

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
имени М.В. ЛОМОНОСОВА  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

*На правах рукописи*

**Степанова Тамара Дмитриевна**

**Экономические основания формирования креативного класса**

Специальность 5.2.1 – Экономическая теория

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Москва 2022

Работа выполнена на кафедре политической экономии  
экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

**Научный руководитель** *Бузгалин Александр Владимирович* – доктор экономических наук, профессор

**Официальные оппоненты** *Миропольский Дмитрий Юрьевич* – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой общей экономической теории и истории экономической мысли Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет"

*Толкачев Сергей Александрович* – доктор экономических наук, профессор, первый заместитель руководителя департамента экономической теории Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

*Хабибуллина Зенфира Рафкатовна* – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Института нового индустриального развития им. С.Ю. Витте

Защита состоится «20» декабря 2022 г. в «17» час. «40» минут на заседании диссертационного совета МГУ.052.2 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, МГУ, дом 1, строение 46, экономический факультет, ауд. П 8. E-mail: msu.08.01@econ.msu.ru.

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский просп., д. 27) и на сайте ИАС «ИСТИНА»: <https://istina.msu.ru/dissertations/505198090/>.

Автореферат разослан «    » ноября 2022 г.

Ученый секретарь диссертационного  
совета, кандидат экономических наук



Т.В. Гудкова

## **I. Общая характеристика работы**

### **Актуальность темы исследования**

Качественные изменения в технологиях второй половины XX века обусловили необходимость коренного изменения социально-экономического качества работника, творческий потенциал которого становится определяющим фактором развития экономики и общества. Несмотря на то, что проблема природы творческого труда не нова для философии и экономической теории, особое внимание к ней развивается в последние десятилетия, что обусловлено объективным процессом возрастания роли этого качества: наукоемкое производство, креативный бизнес, управление, маркетинг и другие сферы общественного воспроизводства в 21 веке стали зависеть во все большей степени от меры задействования творческого потенциала работников, доля которых за последнее столетие выросла в наиболее развитых в технологическом отношении странах до 35-50%<sup>1</sup>. Многочисленные публикации на эту тему в 21 веке, ставшие особенно активными после выхода книги Р. Флориды, назвавшего творческих работников креативным классом, отражают этот объективный тренд (количество упоминаний в Scopus словосочетаний «creative class» или «creative labour» выросло от нескольких в год в 1980-е годы до более 800 в последнее время). И хотя первоначальный интерес был проявлен социологами, в настоящий момент творческий труд занимает немаловажное место и в экономической теории.

Однако несмотря на многочисленные работы посвященные изучению состава других количественных характеристик креативного класса, во всех работах (за редким исключением отечественных авторов) отсутствует не только системный подход к изучению этого феномена в пространстве развития производительных сил и производственных отношений, но и четкое понимание используемой терминологии: почти все определения креативного класса объясняют только первую часть данного словосочетания, забывая про вторую. Такой анализ можно охарактеризовать как односторонний и даже поверхностный, учитывая роль творческого труда в экономике: последний отличается высокой производительностью, новаторством, всеобъемлющим развитием – начиная с создаваемого блага и заканчивая формированием творческого потенциала самого работника и развитием культуры, воспитанием всех членов общества.

В силу этого социально-экономические основания формирования, развития и роли креативного класса остаются малоизученными и требуют специального рассмотрения с позиций фундаментальной экономической теории. Это принципиально важно, т.к. адекватное

---

<sup>1</sup> Посчитано на основе данных Международной организации труда: Employment by Occupation. International Labour Organization (ILOSTAT). [Electronic resource]. – Available at: [https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer45/?lang=en&segment=indicator&id=EMP\\_TEMP\\_SEX\\_OC2\\_NB\\_A](https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer45/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_TEMP_SEX_OC2_NB_A) (accessed 28.09.2021).

теоретическое отображение природы и противоречий развития творческого труда в современной экономике является одной из фундаментальных предпосылок развития креативного потенциала человека и инновационного развития экономики на базе прогресса высоких технологий.

Все это обуславливает актуальность данной диссертационной работы, посвященной изучению экономических оснований возникновения креативного класса в контексте социально-экономических трансформаций современного общества.

### **Степень научной разработанности проблемы**

Проблемы и перспективы развития творческого потенциала особенно активно стали обсуждаться научным сообществом с начала нового тысячелетия. Только по данным базы Scopus количество работ по этой теме растет не меньше, чем на 15% ежегодно. Нужно отметить, что есть существенная разница между западными и отечественными исследованиями. В работах европейских и американских авторов делается упор на анализ креативного класса с использованием математического моделирования, ввиду чего в этих работах в большей степени изучается вопрос принадлежности работников к творческим профессиям, их распределение по территории и влияние их деятельности на те или иные социально-экономические показатели. В исследованиях российских авторов просматривается упор на теоретическую базу, проработку методологии.

В рамках данной работы интересны несколько ключевых направлений<sup>2</sup>. В первую очередь это исследования, объясняющие происхождение и черты креативного класса, - этот вопрос разрабатывали Р. Флорида, К. Мелландер, Э. Каррид-Халкетт, К. Столарик (в традициях неоклассической школы), М. Лаззарато. Исследованию содержания креативной деятельности и специфики ее субъекта посвящены работы А. Горца, А. Фримана, О.Н. Мельников и С.С. Насибян и др., а также А.В. Бузгалина, А. И. Колганова, М.Ю. Павлова, В.Л. Иноземцева, Я.В. Григорова, использующих системный политэкономический подход.

Для исследования факторов, сдерживающих развитие креативного класса, потребовался анализ литературы, представляющий критический взгляд на предметную область. В этом ключе работали Н. Клифтон, М. Бонтъе, С. Мустерд, Д. Пек, М. Донеган, О.В. Золотарев, В.С. Мартьянов.

Наибольшее количество работ в рассматриваемой сфере посвящено исследованию влияния креативного класса на различные сферы экономики. Эти исследования базируются, как правило, на широком использовании методов экономико-математического моделирования. К

---

<sup>2</sup> Полный список авторов, чьи идеи помогли развитию темы данного исследования, представлен в основном тексте работы.

этому блоку относятся работы о плотности распределения креативного класса, о его влиянии на различные социально-экономические индикаторы, о взаимодействии данного класса с другими группами и о социальных интересах творческих работников. Эти вопросы исследуют Р. Флорида, Р. Мартин, К. Мелландер, Э. Каррид-Халкетт, К. Столарик, М. Бонтье, С. Мустерд, М. Лоренцен, К.В. Андерсен, К. Кинг, К. Чжао, Р. Бошма, Х. Ю, К. Би, Т. Бюттнер, Э. Джанеба, Д. Фоссен, Р. Штернберг, К. Альфкен, Т. Гейб, Г. Хугстр, Н. Ли, А. Родригес-Позе, С.Ю. Ли, Э. Стэм, К. Т. Смайли, В. Рашинг, М. Скотт, Ю. Рао, Д. Дай, А. Пилясов, О. Колесникова, И.Н. Шафранская, Е.Б. Мостовая, И. Стародубровская, Д. Лободанова.

Несмотря на представленный объем работ, специальное системное исследование экономических основ формирования креативного класса в настоящее время отсутствует, что обуславливает теоретическую значимость данной диссертационной работы.

### **Цель и задачи исследования**

Цель работы – раскрыть экономические основания возникновения и развития креативного класса при помощи политико-экономического инструментария. Достижение поставленной цели обусловило постановку и решение следующих задач:

1. Критически обобщить существующие трактовки понятия «креативный класс» и дать его авторское определение на основе использования политико-экономического подхода.
2. Выделить экономические основы формирования креативного класса, показав место креативных работников в системе производительных сил и производственных отношений; раскрыть экстенсивный и интенсивный типы воспроизводства креативного класса.
3. Выявить факторы, обуславливающие прогресс и сдерживающие развитие креативного класса и показать обусловленное этим противоречие его воспроизводства.
4. Уточнить уровень развития креативного класса в современном мире и в России и оценить влияние развития креативного класса на экономическую стабильность и ВВП.
5. Предложить практические меры по экстенсивному и интенсивному развитию креативного класса в России.

### **Объект и предмет исследования**

Объектом исследования является креативный класс как актор производительных сил и производственных отношений. Предмет исследования – экономические основания формирования креативного класса.

## **Научная новизна исследования**

1. Показана эволюция трактовки категории «креативный класс» различными школами экономической мысли и предложено оригинальное определение этого понятия. В противоположность господствующим определениям креативного класса на основе указания индивидуальных качеств креативных работников и перечня креативных профессий, обосновано понимание содержания этой категории, исходящее из политико-экономического подхода к определению сущности творческого труда. Креативный класс определен как 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.

2. Раскрыты объективные экономические основания формирования креативного класса, обусловленные особенностями современного этапа развития производительных сил и производственных отношений: их динамика определяет возрастающую роль творческого содержания труда и креативного потенциала работников, что обуславливает количественный рост креативного класса и качественное изменение его роли в общественном воспроизводстве. Выделены экстенсивный (количественный рост числа занятых творческим трудом) и интенсивный (возрастание роли креативных работников в социально-экономическом развитии) типы воспроизводства креативного класса.

3. Показана противоречивость формирования креативного класса: с одной стороны, возрастание роли творческой деятельности и обусловленный этим рост креативного класса стимулируют прогресс экономики, с другой стороны, этот прогресс тормозится процессами коммерциализации и бюрократизации креатосферы и ростом сферы производства товаров-симулякров, что ограничивает использование творческой деятельности как фактора технологического и социально-экономического прогресса. Предложена авторская систематизация факторов, тормозящих прогресс креативного класса: они делятся на социально-экономические, экономико-правовые, политические и культурные. Особо выделяется институциональная сторона этих факторов.

4. Выделены основные тренды эволюции и уточнены данные, характеризующие развитие креативного класса в современной мировой экономике и в России, на основе анализа мировых статистических данных и результирующей его эконометрической модели. Дополнительно аргументированы предположения о большей экономической устойчивости креативного класса, по сравнению с другими социальными слоями трудящихся и о значимости распространения творческой деятельности для экономического развития.

5. Выработана учитывающая специфику российской экономики система рекомендаций по созданию социально-экономических условий для прогресса креативного класса. Выделены

экстенсивные и интенсивные методы расширенного воспроизводства креативного класса. К первым относится общественно-государственное регулирование миграции творческих профессионалов, ко вторым – меры по развитию социально-экономической базы расширенного воспроизводства креативного класса в России, позволяющие снять тормозящие его прогресс факторы. В частности, предложены меры по реформированию социальной инфраструктуры, образования, науки и культуры, создающие предпосылки для прогресса креативного класса и повышения его роли в обеспечении социально-экономического развития.

### **Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования**

**Теоретическая значимость** состоит в комплексном исследовании экономических основ формирования и развития креативного класса. Особое значение имеет подход к исследованию творческих профессионалов в рамках системы производительных сил и производственных отношений, который позволил (1) показать значение творческого труда как основы формирования и воспроизводства креативного класса, (2) раскрыть противоречия воспроизводства креативного класса в современных условиях и (3) выделить направления экстенсивного и интенсивного расширенного воспроизводства креативного класса.

**Практическая значимость** работы состоит в том, что на основе проделанного теоретического анализа предложена система мер, позволяющая содействовать снятию сдерживающих развитие креативного класса факторов в экономике России, включающая стимулирование повышения доли молодых сотрудников в научной сфере, снижение оттока креативных профессионалов в симулятивный сектор, развитие инфраструктуры для управления миграциями креативного класса и др. На основе критического анализа мер по развитию креативного класса, предлагаемых зарубежными исследователями, составлены практические рекомендации по смещению акцента с удовлетворения «уникальных» потребностей креативного класса на развитие творческого потенциала.

Материалы диссертации могут быть использованы при подготовке системы мер в области экономической политики, направленных на количественное и качественное развитие креативного класса и интенсификацию использования его влияния на экономическое развитие, а также в рамках преподавания таких курсов, как «Экономика труда», «Прикладная политическая экономия», «Экономика социальной сферы», «Теория и практика экономического развития», «Экономика устойчивого развития».

### **Методы исследования**

Данная работа базируется на методологии различных школ экономической теории с использованием присущего им уникального категориального аппарата. Однако в большей

степени автор опирается на подход классической политической экономии с использованием значимых элементов неоклассической экономической теории и институционального подхода.

Используются анализ и синтез, метод научных абстракции, исторический и логический метод, индукция и дедукция, статистический метод, экономико-математическое моделирование, системный метод и диалектический метод.

### **Информационная база исследования**

Информационной базой диссертационной работы являются фундаментальные и прикладные научные работы, в т.ч. статьи в высокорейтинговых научных журналах, в периодических бизнес-изданиях, а также статистические материалы в открытых источниках данных: Creative Class Group, Global Trade Alert, PwC, Всемирный банк (World bank), Конференция ООН по торговле и развитию (UNCTAD), Международная организация труда (ILOSTAT), Российская служба статистики (Росстат).

### **Положения, выносимые на защиту**

**1.** На основе критического анализа трактовок креативного класса выделена основа его формирования – творческое содержание труда. Творческий труд – это всеобщий труд, в процессе которого на основе самомотивации создается новое общественно-значимое благо или отношение. Творческое содержание труда превалирует в деятельности креативных работников, что является их основополагающим признаком.

**2.** Развитие производительных сил и производственных отношений определяет возрастающую роль творческого содержания труда и креативного потенциала работников. В свою очередь рост креативного класса (ввиду ряда особенностей этого социального образования) приводит к трансформации производственных отношений и развитию производительных сил. Внутренняя неоднородность «креативного класса» обуславливает выделение экстенсивного (количественный рост работников, креативно создающих услуги и товары-симулякры) и интенсивного (рост, равномерное распределение и развитие условий труда работников креатосферы) типов его воспроизводства.

**3.** В современной экономике доминирует экстенсивный тип воспроизводства креативного класса. Интенсивное развитие сдерживается проблемами, обусловленными спецификой производительных сил и производственных отношений современной рыночной экономики. Это становится основой противоречий воспроизводства креативного класса. Предложена авторская систематизация факторов, тормозящих прогресс креативного класса: они включают социально-экономические, экономико-правовые (включая институциональные), политические и культурные.



4. Численность потенциального креативного класса в мире в среднем составляет менее половины занятых, что позволяет сделать вывод, что переход к доминированию творческого труда и соответствующего социального слоя находится на начальном этапе. Однако экономико-математические инструменты анализа показали положительное влияние роста креативного класса на уровень ВВП, а также подтвердили стабильность творческих профессионалов перед лицом экономических перемен, что доказывает необходимость дальнейшего развития креативного класса и обуславливает теоретическую и практическую значимость исследования противоречий этого развития и путей их разрешения.

5. Выработана учитывающая специфику российской экономики система рекомендаций по созданию социально-экономических условий для прогресса креативного класса. Основой такого развития является сочетание экстенсивных мер (управление миграцией креативных профессионалов внутри страны через развитие элементов инфраструктуры и культуры, а также препятствованием эмиграции за рубеж через улучшение условий труда) и интенсивных мер (омоложение кадрового состава в научной сфере, воплощение научных достижений на практике, культурная пропаганда, подрывающая идеалы «общества потребления», ограничение роста симулятивного сектора и т.д.).

#### **Степень достоверности результатов**

Достоверность результатов исследования подкреплена несколькими принципами: основные тезисы и выводы диссертационного исследования базируются на основе использования системного подхода; все исследование и аргументация в рамках диссертационной работы построены на использовании достоверных статистических данных, публикуемых в открытых источниках; основные тезисы диссертационного исследования апробированы на международных и российских научных мероприятиях и опубликованы в ведущих рецензируемых научных журналах.

#### **Соответствие диссертации научной специальности**

Диссертационное исследование соответствует следующим пунктам паспорта научной специальности ВАК 5.2.1 - «Экономическая теория»:

1. Общие вопросы развития экономической науки;
2. Категориальный и концептуальный аппарат экономической науки;
3. Методология экономической науки;
4. Экономическая история;
5. Политико-экономические подходы в экономической науке. Теория общественного выбора. Новая политическая экономия;

6. Теоретический анализ экономической политики и государственного регулирования экономики;
7. Междисциплинарные аспекты экономических исследований.

### **Апробация результатов исследования**

Результаты диссертационного исследования были представлены на семинарах, международных научно-практических конференциях и форумах, проходивших в 2019-2022 гг.: VI Международный конгресс «Производство, наука и образование в эпоху трансформаций: Россия в [де]глобализирующемся мире» (ПНО-2019), Москва, 2019 г.; Семинар ИНИР им. С.Ю. Витте «Социализация экономики: человек как продукт и как активный субъект исторического процесса», Москва, 2020 г.; Объединенный международный конгресс СПЭК-ПНО-2020 «Генезис экономики: НТП, диффузия собственности, социализация общества, солидаризм», Москва, 2020 г.; Семинар молодых ученых и студентов на тему «The Crisis of Neoliberal Capitalism: Technology, Human, Education», Москва, 2021 г.; III Московский академический экономический форум (МАЭФ-2021) «Глобальная трансформация современного общества и национальные цели развития России», Москва, 2021 г.; 2021 IPPE annual conference «The Pandemic and the Future of Capitalism», 2021; Пятая ежегодная научная конференция консорциума журналов экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, 2021 г.; VII Санкт-петербургский экономический конгресс (СПЭК-2022) «Новое индустриальное общество второго поколения (НИО.2): проблемы, факторы и перспективы развития в современной геоэкономической реальности», Санкт-Петербург, 2022 г.; Ломоносовские чтения, секция экономических наук «Наука и искусство экономической политики в кризисных условиях», 2022 г., Москва; IV Российский социальный форум (РСФ-2022), 2022 г., Москва; Круглый стол «Прогнозирование будущего: взгляд философов, взгляд экономистов», Москва, 2022 г.

Ключевые результаты исследования также отражены в рамках конкурса на лучшие проекты фундаментальных научных исследований, выполняемых молодыми учеными, обучающимися в аспирантуре («Аспиранты»), Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) по теме «Анализ и развитие креативного труда в России» за 2020-2022 гг.

Основные результаты исследования представлены в 5 опубликованных работах (лично и в соавторстве) в рецензируемых научных изданиях (общий объем – 3,5 п.л., из них личный вклад автора – 3,2 п.л.). Из них 4 статьи (лично и в соавторстве) в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М. В. Ломоносова по специальности (объемом 2,4 п.л., из них личный вклад автора – 2,1 п.л.).

## **Структура и содержание работы**

Структура диссертации определяется целью и поставленными задачами. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы из 142 источников (в том числе 63 источника на иностранном языке) и 3 приложений. Диссертационное исследование состоит из 115 страниц, и в нем содержится 6 таблиц и 9 рисунков.

Диссертационное исследование имеет следующую структуру:

### **Введение**

### **Глава 1. Теоретико-методологические основы развития креативного класса**

1.1 Человеческий капитал, человеческий потенциал и креативный класс

1.2 Развитие концепции креативного труда и её критика

### **Глава 2. Экономическое содержание креативного класса**

2.1 Исследование категории «креативный класс» в экономической литературе

2.2 Предпосылки к формированию креативного класса

2.3 Современный креативный класс: Россия и мир

### **Глава 3. Тенденции и перспективы развития креативного класса в России**

3.1 Влияние динамики креативного класса на социально-экономические показатели

3.2. Влияние динамики креативного класса на экономическое развитие

3.3 Меры экономической политики по развитию креативного класса в России

### **Заключение**

### **Список литературы**

### **Приложения А-В**

## **II. Основные результаты и выводы работы**

**1. На основе критического анализа трактовок креативного класса выделена основа его формирования – творческое содержание труда. Творческий труд – это всеобщий труд, в процессе которого на основе самомотивации создается новое общественно-значимое благо или отношение. Творческое содержание труда превалирует в деятельности креативных работников, что является их основополагающим признаком.**

Прогресс социального слоя, получившего в последние десятилетия имя «креативный класс» и возрастание его роли в развитии экономики, технологий и общества, ставит перед исследователями задачу определения этой категории. Политико-экономический подход позволяет определить социальный слой, называемый «креативным классом» на основе его места в системе общественного воспроизводства, творческого содержания труда. Понимание сущности творчества важно не только с теоретической точки зрения, но и для решения практических задач, построения более четких границ креативного класса, что является предпосылкой дальнейшего развития этой социальной группы.

В литературе господствует определение феномена креативной деятельности, которое базируется на описании индивидуальных качеств работника и отдельных особенностей его ежедневной трудовой деятельности. Так, Р. Флорида, американский экономист и социолог, автор концепции креативного класса, и его последователи (К. Мелландер, Э. Каррид-Халкетт, К. Столарик, Э. Джанеба и др.) дают описательные определения категории. Сначала<sup>3</sup> описывается общая идея отнесения работников к креативному классу: принадлежность к нему трактуется как принадлежность к таким профессиям, в которых люди участвуют в решении сложных проблем, часто требующих большой доли независимого суждения в повседневной работе, а также профессий, требующих высокого уровня образования и/или человеческого капитала. В частности, креативный класс включает следующие основные профессиональные группы: профессии, связанные с информационными технологиями, высшей математикой и кибернетикой; архитекторы и инженеры; занятые в естественных и социально-экономических науках; профессии, связанные с образовательной, обучающей деятельностью, а также библиотечные должности; художественные и дизайнерские, спортивные и медийные профессии, а также другие сложные и знаниеёмкие профессии, включая часть занятых в менеджменте, финансах, юриспруденции и медицинских работников. Тем самым в этих работах строгое определение данного социального слоя подменяется операциональным описанием, переводящим термин в формат, доступный для математического анализа; методологический и теоретический базис определения оказывается упущен.

---

<sup>3</sup> Florida R., Mellander C., Stolarick K. Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance // Journal of economic geography. – 2008. – Vol. 8. – №. 5. – p. 615-649.

Социальный слой, который принято называть «креативным классом» – противоречивое и незаконченное образование. По отношению к средствам производства в креативный класс включаются и собственники капитала, и наемные работники, и самозанятые (мелкая буржуазия). Представителями этого слоя являются лица, занятые в частном и общественном секторах, имеющие устойчивую занятость и принадлежавшие к прекариату. Тем самым работников креативного класса объединяет «только» один параметр – творческое содержание труда.

При этом часть работников заняты креативным трудом, а часть – подобным креативному. PR-менеджеры и менеджеры по рекламе, большая часть работников индустрии развлечений или, как теперь принято говорить, маркетологов впечатлений и пр. производят блага, которые не удовлетворяют (или не в полной мере удовлетворяют) критерию общественной полезности (под этим критерием подразумевается обеспечение развития культуры и человеческих качеств, прогресса производительных сил как атрибута творческой деятельности). Перечисленные профессии действительно выглядят креативными, в действительности же работники креативно создают как минимум бесполезные, а зачастую даже общественно вредные блага.

Все это создает основания для вывода о том, что социальный слой, называемый «креативным классом», находится в процессе своего формирования, он объединяет лиц, которые по их месту в системе производственных отношений принадлежат к разным социальным группам. Однако наличие у представителей этого слоя такой фундаментальной классовообразующей черты как особое содержание труда и особое место в общественном воспроизводстве, а также растущая роль этого слоя в прогрессе технологий, экономики и общества обуславливает возможность и необходимость выделения «креативного класса» как особого объекта политико-экономического исследования.

Эти выводы позволяют дать конструктивную критику концепции креативного класса с позиций методологии и теории классической политической экономии (напомним, что понятие творческого труда было описано еще К. Марксом, который определил его как труд всеобщий, а не просто коллективный, созидательный) и предложить оригинальное авторское определение творческой деятельности. *Творческий труд – это (1) всеобщий, (2) созидательный труд, направленный на (3) создание нового общественно значимого блага или отношения (4) на основе самомотивации.*

Поясним это определение. Всеобщий труд – это не просто коллективный, совместный труд. Он получает свою определенность «лишь тем путем, что 1) дан его общественный характер и 2) что этот труд имеет научный характер, что он вместе с тем представляет собой всеобщий труд, является напряжением человека не как определенным образом выдрессированной силы природы, а как такого субъекта, который выступает в процессе

производства не в чисто природной, естественно сложившейся форме, а в виде деятельности, управляющей всеми силами природы»<sup>4</sup>.

Свойство созидательности придает творческому труду вектор создания и прогресса в противовес разрушительной силе всеобщих потенций труда, которая предстает в мире отчуждения<sup>5</sup>.

Критерий общественной значимости – это тот необходимый параметр, который позволяет прямо указать на исключение из выборки работников, которые креативно занимаются нетворческой деятельностью.

Под самомотивацией подразумевается то, что побуждение работника к труду является самостоятельным и сам труд для него ценен. Это не синонимично готовности работника трудиться бесплатно, речь идет скорее о желанности процесса труда, инициативности в созидании.

**2. Развитие производительных сил и производственных отношений определяет возрастающую роль творческого содержания труда и креативного потенциала работников. В свою очередь рост креативного класса (ввиду ряда особенностей этого социального образования) приводит к трансформации производственных отношений и развитию производительных сил. Внутренняя неоднородность «креативного класса» обуславливает выделение экстенсивного (количественный рост работников, креативно создающих услуги и товары-симулякры) и интенсивного (количественный и качественный рост работников креатосферы) типов его воспроизводства.**

Научно-технический прогресс в значительной степени изменил суть и структуру общественного производства таким образом, что потребность в творческом потенциале человека стремительно возросла. Тем не менее, в последние десятилетия прогресс наблюдался преимущественно в области информационных технологий, что только недавно начало влиять на производительность труда и снова менять содержание производственного процесса, активно влиять на производительность труда и генерировать необходимые производству качества работника. Этому есть объяснение: изменения в производительных силах как результат научно-технической революции сначала привели лидеров этого процесса к снятию необходимости тяжелого физического труда, заменив ее возможностью вовлечения большей части населения в творческий труд, а затем и западная, и советская экономические системы оказались неспособны поддерживать НТП на постоянной основе. Впоследствии

---

<sup>4</sup> Маркс, К., Энгельс, Ф. Соч. Т. 46. Ч. II. С. 110.

<sup>5</sup> Рагозин Н. П. Проблема всеобщего труда и его отчуждения в "Капитале" К. Маркса // Культура и цивилизация (Донецк). – 2017. – №. 2 (6). – С. 36-59.

сформировавшаяся капиталистическая система производственных отношений предопределила социально-экономические стимулы дальнейшего развития: установка на максимизацию прибыли и соответствующие ценностные маркеры привели к ориентации экономики на рост производства товаров и услуг, ставший доминирующим трендом, приоритетным по отношению к прогрессу человеческого потенциала. В этом кроются причины особого строения креативного класса и торможения его развития.

Как было показано ранее, креативный класс – это социальный слой, главным содержанием труда которого является творческая деятельность, но в остальном он многообразен. С точки зрения места в общественном воспроизводстве креативный класс вообрал в себя работников действительного творческого труда и работников, креативно создающих бесполезные блага (причем, что важно, почти всегда не осознавая этого и даже напротив считая свою деятельность полезной), т.е. разные и даже противоположные по своим экономическим интересам и потребностям группы. Это внутреннее деление сложнее, чем представленное Р. Флоридой по квалификационно-доходному признаку.

Такое неоднозначное строение предопределяет наличие противоречий и в развитии креативного класса. Развитием данной социальной группы принято считать количественное увеличение. Однако поскольку креативный класс неоднороден, количественный рост не обязательно будет происходить в равной мере по всем группам внутри этого слоя и, соответственно, положительно влиять на развитие экономики в целом. И в реальности оно действительно неоднородно: на настоящий момент 2/3 населения развитых и части развивающихся стран имеют высшее и среднее специальное образование, однако доля населения, занятая собственно творческим трудом составляет только 30-40%. Новые работники потенциально творческого труда, попадающие на рынок, в основной своей массе пополняют ряды сектора, в котором создаются преимущественно симулятивные блага. Креативный потенциал ограничивается рамками воспроизводства, создаваемыми поздним капитализмом, в частности, трендом роста «общества потребления».

Таким образом, на основе противоречивого строения креативного класса можно выделить экстенсивный и интенсивный тип его развития. Интенсивный тип – это количественное и качественное развитие реального творческого труда, занятого в «полезном» секторе экономики. Экстенсивный тип – это преумножение работников тех профессий, которые численно входят в креативный класс, но не ведут к общественно-экономическому развитию (т.е. работники симулятивного сектора экономики).

**3. В современной экономике доминирует экстенсивный тип воспроизводства креативного класса. Интенсивное развитие сдерживается проблемами его**

**количественного и качественного роста, обусловленными спецификой производительных сил и производственных отношений современной рыночной экономики. Это становится основой противоречий воспроизводства креативного класса. Предложена авторская систематизация факторов, тормозящих прогресс креативного класса: они делятся на экономико-правовые (включая институциональные), политические и культурные.**

Актуальность проблемы будущего развития производственных отношений обусловлена тем, что настоящее положение дел не только не соответствует достигнутому уровню развития производительных сил, но и тормозит дальнейший прогресс. Развитие в рамках модели Номо Economicus, рост производства товаров-симулякров – это путь экстенсивного роста креативной экономики: на поверхности «расцветают» новые профессии и растет количество креативных работников, но сущность этого процесса иная, ибо с качественной точки зрения в сфере воспроизводства креативного класса наблюдается процесс стагнации. В силу данных обстоятельств перед национальными экономическими системами стоит задача продвижения в направлении бóльшего соответствия производственных отношений уровню развития производительных сил. Такое изменение станет основанием для превращения данной системы в нового экономического лидера. Поэтому переход к модели экономического развития, главной целью и средством которого станет прогресс Номо Creator – это не только созданная сегодняшними условиями потребность, но и осознаваемая необходимость будущего.

В рамках рассуждений о структуре креативного класса и выделения в нем подгрупп особый интерес представляет численность отдельных подкатегорий работников (см. рис. 1).



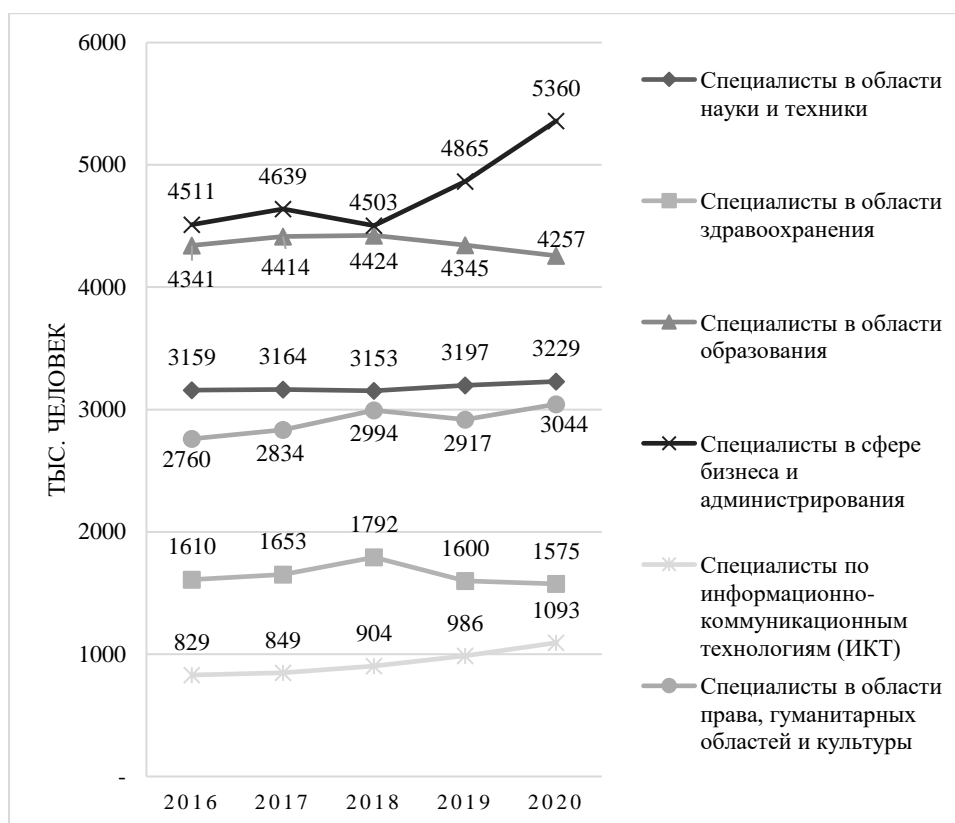


Рис. 1. Изменение численности занятых среди специалистов высшего уровня квалификации в России в 2016-2020 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Росстата<sup>6</sup>.

Приведенные данные показывают, что позитивным трендом является рост числа IT-специалистов. В остальном можно наблюдать сокращение или стагнацию числа специалистов в области здравоохранения, образования и науки (социалиата) при активном росте в сфере бизнеса и администрирования (менеджеризм и рост симулятивного сектора).

Представленные данные и проведенный в диссертации анализ позволяют сделать вывод, что вопреки давнему зарождению и «открытию» креативного класса, исследователи все еще имеют нечеткое представление о его взаимодействии с другими слоями общества и влиянии на экономику. И основной причиной здесь видится изменчивость данной социальной группы ввиду развития, торможения, миграций и затухания внутренних подгрупп работников.

Несмотря на то, что любое развитие в экономике происходит по человеческим меркам долго, развитие творческого потенциала дополнительно замедляется некоторыми сдерживающими факторами. Если уровень производительных сил создает острую необходимость роста креативного класса, то сложившаяся в настоящий момент в России

<sup>6</sup> Занятое население в возрасте 15-72 лет по полу и группам занятий на основной работе в 2016-2020 гг. (в соответствии с ОКЗ ОК 010-2014) / Росстат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/labour\\_force](https://rosstat.gov.ru/labour_force) (дата обращения: 20.01.2022).

социально-экономическая среда во многом способствует стагнации в этой сфере.

Подчеркнем: сдерживание развития работников творческого труда может быть как количественным, так и качественным. Количественная стагнация или даже сокращение численности этого социального слоя происходит прежде всего вследствие внутренней и внешней миграции. В первом случае (внутренняя миграция): переток креативных работников в крупные города истощает и без того слабо развитые регионы. Во втором – международная эмиграция специалистов приводит к абсолютному сокращению их численности в РФ, ослабляя потенциал развития высоких технологий и экономики РФ.

Что же касается факторов, сдерживающих качественное развитие, то автором разработана их оригинальная систематизация, включающая следующие направления торможения прогресса творческого труда в сферах, обеспечивающих прогресс технологий и человеческих качеств, решение социальных проблем:

- Социально-экономические: сложившаяся в РФ система производственных отношений, характеризующихся преимущественным развитием олигархического капитала, сращенного с государственной бюрократией при слабом развитии адекватных для прогресса креативной деятельности социально-экономических форм (экономическая демократия, инновационный бизнес, в том числе – малый и средний; приоритетное производство общественных благ в ключевых сферах прогресса творческой деятельности – образовании, науке, культуре, здравоохранении и др.).
- Экономико-правовые (в т.ч. институциональные)
  - Дестабилизация и деструкция системы образования и здравоохранения (менеджеризация, финансиализация, бюрократизация и т.д.)
  - Негативные тренды в сфере науки (снижение уровня финансирования, несогласованность целей и результатов, отсутствие реализации результатов, отток и постепенная деградация научных коллективов и т.д.)
  - Недостаточное стимулирование спроса на креативную продукцию со стороны государства в гражданском секторе при неравномерном, эпизодическом и бессистемном стимулировании лишь её предложения (Сколково, Роснано, мегагранты и т.д.)
  - Фриланс (в краткосрочном периоде это работники, способные самостоятельно выбирать график и место работы, в долгосрочном – бесправный прекариат с нестабильной занятостью без каких-либо социальных гарантий)
  - Теневая экономика (во многих регионах доля креативного класса переоценена ввиду сокрытия остальных работников в теневой экономике)
- Социо-культурные

- Формирование системы ценностей, в основе которой лежит установка на денежный успех
- Философия «общества потребления»
- Культ демонстративного потребления
- Торжество начальной культуры над элитарной<sup>7</sup>

**4. Уровень потенциального креативного класса в мире в среднем ниже половины от занятых, что позволяет сделать вывод, что переход к доминированию творческого труда и соответствующего социального слоя находится на начальном этапе. Однако экономико-математические инструменты анализа показали положительное влияние роста креативного класса на уровень ВВП, а также подтвердили стабильность творческих профессионалов перед лицом экономических перемен, что доказывает необходимость дальнейшего развития креативного класса и обуславливает теоретическую и практическую значимость исследования противоречий этого развития и путей их разрешения.**

Для межстранового сравнения отобраны данные по 112 странам, исходя из их доступности. По итогам 2019 года лидерами по доле креативного класса были Швеция (63,5%), Люксембург (63,4%), Норвегия (61,2%), Великобритания (57%), Исландия (56,5%), Дания (56,4%), Финляндия (55,7%), Сингапур (55%), Нидерланды (53,3%) и Канада (53%). В среднем за рассматриваемый 9-летний период (2011-2019гг.) креативный класс вырос на 4,6 п.п., ежегодно креативный класс вырастал в среднем на 2,3%.

К. Столарик и Э. Каррид-Халкетт в своей статье «Креативность и кризис: влияние творческих работников на региональную безработицу»<sup>8</sup> утверждают, что существует прочная связь между творческим классом и экономической устойчивостью. Исходя из их рассуждений, креативные работники в целом лучше переносят кризисные для экономики времена, а также поддерживают определенный уровень экономической стабильности. На основе данного вывода события 2020-го года должны были в большей степени отразиться на работниках нетворческих профессий – эту гипотезу предстоит проверить. Обратимся к российской статистике по занятости по группам занятий на основной работе (см. рис. 3).

<sup>7</sup> М. Сэвидж рассматривает культурный капитал в двух формах – элитарной (для интеллектуалов: театры, классическая музыка, музеи, картинные галереи и пр.) и начальной (масскультура: участие в видеоиграх, спортивных состязаниях, увлечение Интернетом, автомобильной ездой, рэп- и рок-музыкой). [Savage M., Devine F., Cunningham N., Taylor M., Li Y., Hjellbrekke J., Le Roux B., Friedman S., Miles A. A New Model of Social Class? Findings from BBC'S Great British Class Survey Experiment // Sociology. – 2013. – № 47 (2). – p. 219–250.]

<sup>8</sup> Stolarick K., Currid-Halkett E. Creativity and the crisis: The impact of creative workers on regional unemployment // Cities. – 2013. – Vol. 33. – p. 5-14.



Рис. 2. Темпы роста занятости в России к предыдущему году: все работники, работники креативного класса и остальные работники с 2017 по 2020 гг.

*Источник:* составлено автором по данным Росстата

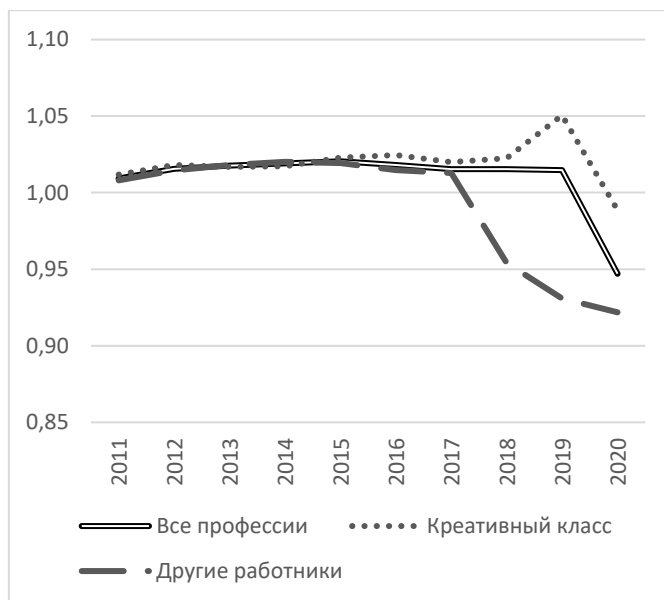


Рис. 3. Темпы роста занятости в США к предыдущему году: все работники, работники креативного класса и работники, не входящие в состав креативного класса с 2011 по 2020 гг.

*Источник:* составлено автором на основе данных Бюро статистики труда США<sup>9</sup>.

Как видно по графику, общий тренд падения занятости базируется на сокращении количества работников некреативного труда, более того, число работников творческих профессий возросло в то время, как все новостные и статистические источники в течение 2020-го года регулярно сообщали о росте безработицы и ухудшении положения населения.

В США наблюдается схожая ситуация: основное падение занятости обусловлено потерей рабочих мест работниками, не входящими в креативный класс. Работники креативного труда хоть и тоже ощутили на себе номинальное сокращение занятости, темпы падения были незначительными – 1% (см. рис. 4).

Основная гипотеза автора заключается в том, что развитие креативного класса оказывает положительное влияние на экономическое развитие, поскольку сама суть творческого труда заключается в постоянном поиске, развитии и созидании. В качестве показателя экономического развития был выбран ВВП, несмотря на ряд недостатков такого подхода.

Положительная динамика валового внутреннего продукта в большинстве исследований берется для отображения прогресса экономики, однако в действительности она не отражает социально-экономического развития. Более того, можно найти немало примеров того, как

<sup>9</sup> Occupational Employment and Wage Statistics // U.S. Bureau of Labor Statistics. [Electronic resource]. – Available at: (accessed 16.04.2021).

общественное развитие снижает ВВП. Например, если население начинает вести более здоровый образ жизни и заботиться об экологии и пересаживается с личных автомобилей на общественный транспорт и велосипеды, то ВВП вполне может понизиться ввиду понижения затрат на здравоохранение, сокращение производства автомобилей и потребляемого топлива<sup>10</sup>. Или, наоборот, успешный маркетинг отлично стимулирует спонтанные покупки («импульсивные покупки совершает 84% всех покупателей; в среднем покупатели совершают как минимум три импульсивных покупки в каждые 4 из 10 походов по магазинам»<sup>11</sup>), которые ведут к обогащению прибегнувшим к таким методам фирм, что, в свою очередь, отобразится ростом ВВП, а между тем это ведет к обеднению и дифференциации населения. Тем не менее, приведенные примеры отражают нечастые случаи противоречия данных реальности, и ВВП можно использовать в качестве показателя общественно-экономического развития, но всегда помнить о большой степени неточности.

Были собраны данные по 36 странам за период с 2011 по 2019 гг. Страны отобраны с позиции максимальной доступности данных для полноценного анализа, в результате чего в выборку попали преимущественно развитые и развивающиеся государства. Несмотря на неравные доли государств с разным уровнем экономического развития в выборке, нельзя с уверенностью назвать это ограничением модели, поскольку в экономически слабо развитых странах потенциальный креативный класс составляет 20-30% от занятых и для прогнозирования его влияния на ВВП требуется привлечение большего списка контрольных переменных (к примеру, добавление тормозящих факторов).

В качестве зависимой переменной взят ВВП на душу населения, экзогенными факторами выбраны переменная доли креативного класса и контрольные переменные для ВВП.

Таблица 1 – Описание переменных модели

| Название переменной    | Описание переменной   |
|------------------------|---|
| Creative_1, Creative_2 | Доля креативного класса в процентах от занятых (взяты периоды t-1 и t-2)  |
| Forest                 | Доходы от продажи леса в процентах от ВВП   |
| Fuel                   | Экспорт топлива в процентах от ВВП (за исключением видов топлива, участвующих в модели в качестве отдельных переменных) |
| Gas                    | Доходы от продажи природного газа в процентах от ВВП  |
| Oil                    | Нефтяная рента в процентах от ВВП   |

<sup>10</sup> Джабборов Д. Б. Прогресс человеческих качеств: рыночные и пострыночные механизмы стимулирования социально-экономического развития // Экономическое возрождение России. – 2016. – №. 4 (50). – С. 68.

<sup>11</sup> Исследование импульсивных покупателей: статистика, тренды и способы привлечения // Retail Rocket, 10 июля 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retailrocket.ru/blog/issledovanie-impulsivnyih-pokupateley-statistika-trendyi-i-sposobyi-privlecheniya/> (дата обращения: 05.02.2022).

Продолжение таблицы 1

| Название переменной | Описание переменной   |
|---------------------|---|
| Taxes               | Налоговые поступления в процентах от ВВП                                    |
| Gini_index          | Индекс Джини (оценка Всемирного банка)                                      |
| Poverty             | Коэффициент многомерной бедности в процентах от общей численности населения |
| FDI                 | Прямые иностранные инвестиции в долл. США (прологарифмирован)               |

Источник: составлено автором

Используется следующая постановка модели фиксированных эффектов:

$$GDP_{it} = const + \beta_1 * Creative_{it} + \beta_2 * Forest_{it} + \beta_3 * Fuel_{it} + \beta_4 * Gas_{it} + \beta_5 * Oil_{it} + \beta_6 * Taxes_{it} + \beta_7 * Gini\_index_{it} + \beta_8 * Poverty_{it} + \beta_9 * FDI_{it} + \varepsilon_{it}$$

Проверяется гипотеза о том, что переменная креативного класса имеет устойчивое значимое влияние. Длина временного ряда – 8 (анализируемый период – с 2011 по 2019, за вычетом одного года ввиду взятия переменных с лагом).

Ориентируясь на логические умозаключения, переменная креативного класса включается в модель с временном лагом в 1 и 2 года, поскольку появление результатов творческой деятельности и их влияния на экономическое развитие чаще всего проявляется в течение нескольких лет. Интересно, что на всех этапах переменная креативного класса с лагом в 2 года была более значима, чем с лагом в 1 год. Это наводит на мысль об одном из направлений дальнейшего исследования в данной предметной области – оценка влияния с лагом в 3-4 года при наличии большего объема данных.

Модель имеет ряд ограничений. Во-первых, используется короткий временной период и, соответственно, с небольшое количество наблюдений. Во-вторых, нельзя отрицать смещение оценок ввиду невозможности учета полного списка факторов ВВП. Ввиду этого, можно сказать, что на основании данных модели гипотеза о значимом влиянии креативного класса на ВВП не отклоняется. Для исследования в целом это является дополнительным аргументом в пользу актуальности изучения выбранной предметной области, а также обоснованности анализа творческого труда в экономике.

**5. Выработана учитывающая специфику российской экономики система рекомендаций по созданию социально-экономических условий для прогресса креативного класса. Основой такого развития является сочетание экстенсивных мер (управление миграцией креативных профессионалов внутри страны через развитие элементов инфраструктуры и культуры, а также препятствованием эмиграции за рубеж через**

**улучшение условий труда) и интенсивных мер (омоложение кадрового состава в научной сфере, воплощение научных достижений на практике, культурная пропаганда, подрывающая идеалы «общества потребления», ограничение роста симулятивного сектора и т.д.).**

Как правило, в исследованиях проблемы развития креативного класса авторы придерживаются методов, предполагающих анализ интересов представителей творческой элиты посредством экономико-математического моделирования и/или расчет эффективного количества креативных профессионалов с последующей разработкой рекомендаций. Предполагается, что работники креативных профессий обладают уникальными предпочтениями в отношении выбора места жительства и интересами, удовлетворение которых способно повлиять на их переезд и деятельность. Это главный инструмент, который предлагается использовать в политике привлечения креативных профессионалов.

Анализ большого количества работ, исследующих факторы миграции креативного класса и их предпочтений, способных повлиять на экономическую политику, показал такой плюрализм результатов, причем зачастую противоречивых, что автор пришел к выводу об ограниченности возможностей данного метода исследования креативных работников для решения задач стимулирования их прогресса.

Во-первых, то, что оказывается справедливым для одного государства, во многих случаях опровергается на данных другого. Более того, даже в рамках одной страны разные авторы нередко приходят к противоположным выводам, что является подтверждением нашего вывода о нецелесообразности прямого имплементирования институтов одной страны для формирования системы институтов, призванных стимулировать развитие креативной экономики в других странах.

Но есть иные выводы, которые можно сделать на базе интеграции основных положений нашей диссертации. Так, наше исследование показало, что основанием для выбора оптимальной модели развития креативного класса является определение экономических оснований формирования этой социальной группы, а это – творческий по своему содержанию труд, производительные силы и производственные отношения, способствующие формированию креативного потенциала человека. А этот потенциал формируется прежде всего в пространстве образования и культуры. Тем самым потенциальной базой для формирования креативного класса являются люди с высшим и средним специальным образованием. Исследование Э. Дж. Ван Холма «Досуг креативного класса»<sup>12</sup> подтверждает данную гипотезу: автор пишет о том, что желания и интересы представителей креативного класса не отличаются от других работников, которые имеют схожий с ними доход и уровень образования.

---

<sup>12</sup> Van Holm E. J. Leisure choices of the creative class // Cities. – 2014. – Vol. 41. – p. 38-43.

Вопрос эффективности затрат на креативный класс также хочется подвергнуть критике. Меры стимулирования развития креативного класса во многих западных исследованиях строятся по критерию экономической эффективности: отдачи, прибыли; поэтому «богема» и представители симулятивного сектора оказываются приоритетными пространствами для инвестирования. Однако если исходить социальных, экологических, культурных приоритетов *развития человека и общества*, а не роста стоимостных результатов (выручки, прибыли), то главным становится стимулирование прогресса креативных работников науки, образования, здравоохранения и других сфер «полезного сектора» креативной экономики, хотя рыночная эффективность этих сфер не всегда высока в сравнении с названными выше. Если же говорить о сфере производства общественных благ, то они как правило выглядят убыточными, потому что эффект от вложений можно увидеть только с большим временным лагом, и он к тому же крайне трудно поддается рыночной оценке.

Также необходимо критическое отношение к исследованиям, в которых делается попытка разграничения человеческого капитала и креативного класса с целью выведения уникальной политики исключительно для творческих работников. Поскольку люди с высшим и средним специальным образованием и есть потенциальные представители креативного класса, развитие человеческого потенциала и есть самый очевидный и действенный путь.

В настоящий момент в России есть немало серьезных проблем в области науки (убыль общего количества исследователей, высокий средний возраст ученых со степенью, убыль аспирантов и защитившихся аспирантов и т.д.) и образования (менеджеризация, бюрократизация, падение качества и т.д.), тормозящих развитие творчества. Изменение ценностной ориентации, воспитания и культуры современного общества – задача не новая и в большой степени инструментально понятная, однако получение результатов займет не годы, а десятилетия (собственно, столько же заняла деградация гуманистических императивов). Обозначим кратко меры по развитию креативного класса в соответствии с указанными проблемами.



Таблица 2 - Меры всестороннего развития творческого потенциала России

| Техническая сторона  | Количественное развитие   | Качественное развитие  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• реформа сбора и представления статистической информации по занятости населения по профессиям</li> </ul> | <p><b>Развитие инфраструктуры регионов для сдерживания эмиграции («утечки мозгов»):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• транспортное сообщение</li> <li>• сфера питания</li> <li>• доступность начальных учебных заведений</li> <li>• доступность услуг здравоохранения</li> <li>• сфера досуга</li> </ul> | <p><b>Реформа науки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• омоложение кадрового состава исследователей (без упразднения системы наставничества)</li> <li>• повышение заработных плат молодых ученых</li> <li>• уменьшение бюрократической нагрузки</li> <li>• установление связи между инновационными разработками и их претворением в жизнь</li> </ul> <p><b>Реформа системы образования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• увеличение бюджетного финансирования до 7-8% от ВВП</li> <li>• уменьшение бюрократической нагрузки</li> </ul> <p><b>Смена ценностной ориентации общества:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• субсидирование объектов элитарной культуры и повышенное цензурирование начальной культуры</li> <li>• пропаганда общественно ориентированных ценностей на уровне государства</li> </ul> |

*Источник:* составлено автором.

Отметим, что предложенные выше меры по совершенствованию экономической политики с целью ускорения развития креативной экономики и креативного класса были сформулированы в обобщенном виде для «креативного класса» в целом. Естественно, в разных сферах креативной экономики и для разных подклассов «креативного класса» они будут иметь свою специфику. Кроме того, интенции трансформации общественно-экономической структуры может идти как от общества, так и от государства. Растущая роль творческого по своему содержанию труда не в полной мере, но уже осознается определенной частью населения. Выбирающие эту траекторию работники осваивают творческий труд и на этой основе начинают предпринимать действия по изменению социально-экономических, организационно-правовых и др. условий труда и занятости с целью приближения их к потребностям воспроизводства своего творческого потенциала. Это приводит к трансформации экономических отношений и институтов на основе давления «снизу»: изменение графика работы в среде креативных работников, так называемый социальный пакет, уровень заработных плат и т.д. становятся одним из приоритетов при выборе работы представителями данной

социальной группы.

Но этого недостаточно, т.к. наиболее значимыми являются изменения, которые осуществляются на уровне корпораций и общегосударственной социально-экономической политики. Именно поэтому автор выше сформулировал рекомендации по обеспечению развития креативного класса именно для этой сферы.

### **III. Список работ, опубликованных по теме диссертации**

*Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности:*

1. Степанова Т.Д. Генезис ноономики: человек как высшая ценность и главное средство развития // Экономическое возрождение России. – 2020. – №2. – С. 180-187. (пятилетний импакт-фактор журнала по РИНЦ для года публикации: 1,689) (0,7 п.л.).

2. Степанова Т. Креативный класс в период коронакризиса // Инновации и инвестиции. – 2021. – №8. – С. 26-30. (пятилетний импакт-фактор журнала по РИНЦ для года публикации: 0,364) (0,5 п.л.).

3. Маслов Г. А., Степанова Т. Развитие человеческого потенциала, творческий труд и «креативный класс»: теоретические разработки России и Китая // Общество и экономика. – 2022. – № 3. – С. 74-83. (пятилетний импакт-фактор журнала по РИНЦ для года публикации: 0,599) (личный вклад автора - 0,3 п.л.).

4. Степанова Т.Д. Мировой креативный класс: динамика, тенденции, развитие // Проблемы современной экономики. – 2022. – № 1 (81). – С. 41-44. (пятилетний импакт-фактор журнала по РИНЦ для года публикации: 0,254) (0,5 п.л.).

#### *Иные публикации:*

1. Степанова Т.Д. Развитие теории креативного класса: зарубежная и российская экономическая мысль // Вопросы политической экономии. – 2020. – №3 (23). – С. 153-169. (пятилетний импакт-фактор журнала по РИНЦ для года публикации: 0,742) (1,1 п.л.).