креатив – это класс!

креативный класс – движущая сила постиндустриального общества

Определяющим фактором экономического роста и создания добавленной стоимости в современной экономике является широкомасштабное внедрение инноваций в производство и всеобъемлющая его интеллектуализация. Интеллектуальная собственность, знания, информация, меновые стоимости современного производства являются основной и определяющей частью всего производственного и общественного капитала и обеспечивают экономический рост постиндустриальной экономики. При этом интеллектуальная собственность тесно связана с человеком, главной производительной силой. Именно посредством человеческого труда по мере его совершенствования происходит развитие и улучшение производства и обеспечивается воспроизводственный процесс на все более высоком уровне.

Основным противоречием, лежащим в основе перехода от индустриального к постиндустриальному обществу, является разногласие между творческими ограничениями промышленной, организационной эпохи и объективной потребностью общества в активизации и поощрении творческих способностей человека. Это противоречие проявляется между высоким креативным потенциалом и бюрократической и зарегламентированной системой индустриального общества, между креативностью и жестким контролем.

Между тем переход к инновационно-информационной фазе в развитии общества определяется рядом объективных обстоятельств.

Во-первых, наука превратилась в непосредственную производительную силу, источник и импульс технологических перемен.

Во-вторых, произошли глубокие преобразования всех компонентов и факторов производства: средств и предметов труда, источ-

Савина М.В.
канд. экон. наук, доцент кафедры политической экономии и международных экономических отношений Российского государственного социального университета, г. Москва

наука превратилась в непосредственную производительную силу, источник и импульс технологических перемен

ников энергии, технологии и организации производства, коммуникации и связи, управления.

В-третьих, совершились существенные изменения в материально-технической базе науки, образования, медицины, культуры и других отраслей экономики.

Такие глубокие преобразования в средствах производства постиндустриального общества не могли не затронуть и главную производительную силу – человека: основным источником прогресса человечества на этапе постиндустриального общества становится творчество как деятельность, в результате которой создается качественно новый, уникальный продукт, и служит основой формирования креативного класса. В этой связи наиболее ценными и значимыми качествами работников являются их высокий образовательный и профессиональный уровень, интеллектуальный и креативный потенциал.

Главная задача креативного класса в современном обществе – порождать новые, необычные, нестандартные идеи, быстро и эффективно находить решения проблемных ситуаций, задач социально-экономического развития, основанных на нетрадиционных схемах мышления. Креативность превратилась в основной источник конкурентного преимущества. Поэтому работодатели креативность ценят все выше и стараются поощрять и использовать ее при помощи различных приемов.

Справедливости ради следует отметить, что креативность как экономическая сила существовала на протяжении всей истории человечества. Именно благодаря ей были совершены все открытия и достижения в различных сферах человеческой деятельности, в том числе и в экономике.

Экономическая потребность современного общества в креативном классе в постиндустриальную эпоху становится таким же объективным явлением, как и экономическая потребность индустриальной эпохи в инженерно-технических кадрах и менеджерах, в квалифицированных рабочих и техниках,

креатив это класс!

а доиндустриальной – в ремесленниках, купцах, торговцах, крестьянах.

Основываясь на данных о роде занятий по основным профессиональным группам занятых в экономике, в современной науке выделяются следующие профессиональные группы, определяющие принадлежность занятых к тем или иным основным общественным классам:

- рабочий класс;
- обслуживающий класс;
- класс работников сельскохозяйственного труда.

Кроме традиционных общественных классов наукой все чаще упоминается *новый общественный класс – креативный*. С одной стороны, в большинстве своем это наемный класс, живущий своим трудом. С другой – класс, осознающий свою особую значимость и требующий к себе особого уважения. Известно, что капитал вознаграждается гораздо больше, чем труд, если говорить о доходах на производственные ресурсы. Но вознаграждение труда творческого (речь о креативном труде) гораздо выше, чем труда простого наемного работника. Оно практически приравнивается к цене труда менеджеров высшего звена. А это значит, что и труд как производственный ресурс может быть вознагражден очень высоко. Есть к чему стремиться наемному работнику: кто умеет хорошо работать, тот достойно живет. В конце концов, креативным может стать любой труд, главное, творчески трудиться и относиться к своей и чужой работе с уважением и достоинством.

Основными признаками представителей креативного класса являются:

1) содержание трудовой деятельности рассматриваемого класса в основном составляет творческий труд, берущий свое начало в творческом, нестандартном, нетрадиционном, оригинальном мышлении;

2) представители креативного класса демонстрируют индивидуальное своеобразие, самоутверждение, открытость;

3) в креативном классе высоко ценится и признается важность личных способностей и заслуг;

основным источником прогресса человечества на этапе постиндустриального общества становится творчество как деятельность

4) креативный класс своей деятельностью устраняет бюрократию и технократию;
5) представители креативного класса зарабатывают средства к своему существованию, создавая и разрабатывая новационный продукт самостоятельно, тогда как представители рабочего и обслуживающего классов главным образом выполняют работы в соответствии с доведенными до них планами и заданиями.

Моделью современной классовой структуры постиндустриального общества могут служить США. В начале века креативный класс Америки составлял примерно треть всей рабочей силы. Превосходство американцев в креативных областях в гораздо большей степени, чем даже рост производительности труда, стало основной причиной усиления их позиций в международной конкуренции.

На пороге вхождения России в постиндустриальное общество к представителям креативного класса можно отнести около 20 млн человек. По абсолютному числу «креативных работников» нашей стране принадлежит второе место в мире после США.

Однако в российском обществе существуют реальные проблемы и помехи для развития креативного класса.

Одна из них – это миграция представителей класса, квалифицированных специалистов высокотехнологичных отраслей, творческой интеллигенции, талантливых менеджеров и финансистов за рубеж, которая приводит к серьезной утрате Россией ее интеллектуального, творческого, научного, научно-технического потенциала и обрекает ее на дальнейшее развитие наиболее капиталоемких топливно-сырьевых отраслей. По оценкам экспертов, только за период с начала рыночных преобразований страна потеряла примерно одну треть своего научного потенциала. Среди потерь как представители научных школ, имеющих мировой уровень (математические, естественные, технические, гуманитарные науки), так и многих других направлений. Причем, из страны уезжают, как правило, молодые ученые, что ведет к существенному росту среднего возраста

креативность превратилась в основной источник конкурентного преимущества

креатив – это класс!

научных работников. Потеря высококвалифицированных специалистов креативного класса оборачивается тем, что российское общество, затратив значительные финансовые ресурсы на подготовку ученых, менеджеров, специалистов, банкиров, представителей творческой интеллигенции, не только не получило ожидаемой отдачи в виде возможности нормального развития страны и общества в будущем, но и безвозвратно потеряло затраченные средства.

Однако в стране происходят существенные мировоззренческие сдвиги, благотворно влияющие на формирование внутреннего потенциала общества, в том числе и креативного класса. Это должно стать магистралью развития, направленной на совершенствование и постоянный поиск баланса между динамично развивающимися и совершенствующимися средствами производства, с одной стороны, и умениями и возможностями работников эффективно использовать эти средства производства в целях удовлетворения все возрастающих потребностей общества, с другой.

по абсолютному числу «креативных работников» нашей стране принадлежит второе место в мире после США

Литература

1. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М.: Логос, 2000.
2. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. – М.: Наука, 1987.
3. Лэндри Ч. Креативный город. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2006.
4. Попова Ю. Остров олимпийской утопии // Эксперт. – 2007. – №40. – 29 октября-4 ноября.
5. Роденков В.А. Развитие корпоративной системы повышения квалификации кадров.
6. Россия в цифрах. 2007: Крат.стат.сб. / Росстат. – 2007.
7. Управление персоналом. – 2001. – № 10.
8. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.