

# Политэкономические условия стратегического управления талантами: от массового человека к интеллектуальному лидеру

**Иванов Никита Максимович** 

аспирант,

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г.

Москва Российская Федерация

E-mail: zoomzoob@gmail.com

**Фридман Михаил Феликсович** 

доктор философских наук, профессор,

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г.

Москва Российская Федерация

E-mail: zoomzoob@gmail.com

**Хасанов Магомед Туркоевич** 

аспирант,

Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г.

Москва Российская Федерация

E-mail: mkhasanov-01@mail.ru

## КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

политэкономические условия, глобализация, многополярный мир, цифровая трансформация, стратегическое управление, управление талантами, массовый человек, интеллектуальный лидер, инновационный прорыв, национальный суверенитет

## АННОТАЦИЯ

Вступая в информационное общество, характеризующееся интенсивным внедрением инновационных технологий (робототехника, искусственный интеллект, аддитивные технологии, большие данные, облачные вычисления, дополненная реальность и др.), бизнес и власть все больше значения уделяют проблеме стратегического управления талантами, начиная с профессионального отбора, диагностики (выявления), адаптации, удержания и заканчивая обучением, развитием, продвижением, мотивацией и контролем [13, 14]. Наряду с конкретными методиками определения выдающихся способностей личности, с широким HR-инструментарием определяющее влияние оказывают политэкономические условия стратегического управления талантами. В частности, если прибегнуть к ныне распространенному PESTEL-анализу, становится очевидно, что и политические, и экономические, и социальные, и технологические, и экологические, и правовые факторы во многом формируют концептуальные и методологические подходы к стратегическому управлению талантами. Талантливый человек, с нашей точки зрения, возникает как ответ социума на вызов эпохи. Именно он создает социокультурную среду, выстраивает отношения с властью и другими общественно-политическими силами, создает инновационные инструменты и технологии (безотносительно к сфере их применения), меняет границы правового поля (талант по своей природе свободолобив). Указанные обстоятельства, в свою очередь, самым существенным образом влияют на отношения человека и социума, определяют его потребности и интересы. Традиционно в русской литературе, в известной степени взявшей на себя функции русской философии, поднимается тема опального героя, а затем «лишнего человека» и, наконец, «маленького человека», каждый из которых находится в сложных отношениях с обществом. В последнее время, в новейшей истории, предметом исследования социально-гуманитарной науки становится «массовый человек», равно как и другая крайность — «лидер». В контексте поведенческой экономики нам представляется чрезвычайно важным проанализировать трансформацию нового экономического субъекта из массового человека в интеллектуального лидера — ключевого драйвера инновационного прорыва в условиях системного кризиса, что и является целью настоящей статьи.

JEL codes: J24, M12, O15, P16

DOI: <https://doi.org/10.52957/2221-3260-2025-4-33-43>

Для цитирования: Иванов, Н.М. Политэкономические условия стратегического управления талантами: от массового человека к интеллектуальному лидеру /Н.М. Иванов, М.Ф. Фридман, М.Т. Хасанов - Текст : электронный // Теоретическая экономика. - 2025 - №4. - С.33-43. - URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (Дата публикации: 30.04.2025)

Говоря об информационном обществе, наступившим во многом благодаря Четвертой промышленной революции и появлению Интернета, человек сталкивается с беспрецедентной интенсификацией движения информации [1]. Новые технологии, в частности такие, как искусственный интеллект, большие данные, робототехника, дополненная реальность, интернет вещей, аддитивные технологии, облачные вычисления и пр. заставляют кардинально пересматривать подходы и в политике, и в экономике, и в общественной жизни [2]. Бизнес и власть, будучи наиболее пассионарными субъектами социально-экономической трансформации и находящиеся в состоянии постоянного диалектического противоречия, если не обостряющейся конкуренции за влияние на содержание и скорость научно-технического прогресса, на формирование общественного мнения, на обеспечение национального суверенитета, являются основными силами развития цифровой экономики [22, 24].

Безусловно, искусственный интеллект обладает несоизмеримо большим запасом информации и способен гораздо быстрее производить сложные математические расчеты по сравнению с любым средним обывателем. Нейросеть, работающая по заданным алгоритмам, сегодня быстро очень ловко справляется с поставленными задачами, требующими сокращения сроков на реализацию воспроизводящего (репродуктивного) знания [15]. Вместе с этим, очевидно, что задачи государственного строительства, опирающиеся на принцип национального суверенитета, требуют инновационного прорыва, который в большинстве случаев зависит от новых креативных решений, зачастую предполагающих частичный или иногда полный отказ от привычной логики, традиционного взгляда, устоявшегося стереотипа [5, 23]. По всей видимости, для достижения инновационного прорыва в экономике, как и в других отраслях, требуются неординарные, выдающиеся способности — способности, которые крайне трудно сформировать в условиях стандартизации среднего и высшего образования (ФГОС, ОГЭ, ЕГЭ, классно-урочная и лекционно-семинарская системы, и пр.), приводящей к унификации в подготовке рабочих и специалистов, которые, по сути, изначально при таком подходе лишаются конкурентных преимуществ в своей квалификации [20]. Иными словами, в колледжах и вузах студентов готовят по образцу, по шаблону, от них ждут одинакового выполнения одинаковых заданий, одинакового решения одинаковых задач. Вспоминается фраза, приписываемая А. Эйнштейну, о том, что «бессмысленно делать то же самое и ждать других результатов».

Ставя перед собой задачу инновационного прорыва, способного обеспечить стране технологический и, с этим, национальный суверенитет, мы должны понимать, что нам, для ее решения, нужны не специалисты массовой квалификации, а думающие творческие люди, обладающие уникальным опытом, созидательным образом будущего и мышлением государственного масштаба [16-18]. Нам нужны таланты. Именно талантливые люди, способные предложить решения, выходящие за пределы обыденного мышления, могут создавать экономику будущего.

Глобализация, формирование многополярного мира, цифровая трансформация, появление новых поколений (Y, Z, Альфа и т.д.) - эти и другие обстоятельства определяют политэкономические условия возникновения указанного выше инновационного прорыва [3, 4, 7]. Стирание границ между странами и людьми, их выравнивание, упрощение и упразднение будет иметь довольно тяжелые прогнозируемые последствия. В частности, надобность в большинстве населения планеты может исчезнуть. Мы нужны — потому что мы нужны друг другу. А если за нас все будет делать машина, робот, программа, нейросеть — в чем тогда смысл существования человека? Какова его функция в изменяющемся мире? Если у человека останется единственная функция — потребление,

он перестанет быть субъектом экономических отношений. Если человек не будет участвовать в производстве благ, не приведет ли это к деградации цивилизации? Благо, будучи средством удовлетворения потребности, является ценностью. Если мы не создаем ценность, то чем нам обмениваться? Зачем мы тогда нужны друг другу? Если мы создаем примерно одинаковые блага, не приводит ли это к обесцениванию нашего интеллектуального потенциала и физического труда? Если мы распределяем блага всем поровну, какие остаются мотивы для развития человека как субъекта? Перечисленные вопросы наталкивают на мысль о необходимости развития такого научного направления как философия экономики и управления, пока только оформляющегося, но очень важного для понимания широкого политэкономического контекста социально-экономической трансформации.

Человека можно описать через потребности, ведь именно они его характеризуют в большей мере. Человек — это потребитель, прежде всего. Есть человек, значит, есть потребности, поэтому существуют и производство, и распределение, и обмен, поэтому существует экономика, основанная на традиционных (поддерживающих) технологиях. Социальное взаимодействие во многом обусловлено той общественной полезностью, которую ожидаем друг от друга [19]. В советское время школьники писали сочинение на тему: «Деньги — хороший слуга, но плохой хозяин». Примечательно, что сегодня мы можем в эту формулу поставить на место денег цифру, цифровые технологии. Получается, если человек не научится использовать эти технологии, обладающие убедительной конкурентоспособностью, он обречен, ведь нужно не только справляться с программами и устройствами, но и с последствиями их эксплуатации, с результатами их деятельности [8]. Один человек, вооруженный последними чудесами техники — прорывными и подрывными технологиями, сегодня заменяет множество сотрудников, уровень квалификации которых застрял в далеком прошлом [25]. Это противоречие носит цивилизационный характер. Его необходимо начинать решать уже сегодня, т.к. и ход, и результат этого решения совсем неочевидны. Производительные силы и производственные отношения в условиях цифровой трансформации требуют коренного пересмотра. Важно понять, что сегодня является субъектом трудовой деятельности: человек, машина или комплекс «человек-машина». Во многом от указанного определения зависит не только способ производства, но и сам вектор дальнейшего развития цивилизации, новая классовая организация общества (возможно, новые сословия, классы, страты зависят не от рода занятий, не от отраслевой принадлежности, не от размеров частной собственности, а от интеллектуального потенциала, от доступа к актуальной, достоверной и полезной информации, технологиям).

В настоящее время и предприниматели, и наемные руководители приходят к пониманию того, что стратегическое управление талантами представляет собой один из вариантов преодоления рассматриваемого противоречия [16-18]. Сейчас ни для кого не секрет, что человек — это не «винтик» в машине управления, не легко заменяемый ресурс, а генератор креативных решений. Именно эту функцию пока, в настоящем и обозримом будущем, заменить машине не удастся, по всей видимости.

Вне всякого сомнения, с талантливыми сотрудниками работать крайне непросто. Они живут в своем частотном диапазоне, уровень их интеллектуального развития заметно выше уровня большинства. С ними трудно: то, что для одного (рядового сотрудника) настоящее, для другого (талантливого сотрудника) уже прошлое. Второй для себя уже эту проблему давно решил и занимается устранением нежелательных последствий в то время, когда первый о них даже не догадывается. Они находятся в разных реальностях, они не совпадают ни во времени, ни в пространстве, ни в энергии — у них совершенно разные задачи и поэтому различное восприятие реальности.

Работая с талантами возникает много инструментальных сложностей.

Первая — это диагностика, выявление, определение выдающихся способностей. Надо понять, в чем человек талантлив, как это проявляется, каков масштаб его потенциала.

Вторая сложность заключается в профессиональном отборе, когда необходимо безошибочно

определить роль и место того или иного одаренного сотрудника в реализации проекта.

Третья — социально-трудовая адаптация талантливого сотрудника. Как известно, «два медведя в одной берлоге не живут», т.е. двух талантливых сотрудников бывает чрезвычайно трудно объединить в одной группе. Так же трудно, как и определить иерархическую подчиненность: умного начальника глупые подчиненные раздражают, глупого начальника умные подчиненные тоже. Разумеется, в данном контексте эпитет «глупые» — условность.

Четвертая — удержание, закрепление, мотивация талантливого сотрудника. Мотивы, будучи определенными потребностями, могут быть самые разные у этой категории работников: и большие деньги, и громкая слава, и демонстративная власть, и высокая степень свободы, и непререкаемый авторитет среди коллег, и убедительное признание со стороны власть придержащих, и др.

Пятая — обучение, развитие и продвижение. Талантливых сотрудников трудно учить, тем более трудно активно участвовать в раскрытии их потенциала. Чаще всего талантливый человек идет за своим талантом, ведущим его в наиболее полной реализации его предназначения.

Шестая — контроль за работой талантливых сотрудников. А это трудно, потому что они всегда выходят за пределы поставленных задач, они зачастую видят проблему шире, чем ее формулирует руководитель.

Сегодня довольно много самых разнообразных HR-методик работы с людьми с выдающимися способностями личности, однако нередко их действие ограничено субъектом их использования. Иначе говоря, чтобы работать с гениальных сотрудников надо быть таким же гениальным руководителем.

Талант — это маркер эпохи. Именно талантливые люди определяют эпоху, задают направления развития как цивилизации в целом, так и конкретной ситуации в частности. Талант — важнейший стратегический ресурс. Талантливый человек, по всей видимости, возникает как ответ социума на вызов эпохи. Именно он, используя свой потенциал, создает социокультурную среду, выстраивает отношения с властью и другими общественно-политическими силами, создает инновационные инструменты и технологии (безотносительно к сфере их применения), меняет границы правового поля (талант по своей природе свободолюбив).

Именно по этой причине важнейшей задачей, стоящей перед современной экономической наукой, является определение и обоснование политэкономических условий стратегического управления талантами.

Если проанализировать эти условия с позиций PESTEL-анализа, станет ясно, что и политические, и экономические, и социальные, и технологические, и экологические, и правовые факторы во многом формируют концептуальные и методологические подходы к стратегическому управлению талантами.

Вышеупомянутая неуживчивость талантливых людей в полной мере отражает отношения человека и социума, определяющих потребности и интересы каждого индивида.

Сегодня, наверное, очевидно, что изучение фундаментальных работ по экономической теории, в частности, трудов А. Смита, К.Маркса, Дж.М. Кейнса, Т.Веблена, Дж. Арриги и мн. др. требуют герменевтического подхода. Этого же требуют труды классиков теории управления (Ф. Тейлор, А.Файоль и мн.др.). Анализ текстов убедительно показывает кардинальное изменение отношения общества к человеку в разные промежутки времени. Различные описанные в науке модели: «Человек как элемент системы», «Экономический человек», «Психологический человек», «Профессиональный человек», «Социальный человек», «Развивающийся человек», «Предприимчивый человек» и т.д., — указывают на то, что эволюция экономики идет в сторону повышения значимости интеллектуального потенциала сотрудника. Так, в русской литературе, в известной степени взявшей на себя функции русской философии, поднимается тема опального героя (в сказках и былинах), «лишнего человека», «маленького человека», каждый из которых находится в сложных отношениях с обществом и, в итоге, чаще всего выходит победителем в этом противостоянии.

В последнее время, в новейшей истории, предметом исследования социально-гуманитарной науки становится «массовый человек» (Х. Ортега-и-Гассет), «одномерный человек» (Г. Маркузе) равно как и другая крайность — «лидер». В контексте поведенческой экономики нам представляется чрезвычайно важным проанализировать трансформацию нового экономического субъекта из массового человека в интеллектуального лидера — ключевого драйвера инновационного прорыва в условиях системного кризиса [9].

Понимание феномена «массового человека» чрезвычайно важно для оценки интеллектуального потенциала современного общества. Очевидно, что массовый человек — весьма абстрактное представление о каком-то усредненном восприятии общества. Это понятие было бы очень функционально с точки зрения производства, потребления, распределения и обмена, потому как предлагает некую «уровнировку», но мы понимаем, что в XXI веке это совсем не так. В книге Х. Ортега-и-Гассета «Восстание масс» [12] большое внимание уделено противопоставлению «массы» и «избранных». «Избранные», по его мнению, — это люди, несущие ответственность за развитие культуры и общества, обладающие самокритичностью и способностью к самосовершенствованию. Их творчество — это осознанный акт, глубоко укорененный в традиции и направленный на её эволюцию. Масса же, лишённая подобного самосознания, проявляет творческое начало по-иному. Её импульсы, хоть и могут быть мощными, носят стихийный, неконтролируемый характер, часто разрушительный по своей природе. Интересно, как появляются новые товары, новые технологии, новые рынки? Что лежит в основе экономической конкуренции, если не новые, креативные, решения? Кто является субъектом экономического развития? Масса, принимающая решение о покупке при ознакомлении с ограниченным ассортиментом (иллюзия выбора покупателя — покупатель выбирает из того, что ему предлагает, т.е. что для него уже выбрал, продавец), или индивид — интеллектуальный лидер, создающий новые орудия труда, технологии, смыслы, цели, ценности и пр.?

Массовая культура, по мнению автора, упрощает художественный язык, девальвирует высокое искусство, удовлетворяя примитивные потребности и вкусы. Однако парадокс заключается в том, что само существование массовой культуры свидетельствует о мощном творческом импульсе, хоть и искаженном, и направленном на удовлетворение потребностей массы, а не на развитие культуры в целом. Это «народное искусство» XX века, сформированное новыми технологиями и социальными условиями. Здесь очень важно отметить, что массовый человек — понятие довольно эфемерное, как, например, среднестатистический человек. Одни и те же потребности у разных людей, не обладающих какими-то выдающимися способностями, могут быть представлены совершенно по-разному. Например, базовая физиологическая потребность в пище. Кто-то держит пост (причем в разных религиях он совершенно разный), кто-то сидит на диете (диет тоже великое множество), кто-то голодает (интервальное голодание, голодание по Полю Брэггу и пр.), кто-то себя относит к вегетарианцам, веганам, гурманам, гурмэ и пр., кто-то страдает булимией или, наоборот, анорексией и т.д. Даже такой, довольно простой и понятный, процесс, как принятие пищи и то делит обычных людей на разные группы.

Стремление к самоутверждению — еще один аспект творческой энергии массы. «Восстание масс» Х. Ортега-и-Гассета — это не просто политический феномен, но и проявление творческой силы, хотя и направленной на разрушение. Масса, не имея доступа к традиционным формам самовыражения, стремится к уничтожению существующих структур, к созданию «чистого листа». Эта «творческая деструкция» — своеобразная попытка создать пространство для новой культуры, отвечающей потребностям массы, хотя часто это приводит к хаосу и культурной деградации.

Важно отметить, что Х. Ортега-и-Гассет не отрицает существование индивидуального творческого потенциала в рамках массы. Однако, без критического мышления, самоанализа и понимания культурной традиции, этот потенциал искажается, превращаясь в силу разрушительную, а не созидательную. Масса, по мнению автора, не способна к организованному,

целенаправленному творчеству. Её творческие импульсы – это спонтанные всплески, часто используемые в политических целях для манипулирования общественным мнением. Поэтому, «творчество» массы у Ортеги-и-Гассета предстает как парадоксальное явление: с одной стороны – это мощный импульс, способствующий возникновению новых форм культуры и самовыражения, с другой – это сила, способная разрушить традиционные ценности и привести к общественному хаосу. Это творчество без цели, без самоконтроля, без понимания истории и традиции. И именно в этом парадоксе заключается основная проблема, которую поднимает Х. Ортега-и-Гассет. Автор критикует популистских лидеров, которые используют «творчество» массы в своих политических целях, обращаясь к простым эмоциям и стереотипам. Это своеобразная манипуляция творческим потенциалом массы, направленная на достижение корыстных целей.

Анализ проявления творческого в «массовом человеке» по Х. Ортеге-и-Гассету демонстрирует сложную и противоречивую картину. Автор не предлагает упрощенного противопоставления «творчества избранных» и «деструктивной энергии массы». Его исследование раскрывает парадокс: мощный творческий потенциал, присущий массам, остается нереализованным в полной мере из-за отсутствия самокритичности, глубокого понимания культурной традиции и ответственности перед будущим. Массовая культура, как ярчайшее проявление этого потенциала, выступает одновременно и свидетельством стремления к самовыражению, и инструментом упрощения и стандартизации, ведущим к обеднению культурного пространства.

«Творческая деструкция», стремление к «чистому листу», описанные Х. Ортегой-и-Гассетом, не являются искажающим упрощением, а отражают глубокое, хотя и не всегда осознанное, желание изменить существующий порядок вещей. Это попытка, часто неудачная, создать новую культуру, соответствующую потребностям и ожиданиям массы. Однако, без критического осмысления истории, без диалога с традицией и без ответственности за последствия своих действий, это стремление неизбежно ведет к хаосу и культурной деградации.

Таким образом, Х. Ортега-и-Гассет не просто констатирует факт «восстания масс», но и призывает к осмыслению этого феномена. Он подчеркивает необходимость развития критического мышления, самоанализа и ответственности как условий для продуктивного использования творческого потенциала, присущего всем людям, независимо от их социального положения. Только при условии осознанного управления этим потенциалом, с учетом исторического опыта и уважения к культурной традиции, возможно гармоничное развитие общества и культуры, избегая как застоя, так и разрушительного хаоса, порождаемого неконтролируемым «творчеством массы». Именно в этом – главный вызов, брошенный Х. Ортегой-и-Гассетом современному обществу, актуальный и по сей день. Данное обстоятельство, на наш взгляд, в обязательном порядке необходимо учитывать при разработке и реализации государственной кадровой политики. Люди интеллектуально неравны. Равенство прав и равенство обязанностей не предполагают равенство возможностей.

В условиях стремительно развивающейся экономики, культуры потребления, занимающей доминирующие позиции в социуме, а также технологического прогресса, представление о современном массовом человеке как потребителе претерпевает определенные изменения. Этот тип человека возникает не только как продукт культуры, но и как активный участник процесса формирования потребностей, которые могут определять его место в обществе. Исходя из этого, одна из ключевых проблем, стоящих перед современным обществом, заключается в необходимости выяснения, какие потребности массового человека можно назвать истинными. В книге «Одномерный человек» Г. Маркузе [11] критикует материалистическую культуру, которая формирует «ложные» желания, так как они приводят к потере индивидуальности и становятся инструментами для поддержания существующего социального порядка.

Одной из важных ошибок массового человека является его стремление следовать за модой, минимизируя свою уникальность. Так, он рискует потерять все гуманистические ценности. Его внутренний мир заменяется на поверхностные радости, связанные с брендами и иными

символами успеха. Говоря об этом, автор пишет: «Это и есть чистая форма рабства: существование в качестве инструмента, вещи. И то, что вещь одушевлена и сама выбирает свою материальную и интеллектуальную пищу, то, что она не чувствует себя вещью, то, что она привлекательна и подвижна, не отменяет сути такого способа существования». Стремление к удовлетворению подобных потребностей, автор назвал «ложным», к ним относятся «те, которые навязываются индивиду особыми социальными интересами в процессе его подавления: это потребности, закрепляющие тягостный труд, агрессивность, нищету и несправедливость. Утоляя их, индивид может чувствовать значительное удовлетворение, но это не то счастье, которое следует оберегать и защищать, поскольку оно (и у данного, и у других индивидов) сковывает развитие способности распознавать недуг целого и находить пути к его излечению. Результат — эйфория в условиях несчастья. Большинство преобладающих потребностей (расслабляться, развлекаться, потреблять и вести себя в соответствии с рекламными образцами, любить и ненавидеть то, что любят и ненавидят другие) принадлежат именно к этой категории ложных потребностей».

Кроме этого, индивидуальные потребности массового человека подменяются коллективными ожиданиями. Так, человек живет в мире, где реклама и общественные нормы почти полностью определяют его выборы и действия. Влияние, схожее с давлением массовой культуры, создает представление, что личное счастье можно создать для себя при помощи завоевания какими-то материальными вещами, что ведет к иллюзии свободы выбора, который на самом деле ограничен. Так, массовый человек становится потребителем, который ищет удовлетворение своих потребностей через приобретение товаров и услуг, но при этом не осознает в полной мере необходимости своих решений и запросов. Таким образом, проблема массового человека связана и с потребительскими привычками, и с ощущением себя и своей роли в мире.

Также автор рассматривает аспект, связанный с тем, что массовый человек представляется исключительно как потребитель, находящийся под влиянием мощных культурных и социальных потоков, которые формируют его желания и потребности, то есть его нельзя рассматривать в отрыве от контекста, так как его жизнь и потребности формируются исходя из соответствующих запросов как социального окружения, так и политической системы.

Исходя из понимания о том, кто такой массовый человек, который рассматривается как потребитель, следует рассмотреть основные потребности, которые характерны для большого числа людей в современном мире. К ним можно отнести: потребность в комфорте, определенном благосостоянии, что связано как с материальными, так и эмоциональными ресурсами. Исходя из этих желаний, распространено стремление к хорошим, качественным товарам и услугам, которые обещают удовлетворить не только базовые физические потребности, но и дополнительные, связанные с высоким уровнем жизни, что, несмотря на противоречивое отношение к этому исследованию и большому количеству критики, предоставил А. Маслоу в одноименной пирамиде.

Кроме того, исходя из увеличения влияния социальных сетей и доступности информации, у человека возникает потребность в принадлежности к определенной социальной группе или сообществу, что служит необходимым условием для самоидентификации индивида в условиях перенасыщенности предложений на рынке.

Также, потребности современного человека можно рассматривать, исходя из необходимости постоянно потребления новой информации. Современный человек стремится постоянно следить за обновлениями новостей, трендов, изменений в обществе и культуре, что потенциально сказывается на его потребительских предпочтениях. Нахождение какой-либо информации в информационном поле человека на протяжении долгого времени, приводит к формированию желания необходимости ее получения.

Также следует указать на влияние общества и окружения на формирование потребностей современного массового человека. Частично было сказано ранее, однако это один из ключевых блоков в формировании человека, в том числе массового, из-за чего этот пункт будет раскрыт подробнее.

Психология социальных связей и роль общественного мнения становятся определяющими факторами восприятия и потребления. Большая часть людей стремится к тому, чтобы их выбор был принят и одобрен окружающими, что часто приводит к перепроизводству товаров и услуг, что связано не только с потребностью, сколько с желанием соответствовать социальным стандартам. Потребность в признании и одобрении становится стимулом, который подталкивает человека к потреблению как способу демонстрации статуса, успеха и наличия личностных традиций. Эту особенность психологии раскрывает теория социального сравнения. Она объясняет, что многие люди принимают решения, в том числе о покупке или о необходимости той или иной услуги, с целью соответствовать не только личным, но и общественным ожиданиям. Так, массовый человек часто оказывается в ловушке навязанных стандартов, теряя при этом свою индивидуальность и уникальность. Таким образом, потребности современного человека формируются в постоянном взаимодействии с обществом, внешним миром, что делает их сложными и зачастую необъективными, «ложными».

Согласно книге, Г. Маркузе, массовая культура формирует среди людей «одномерное сознание», что проявляется в их стремлении к потреблению как средству достижения счастья и самореализации. Вместо того чтобы выбирать ценности, которые связаны с их истинными потребностями, желаниями многие современные люди становятся «жертвами» коммерческой манипуляции, маркетинга, попадая в ловушку, созданную рекламой и медиа. Так, появляются ложные ожидания, когда потребители полагают, что, приобретая определённый товар, они смогут обрести счастье, статус или успех. Исходя из этого, ожидания современного человека формируются из-за социального конформизма, так как настоящие потребности подавляются, чтобы возвысить массовые желания.

Интересно, что фактически можно говорить, что ожидания потребителей в последствии оказывают влияние и на их поведение, и на отношения с окружающим миром, из-за которых создается определенная социальная планка. Этот тезис можно рассмотреть, исходя из реакции потребителей на новинки, выпускаемые на рынке. Люди стремятся не только к потреблению, но и к эксклюзивным впечатлениям. Примерами таких компаний могут быть Rolex, которые продают статус, то есть определенное ощущение, а не часы, или Apple, предоставляющие покупателю принадлежать к определенному классу людей, а не набор действительно качественных функций смартфона. Это вновь указывает на материалистическую культуру, когда на первый план выходят не только функции товаров, но и их символическая значимость.

Как говорилось изначально, сейчас экономика развивается крайне стремительно, поэтому ожидания потребителей также кардинально меняются. Они становятся более требовательными и осведомленными, что создает необходимость для компаний подходить к своим предложениям абсолютно по-новому. Появление цифровых платформ, а также последующее развитие новых технологий привело к наиболее высоким ожиданиям со стороны потребителей [10]. Сейчас для них становятся ценными не только высокое качество и доступная цена, но и инновационные функции, уникальный опыт использования и персонализированные решения. Исходя из этого, компании начинают воспринимать ожидания потребителей как динамичный элемент, требующий постоянного мониторинга и анализа.

Также следует сказать про иллюзию выбора и свободы. Современное общество часто позиционирует себя с позиции «абсолютно свободного», однако внутри этой свободы есть ряд противоречий. Исходя из материалистической культуры, о которой говорил Г. Маркузе, иллюзия выбора становится темой основного анализа. Массовое потребление и производство, с которыми связаны ключевые сферы жизни, создает иллюзию свободы выбора товаров и услуг, но в действительности этот выбор сильно ограничен. Он формируется через маркетинговые стратегии, реализуемые через разного рода манипуляции средствами массовой информации и общественным мнением. Так, люди верят, что делают свободные выборы, хотя на самом деле их

решения определяются заранее заданными рамками. Таким образом, создается мощная система, в которой каждая приобретенная вещь или услуга лишь подтверждает навязанное представление о счастье, успехе и благополучии. Люди начинают ассоциировать свою идентичность не с личными достижениями или внутренними качествами, а с накопленными материальными благами. Исходя из этого, иллюзия выбора ведет к ситуации, когда подменяется суть свободы, а потребитель оказывается не в состоянии распознать, что его желания и потребности являются отражением внешнего воздействия, а не искренними стремлениями.

Таким образом, современный массовый человек как потребитель является сложным и многогранным, поэтому не может быть однозначно охарактеризован только посредством материалистической культуры. Потребности, сформированные под влиянием общественных, экономических и культурных условий, приводят к созданию уникальной идентичности, основывающейся на потреблении. Нужно также учитывать влияние технологий и медиаполя на формирование и изменение этих потребностей. Кроме этого, социальные сети и СМИ также создают новые формы взаимодействия и связи между людьми. Они становятся не только каналами для распространения информации, но и важными инструментами для формирования общественных ожиданий и норм.

В заключение надо сказать, что переход от массового человека к интеллектуальному лидеру как к новому действующему субъекту новой, глобальной, экономики, обладающему принципиально отличающимся мышлением, учитывающим специфику цифровой трансформации, особенности ценностей информационного общества, задачи государственного масштаба, заключающиеся в достижении баланса между решением глобальных проблем современности и обеспечением национального суверенитета, требует инновационного прорыва в социально-гуманитарном знании [6, 21]. Интеллектуальный лидер должен обладать крупномасштабным стратегическим мышлением, должен уметь предвидеть ближайшие последствия своих решений, должен пересмотреть собственные подходы к удовлетворению своих потребностей. Политэкономические условия стратегического управления талантами представляется нам важнейшей проблемой социально-экономического развития. Мы предлагаем кардинально пересмотреть позицию современной науки на модернизацию производительных сил и производственных отношений, она не может проходить стихийно. Появление нового человека (новое мышление, новые ценности и пр.) и новых технологий, кратко увеличивающих производительность, требует разработки новых стратегических ориентиров социально-экономического развития цивилизации в целом и государства в частности, обоснования новых принципов кадровой политики, появления новой экономической среды, новой экосистемы, отличительными особенностями которых будет преобразование массового человека в интеллектуального лидера, способного взять на себя ответственность за выживание цивилизации как за первостепенную задачу экономики.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артамонова Я.С., Фридман М.Ф. Кадровое обеспечение шестого технологического уклада: стратегические приоритеты и образовательный потенциал // Бизнес, власть и общество: философско-экономические основания стратегического управления. Монография. Под ред. М.Ф. Фридмана. Электронное издание. – М.: Издательство «Перо», 2025. – С.160-179
2. Балашов А.М. Цифровизация и внедрение технологий «Индустрии 4.0» в бизнес-процессы предприятий традиционных отраслей экономики // Теоретическая экономика. 2024. Том 114. № 6. с.41-49
3. Бехманн, Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний: монография / Г. Бухман; перевод с немецкого А. Ю. Антоновского [и др.]. — Москва: Логос, 2020. — 248 с.
4. Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие: монография / Е. М. Каз, И. В. Краковецкая, Е. В. Нехода, Н. А. Редчикова. — Томск: ТГУ, 2020. — 214 с.
5. Войтов, А. Г. Хозяйство, экономика, рынок (Политэкономия XXI века): монография / А. Г. Войтов. — Москва: Дашков и К, 2019. — 376 с.
6. Иванов Н.М., Фридман М.Ф. Мировые тенденции государственно-частного партнёрства в области социально-экономического развития // Бизнес, власть и общество: философско-экономические основания государственно-частного партнерства. Учебное пособие. Под ред. М.Ф. Фридмана. Электронное издание. – М.: Издательство «Перо», 2025. – С. 220-275
7. Карасева Л.А. Нужна ли современным теориям экономики методологическая культура политико-экономического исследования? // Теоретическая экономика. 2024. Том 116. № 8. с.12-24
8. Коротаева, М. В. Успешность различных моделей лидерства в современной российской реальности: монография / М. В. Коротаева. — Москва: Проспект, 2021. — 46 с.
9. Лидерство: сборник. — Москва: Альпина Паблшер, 2016. — 224 с.
10. Логвинов В.А., Наливайченко Е.В. Инфраструктурное обеспечение цифрового предпринимательства // Теоретическая экономика. 2023. Том 108 № 12. с.65-76
11. Маркузе, Герберт Одномерный человек / Герберт Маркузе; [пер. с англ. А. А. Юдина]. - Москва : АСТ, 2009. - 331, [2] с.
12. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс: Сб.: Пер. с исп. / Х. Ортега-и-Гассет. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2002, - 509, [3] с. - (Philosophy).
13. Политэкономические императивы развития: монография / под редакцией М. Л. Альпидовской, А. Г. Грязновой. — Москва: Проспект, 2019. — 576 с.
14. Развитие современной России: проблемы воспроизводства и созидания: сборник научных трудов / под редакцией Р. М. Нуреева, М. Л. Альпидовской. — Москва: Финансовый университет, 2015. — 2242 с.
15. Семенова В.И., Фридман М.Ф. Кадровое обеспечение инновационного прорыва усилиями науки и образования // Бизнес, власть и общество: философско-экономические основания стратегического управления. Монография. Под ред. М.Ф. Фридмана. Электронное издание. – М.: Издательство «Перо», 2025. – С.218-228
16. Тузиков, А. Р. Социология таланта / А. Р. Тузиков, Р. И. Зинурова. — Казань: КНИТУ, 2022. — 96 с.
17. Управление талантами: дайджест: сборник научных трудов / В. С. Катькало, С. В. Киселев, М. В. Иванющенко [и др.]; под редакцией В. С. Катькало, М. В. Иванющенко. — Москва: Высшая школа экономики, 2023. — 112 с.
18. Управление талантами и трансформация корпоративной культуры. Материалы Международной конференции «HR-тренд 2015: управление талантами и трансформация корпоративной культуры» (13–14 ноября 2015 г., г. Томск): материалы конференции / под редакцией О. Б. Алексеев [и др.]. — Томск: ТГУ, 2016. — 244 с.

19. Устойчивое развитие России в условиях глобальных изменений: монография / М. Ю. Евсин, И. В. Измалкова, Т. Ю. Исмаилова [и др.]; под общей редакцией Н. Н. Нестеровой, О. Ю. Смысловой. — Тамбов: ТГУ им. Г.Р.Державина, 2023. — 106 с.
20. Фридман М.Ф. Кадровая политика цифровой экономики в условиях глобализации стратегического управления // Бизнес, власть и общество: философско-экономические основания стратегического управления. Монография. Под ред. М.Ф. Фридмана. Электронное издание. – М.: Издательство «Перо», 2025. – С. 93-105
21. Фридман М.Ф., Хасанов М.Т. Индикаторы и инструменты оценки эффективности взаимодействия бизнеса, власти и общества // Бизнес, власть и общество: философско-экономические основания государственно-частного партнерства. Учебное пособие. Под ред. М.Ф. Фридмана. Электронное издание. – М.: Издательство «Перо», 2025. – С. 276-309
22. Цифровые технологии и устойчивое развитие региона: монография / под редакцией О. Л. Некрасовой. — Донецк: ДонГУ, 2024. — 311 с.
23. Чиканова Е.С. Представление о новой экономической реальности в теоретическом исследовании // Теоретическая экономика. 2023. Том 107. № 11. с.21-31
24. Чирков А.П. Концепция технологического развития и новый технологический уклад // Теоретическая экономика. 2023. Том 103. № 7. с.20-31
25. Шурчкова Ю.В. Стратегия интеллектуального лидерства при осуществлении маркетинговых коммуникаций в сети Интернет // Креативная экономика. 2011. №11. С. 94 - 99

# Political and economic conditions for strategic talent management: from a mass person to an intellectual leader

**Ivanov Nikita Maksimovich**

Postgraduate student,

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russian Federation

E-mail: zoomzoob@gmail.com

**Fridman Mikhail Feliksovich**

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russian Federation

Email: zoomzoob@gmail.com

**Khasanov Magomed Turkoevich**

Postgraduate student,

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russian Federation

E-mail: mkhasanov-01@mail.ru

## KEYWORDS

political economic conditions, globalization, multipolar world, digital transformation, strategic management, talent management, mass man, intellectual leader, innovative breakthrough, national sovereignty

## ABSTRACT

Entering the information society, characterized by the intensive implementation of innovative technologies (robotics, artificial intelligence, additive technologies, big data, cloud computing, augmented reality, etc.), business and government increasingly pay attention to the problem of strategic talent management, starting with professional selection, diagnostics (identification), adaptation, retention and ending with training, development, promotion, motivation and control. Along with specific methods for determining the outstanding abilities of an individual, with a wide range of HR tools, the political and economic conditions of strategic talent management have a decisive influence. In particular, if we resort to the currently widespread PESTEL analysis, it becomes obvious that political, economic, social, technological, environmental and legal factors largely shape conceptual and methodological approaches to strategic talent management. A talented person, from our point of view, arises as a response of society to the challenge of the era. It is he who creates the socio-cultural environment, builds relationships with the authorities and other socio-political forces, creates innovative tools and technologies (regardless of the sphere of their application), changes the boundaries of the legal field (talent is freedom-loving by nature). These circumstances, in turn, most significantly affect the relationship between man and society, determine his needs and interests. Traditionally, Russian literature, which to a certain extent took on the functions of Russian philosophy, raises the theme of the disgraced hero, and then the «superfluous man» and, finally, the «little man», each of whom is in a complex relationship with society. Recently, in modern history, the subject of research in social and humanitarian science has become the «mass man», as well as the other extreme - the «leader». In the context of behavioral economics, we believe it is extremely important to analyze the transformation of a new economic subject from a mass man into an intellectual leader - a key driver of an innovative breakthrough in the conditions of a systemic crisis, which is the purpose of this article