их характеризуют открытость и разнообразие. Представители креативного класса отличаются тем, что для них свойственно частая перемена места жительства и работы. Такая характерная черта креативного класса, как открытость и разнообразие, характерна для творческих работников, которые имеют высокий уровень образования.

В-третьих, значимость собственных умений и навыков высоко ценится креативным классом. Для креативных работников значимо стремление к профессиональному росту на основе развития индивидуальных усилий и способностей. Личные заслуги и способности высоко ценятся представителями креативного класса. Уважение к личным успехам у креативных работников ценится даже выше, чем финансовое положение в обществе или количество денег, которые они зарабатывают.

В-четвертых, представители креативного класса полагают, что справедливым принципом управления обществом является не бюрократия и технократия, а меритократия [8].

Понятие меритократии пришло из западной политологии. Под этим термином понимается общество, в котором для осуществления управления избираются самые достойные граждане на основе индивидуальных способностей и заслуг [3, с. 210].

Некоторые современные социологи считают, что меритократия является неотъемлемым элементом «постиндустриального общества». Данный принцип меритократии способен модернизировать классовую структуру современного общества [5, с. 276].

Для того чтобы дать определение креативного класса, должен быть сформулирован общий подход. По данному вопросу у ученых имеются разные мнения. Тем не менее все исследователи полагают, что креативный класс одним из первых способствует генерации идей, созданию новых продуктов, внедрению технологий. Он также может содействовать социально-экономическому росту организаций, городов, регионов и государств [6].

В данном исследовании креативным классом следует считать интеллектуалов, занятых творческой работой. В данную группу входят работники сферы высоких технологий (цифровые технологии, дизайн, шоу-бизнес), а также креативных сфер деятельности (культура, искусство, музыка, живопись).

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО КРЕАТИВНОГО КЛАССА

В целях изучения масштабов, структуры, динамики и других характеристик российского креативного класса группа ученых Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» использовала классификацию творческих профессий. Данная классификация была разработана с учетом зарубежных практик.

База Международной стандартной классификации занятий (профессий) (International Standard Classification of Occupations, ISCO-08) явилась основой для формирования профессиональных групп креативных работников.

Российский креативный класс в 2017 г. составлял 2,5 млн человек, а в 2021 г. стал составлять 3,4 млн человек. За пять лет численность креативных работников увеличилась на 900 тыс. человек.

Повышение численности креативного класса наблюдалось в период 2017–2020 гг. Пандемия негативно повлияла на рост креативного класса. В период 2020–2021 гг. рост числа представителей креативного класса заметно замедлился. Тем не менее в креативных индустриях число пред-



Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Рис. 4. Численность креативного класса в России

ставителей творческих профессий увеличилось на 3,4%. В традиционных отраслях увеличение численности произошло всего лишь на 1,6%.

Следует также отметить активное проникновение креативных работников в торговлю, промышленность и другие отрасли народного хозяйства, находящиеся за границами креативных индустрий.

В развитых зарубежных странах сохраняются подобные тенденции.

Состав российского креативного класса очень неоднороден (рис. 5). 68% опрошенных — это представители десяти творческих профессий, 43,4% — являются профессионалами в сфере маркетинга и рекламы. 19% опрошенных относятся к категории специалистов по программному обеспечению.

Представители современных профессий оказывают самое значимое влияние на рост креативной экономики. Доля работников традиционных профессий неуклонно снижается (3,5% — специалисты архивов и музеев, музыканты, 2% певцы и композиторы).

Концентрация российского креативного класса самая высокая в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодарском крае, Республике Татарстан и др. (табл. 1).

В таких регионах, как Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Республика Татарстан, Новосибирская область и др.), происходил рост креативных индустрий. За последние пять лет там произошло увеличение численности работников творческих профессий.

На основе исследования российского креативного класса можно составить его социально-демографический портрет.

В основном к представителям российского креативного класса можно отнести молодых мужчин в возрасте 25–34 года, имеющих высшее образование.

По данным зарубежных источников, возраст представителей креативного класса — 30–40 лет.

По табл. 2 видно, что удельный вес работников 35–44 лет рос, а в группе до 35 лет, наоборот, снижался. Данное обстоятельство связано со снижением численности молодежи на рынке труда. Из-за демографического кризиса количество занятых в возрасте до 40 лет может снизиться на 25% [4].

Исследование занятости выявило, что для российского креативного класса характерен полный рабочий день и 40-часовая рабочая неделя. В противоположность этому Р. Флорида в своей книге указал на ненормируемый и гибкий рабочий график работников творческого труда [10, с. 86].

Данное отличие занятости российского креативного класса от зарубежного связано с тем, что большинство российских работников трудятся в государственном секторе. В частных компаниях в основном наблюдается «офисный режим» работы. Порядка 50% креативных работников работали по профессии [9].

Это говорит о том, что знание и опыт креативных работников позволяет им реализоваться в творческой работе. Профильное образование не является обязательным условием успеха.

Существуют профессии, где требуются прикладные навыки. К подобным профессиям относятся профессия ху-



Рис. 5. Численность креативного класса в России в 2021 г., %

Таблица 1

**Наиболее крупные региональные кластеры креативных профессий,
% от общей численности занятых в творческих профессиях**

Субъект РФ	2017	2018	2019	2020	2021
Москва	25.6	25.7	24.6	25.9	25.1
Московская область	7.4	7.2	7.4	7.9	8.0
Санкт-Петербург	6.2	7.1	7.6	7.4	7.9
Краснодарский край	2.7	2.6	2.5	2.4	3.2
Республика Татарстан	2.3	2.5	2.6	2.7	2.5
Свердловская область	2.0	1.9	2.5	2.2	2.5
Новосибирская область	1.8	1.7	2.0	2.0	2.3
Ростовская область	2.3	2.1	2.3	2.3	2.2
Нижегородская область	2.5	2.5	2.1	2.0	2.2
Самарская область	3.4	2.6	2.3	2.5	2.1
Республика Башкортостан	1.8	1.7	2.1	1.8	1.9
Челябинская область	2.6	2.6	2.3	1.9	1.7
Красноярский край	1.4	1.3	1.4	1.5	1.4
Пермский край	1.3	0.9	1.1	1.2	1.2

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

Таблица 2

**Демографические особенности российского креативного класса,
% от общей численности занятых в творческих профессиях**

		2017	2018	2019	2020	2021
Пол:	мужской	56.1	56.8	55.7	54.9	55.4
	женский	43.9	43.2	44.3	45.1	44.6
Возраст, лет:	15–24	6.1	6.0	6.0	5.5	5.8
	25–34	42.2	41.3	42.0	40.4	39.5
	35–44	25.5	25.4	26.5	28.2	28.4
	45–54	17.0	17.2	15.7	15.8	16.1
	55–64	8.2	8.6	8.4	8.3	8.7
	старше 65	0.9	1.4	1.4	1.7	1.5
Образование:	высшее – специалитет, магистратура	72.3	69.7	67.1	67.1	66.4
	среднее профессиональное	21.8	23.9	25.2	25.5	26.0
	среднее общее	6.0	6.4	7.7	7.4	7.6

Источник: ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата.

дожника- оформителя, кузнеца, дизайнера. Для реализации целей и задач исследования у выпускников учреждений высшего и среднего профессионального образования оценивалась значимость различных качеств креативных работников. Приоритетными по важности стали такие качества, как цифровые компетенции, умение работать с документами. Данные компетенции оказались наиболее востребованными [7, с. 129].

Такие навыки, как стрессоустойчивость, умение генерировать идеи, навыки принятия решений, способность работать в многозадачном режиме, являются универсальными и наиболее востребованы у креативного класса.

Следует отметить, что навыки самоконтроля и организации у выпускников развиты в недостаточной степени. Значимость данных навыков связана с тем, что при реализации творческой деятельности часто приходится оперативно принимать решения и работать в многозадачном режиме [11, с. 72].

Выпускники обладают определенными характеристиками, которые влияют на проявление базовых или универсальных компетенций. У работников с высшим образованием бывает меньше проблем с реализацией профессиональных компетенций.

Данная ситуация связана с тем, что развивать профессиональные компетенции могут такие характеристики работников, как стремление к обучению и высокий уровень интеллекта [2, с. 6].

Следует отметить, что у обучающихся на бюджетной основе в Москве и Санкт-Петербурге в меньшей степени проявляется недостаток навыков работы с деловой документацией. Это обстоятельство также относится к состоящим в браке и работающим по специальности. У мужчин творческих профессий в меньшей степени проявляется дефицит основных цифровых навыков.

Это обстоятельство подтверждается многими исследованиями, которые продемонстрировали, что мужчины опере-

жали женщин по применимости информационно-коммуникационных технологий и компьютерных навыков.

Мужчины, прошедшие обучение на бюджетной основе и работающие по специальности, менее часто сталкивались с проблемами реализации базовых теоретических компетенций.

Анализируя универсальные навыки, нужно отметить, что умение трудиться в многозадачном режиме находится в прямой зависимости от увеличения времени работы. Мужчины креативных профессий оказались менее подвержены воздействию стрессов, чем женщины. Трудовой стаж, опыт работы способствует выработке такого качества, как стрессоустойчивость, умению работать в напряженных ситуациях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society. The Public Interest. — 1967. — No 7. — P. 102.
2. Бабаян К.Б. Изменение роли человеческих ресурсов в организациях и тенденции в эпоху цифровизации // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2022. — Т. 11. — № 4. — С. 5–9.
3. Волков Ю.Г., Барбашин М.Ю., Барков Ф.А., Крамарова Е.Н., Сериков А.В., Хачецуков З.М. Становление социальной идентичности креативного класса в современной России. — Ростов-на-Дону: МАРТ, 2013. — 210 с.
4. Гимпельсон В.Е. Почему с сорока лет зарплата начинает снижаться? <https://rg.ru/2021/05/06/pochemu-s-soroka-let-zarplata-nachinaet-snizhatsia.html> (дата обращения: 30.07.2022).
5. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. — М.: Логос, 2000. — С. 281.
6. Иноземцев В.Л. «Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе // Социс. — 2000. — № 6. — С. 25.
7. Полутин С.В., Седлецкий А.В. Предпосылки формирования инновационного поведения в современном обществе: региональный аспект // Регионология. — 2015. — № 2 (91). — С. 127–136.
8. Рябкова С.А. Классовая трансформация в постиндустриальном обществе: причины и последствия // НК. — 2016. — № 4.
9. Соболевская А.А., Попов А.К. Постиндустриальная революция в сфере труда. — М.: ИМЭМО РАН, 2009 — 205 с.
10. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. — М.: Классика-XXI, 2005. — С. 84–100.
11. Шанина Е.В., Седлецкий А.В. Новые требования к человеческим ресурсам в условиях информационного общества // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2022. — Т. 11. — № 4. — С. 70–73.

REFERENCES

1. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. — 1967. — No 7. — P. 102.
2. Babayan K.B. The Changing Role of Human Resources in Organizations and HRM Trends in the Digital Age. Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii [Human resources and intellectual resources management in Russia], 2022. — No 4. — P. 5–9 (in Russian).
3. Volkov Yu.G., Barbashin M.Yu., Barkov F.A., Kramarova E.N., Serikov A.V., Hachecukov Z.M. Stanovlenie social'noj identichnosti kreativnogo klassa v sovremennoj Rossii [The Formation of the Social Identity of the Creative Class in Modern Russia]. — Rostov-on-Don, Publishing house «MART», 2013. — P. 210.
4. Gimpel'son V.E. Pochemu s soroka let zarplata nachinaet snizhat'sya [Why do salaries start dropping at age 40?] Available at: <https://rg.ru/2021/05/06/pochemu-s-soroka-let-zarplata-nachinaet-snizhatsia.html> (accessed 30 July 2022).
5. Inozemcev V.L. Sovremennoe postindustrial'noe obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy [Modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects]. — M.: Logos, 2000. — 281 p.
6. Inozemcev V.L. «Class of intellectuals» in post-industrial society. Socis [Socis]. — 2000. — No 6. — P. 25. (in Russian)
7. Polutin S.V., Sedletsky A.V. Preconditions for the Formation of Innovative Behavior in Modern Society: Regional Aspect. Regionologiya [Regionology]. — 2015. — No 2(91). — P. 127–136. (in Russian)
8. Ryabkova S.A. Class Transformation in Post-Industrial Society: Causes and Consequences. NK [NK]. — 2016. — No 4.
9. Sobolevskaya A.A., Popov A.K. Postindustrial'naya revolyuciya v sfere truda [Post-industrial revolution in the world of work]. — M.: IMEMO RAN, 2009. — 205 p.
10. Florida R. Kreativnyj klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee [Creative class: people who change the future]. — M.: Publishing house «Classic-XXI», 2005. — 84–100 p.
11. Shchanina E.V., Sedletsky A.V. New requirements for human resources in the information society. Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii [Human resources and intellectual resources management in Russia]. — 2022. — No 4. — P. 70–73. (in Russian)

Жеребина Е., Муравлева Е.

КАДРЫ РЕШАЮТ. КАДРЫ МЕШАЮТ

М.: СилаУма-Паблицер, 2022, 246 с.

Залог успеха любой компании — ее сотрудники. Их поиск, отбор, наем, обучение, мотивация. Самая большая проблема любой компании — ее сотрудники. Их поиск, отбор, наем, обучение, мотивация. А также дисциплина, трудовые споры, наказания и увольнение. Не так уволили — бывший сотрудник идет в суд, компанию штрафуют. Не так предложили работу — несостоявшийся сотрудник идет в суд, компанию штрафуют. Не так оформили — приходит проверка, компанию штрафуют. Что-то не то с оплатой труда — приходит трудовая инспекция, компанию штрафуют. Нет нужной бумаги. Ну, вы поняли. А ведь еще нужно ставить задачи, мотивировать, поощрять, проводить корпоративы, применять санкции, следить за трудовой дисциплиной и при этом как-то ухитриться вести бизнес, желательно прибыльный. Эта книга если и не решит все ваши проблемы, касающиеся работы с сотрудниками, то гарантированно снизит их количество. Бизнес-консультант и предприниматель Екатерина Жеребина и юрист Екатерина Муравлева каждая со своей стороны рассмотрели все типовые моменты, связанные с персоналом, разобрали возможные затруднения и дали профессиональные советы, как выйти из спорных ситуаций с наименьшими потерями, и главное, как их по возможности избежать.

