

DOI: 10.37930/2782-618X-2023-2-2-13-22

**С. Д. Бодрунов**

Институт нового индустриального развития (ИНИР) имени С. Ю. Витте (Санкт-Петербург, РФ)

## ПРИРОДА ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И «КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ»

**Аннотация:** дается критический анализ распространенных взглядов на проблемы, связанные с творческой деятельностью, на состав и роль «креативного» класса и «креативных индустрий». Показано, что многие расхожие взгляды не выдерживают ни теоретической, ни эмпирической проверки. В то же время эти искаженные представления отражают возросшую роль творческой деятельности и те рамки, в которых она находится в условиях современного капитализма. Приводится авторский взгляд на природу и перспективы творческой деятельности, которая должна быть поставлена на службу Человеку в его развитии.

**Ключевые слова:** творческая деятельность, креативный класс, креативные индустрии, познание, технологии, ноономика, ноочеловек.

**Для цитирования:** Бодрунов С. Д. (2023) Природа творческой деятельности и «креативные индустрии» // Ноономика и ноообщество. Альманах трудов ИНИР им. С. Ю. Витте. Т. 2, № 2, С. 13–22. DOI: 10.37930/2782-618X-2023-2-2-13-22

**Sergey D. Bodrunov**

S.Y. Witte Institute for New Industrial Development (Saint Petersburg, Russia)

## THE NATURE OF CREATIVE ACTIVITY AND “CREATIVE INDUSTRIES”

**Abstract:** the article critically analyzes the widespread views on the problems associated with creative activity, on the composition and role of the so-called creative class and creative industries. The author shows that many popular views, despite their widespread prevalence, do not stand up to either theoretical or empirical testing. At the same time, these distorted ideas did not appear from scratch, but reflect, firstly, the increased role of creative activity, and, secondly, the specific framework in which creative activity is placed in the conditions of modern capitalism. The author contrasts these ideas with his own view of the nature and prospects of creative activity, which can and should be put at the service of the goals of human development.

**Keywords:** creative activity, creative class, creative industries, cognition, technology, noonomy, noohuman.

**For citation:** Bodrunov S.D. (2023) The nature of creative activity and “creative industries”. *Noonomy and Noosociety. Almanac of Scientific Works of the S.Y. Witte INID*, vol. 2, no. 2, pp. 13–22. DOI: 10.37930/2782-618X-2023-2-2-13-22

**博德鲁诺夫S. D.**

维捷新兴工业发展研究所(俄罗斯, 圣彼得堡)

## 创造活动性质与“创新工业”

**摘要:**文章批判性地分析了常见的关于创造活动方面问题以及“创新”阶层和“创新工业”的构成和作用的观点。作者说明了这些观点都经受不住理论和实践的检验。并且,这些被扭曲的认识反映了创造活动作用的增强和现代资本主义社会环境对它的限制。作者阐述了自己对这种应服务于人类及其发展的创造活动的性质和前景的看法。

**关键词:**创造活动、创新阶层、创新工业、认识、技术、智慧经济、智慧人

**引用注释:**博德鲁诺夫S. D. (2003) 创造活动性质与“创新工业”//智慧经济与智慧社会. 维捷新兴工业发展研究所论文选.vol. 2, no. 2, pp. 13–22. DOI: 10.37930/2782-618X-2023-2-2-13-22

Тема творческой деятельности человека привлекает внимание исследователей очень давно. Ее пытаются осмыслить и философы, и социологи, и экономисты. И это понятно: творчество относится к фундаментальным характеристикам человеческого бытия и потому требует философского осмысления; творческая деятельность очевидным образом влияет на социальную стратификацию и поэтому становится предметом социологических исследований; наконец, существенное возрастание экономической роли творческой деятельности заслуживает оценки с точки зрения экономической науки.

Понимание места и роли творческой деятельности в жизни людей требует комплексного, междисциплинарного подхода. Изучение творчества с позиций какой-либо одной науки будет односторонним, а потому чревато получением искаженных, а то и ошибочных выводов.

Исследованиям в области творческой деятельности человека не повезло с терминологией. Весьма распространенные термины – homo creator, креативный класс и креативные индустрии – грешат неудачным содержательным наполнением или неправильным выбором самого термина.

Проще всего усмотреть в этом чисто терминологическую путаницу и надеяться, что все проблемы можно снять уточнением терминологии. Однако проблема куда серьезнее – «неаккуратность» в терминах связана с недостаточно глубоким пониманием природы творческой деятельности.

Неудачным представляется применение в связи с проблематикой творческой деятельности латинского термина homo creator. Почему-то его стали употреблять в смысле «творческий человек». Но по-латыни творческий человек – partum persona. А Homo Creator буквально переводится как человек-Создатель (Созидатель, Творец). Так что в таком переводе сквозит претензия на занятие места Творца. Веруем мы в Бога или являемся атеистами – с обеих позиций такая постановка вопроса (на языке так и вертится слово «подстановка»... в математике – это замещение одного другим – сиречь, подмена!) должна быть отвергнута.

И еще одно: данный термин вошел в науку совсем в другом значении и в другой области – в сфере генетической евгеники. Он применялся сторонниками евгенических теорий

для обозначения человека, представлявшего собой эталон для воспроизведения совершенного потомства.

Основатель Русского Евгенического Общества (1920–1930) академик Николай Константинович Кольцов писал в своем труде «Улучшение человеческой породы»: «И до сих пор еще многие социологи наивно – с точки зрения биолога – полагают, что всякое улучшение в благосостоянии тех или иных групп населения, всякое повышение культурного уровня их должно неизбежно отразиться соответствующим улучшением в их потомстве, и что именно это воздействие на среду и повышение культуры и являются лучшими способами для облагораживания человеческого рода. Современная биология этот путь отвергает» [Кольцов, 1923, web].

А какой же путь может предложить современная биология? Читаем дальше: «Лучший и единственно достигающий цели метод расовой евгеники, это – улавливание ценных по своим наследственным свойствам производителей: физически сильных, одаренных выдающимися умственными или нравственными способностями людей и постановка всех этих талантов в такие условия, при которых они не только сами могли бы проявить эти способности в полной мере, но и прокормить и воспитать многочисленную семью, и притом непременно преимущественно в сравнении с людьми, не выходящими за среднюю норму. Именно это преимущество и имеет евгеническую цену, так как равенство условий размножения и для выдающихся и для посредственных приведет только к увеличению всего народонаселения и не изменит в желательную сторону наследственных свойств человеческой расы. Та нация, которая больше других умеет ценить свои таланты и научиться достаточно рано ставить их в лучшие условия существования, даст человеку наибольшее число представителей наивысшего типа *Homo creator*» [Кольцов, 1923, web]. При этом, по мнению Кольцова, происходит дивергенция человечества на два разных биологических типа людей: «Здесь ясно обнаруживаются два основных типа людей: человек-творец, активно прокладывающий новые пути и отстаивающий свои взгляды, это – *Homo explorans* или *Homo creator*, и инертный пассивный человек – *Homo inertus*, избегающий вступать в борьбу» [Кольцов, 1923, web].

Времена Кольцова давно прошли, его модные в свое время идеи, превратно истолкованные известными апологетами «улучшения человеческой породы», с развитием науки о человеке и обществе утратили научную обоснованность. А термин – благополучно перекочевал в современную соционауку.

С точки зрения современной науки способность к творчеству (как любые свойства человека) имеет биологические предпосылки, различные у разных людей. Но сама способность к творчеству – свойство, имеющее сугубо социальное происхождение. Во всяком случае, существует проблема соотношения влияния на творчество биологических предпосылок и общественных условий. Например, никто еще не открыл биологически врожденную способность человека решать проблемы физики элементарных частиц без соответствующего образования, без сложного математического аппарата и оборудования – а они-то точно имеют не биологическую природу!

Так что заимствовать у сторонников евгеники термин *homo creator*, за которым тянется шлейф сомнительных теоретических воззрений, – не лучший выбор.

По иным причинам не повезло исследованиям творческой деятельности человека с терминами, использующими прилагательное креативный: креативный класс, креатив-

ные индустрии. Против самих терминов возразить нечего, но их содержательное наполнение, получившее широкое распространение в науке, уводит от их буквального значения – тем самым совершается «подстановка» смыслов – неверное толкование понятия творчества. Под креативностью начинают понимать оригинальность, изобретательность (в смысле изворотливости, а не способности изобретать), ловкость, способность выделиться и удивить.

Почему это происходит? – Ответ не лежит на поверхности, он требует экономического, даже в некотором роде – политэкономического анализа.

Смещение понятий связано, на наш взгляд, с неточным толкованием природы творческой деятельности под влиянием особенностей современного капитализма.

Творчество теснейшим образом связано с процессом познания, и в основе его лежит получение новых знаний в процессе постижения объективной истины и применение этих знаний в практической деятельности.

При этом нельзя сказать, что креативные индустрии вообще не имеют отношения к творчеству. Однако в большинстве сфер, которые принято относить к креативным индустриям, концентрируются не собственно творческие процессы, но в большей мере – процессы преобразования знаний из одной формы в другую, приспособляемую для конечного пользователя (превращение технического замысла в чертеж, запись исполнения песни на технические носители и т. п.). Конечно, и тут есть элемент творческого процесса – в виде создания новой формы существования знаний или образов: например, создание и первое исполнение песни – несомненно, творческий акт, но лишь в той мере, в какой он несет в себе приращение человеческой культуры.

Однако значительная часть «креативности», нацеленная на достижение рыночного эффекта, используется для формирования и навязывания покупателю фальшивых, симулятивных потребностей, для изобретения товаров-симулякров, создающих иллюзию удовлетворения этих потребностей. Рынок готов увлечь потребителя на сколь угодно извращенные пути, лишь бы это способствовало сбыту продукта. Как замечает С. Жижек: «Сегодня все больше и больше сам культурно-экономический аппарат, чтобы воспроизводить себя в условиях рыночной конкуренции, вынужден не только терпеть, но и непосредственно провоцировать все более сильные шокирующие эффекты и продукты» [Zizek, 2008, web]. И креативный класс активно вовлекается в создание подобного рода «креативов». Креативный класс – это во многом результат современных тенденций в развитии сферы услуг, для которых характерна гипертрофия финансового и развлекательного секторов, причем в последнем рыночно ориентированная массовая культура агрессивно вытесняет подлинную [Данилов-Данильян, 2009].

Нашумевшая теория креативного класса американского социолога Ричарда Флорида [Флорида, 2005] во многом является отражением той деформации, которой в системе современного капитализма подвергаются как сама творческая деятельность, так и теоретические представления о ней. Флорида избегает точных определений фундаментальных теоретических предпосылок, из которых он исходит, заменяя их расплывчатым описанием (что вообще свойственно западным общественным наукам). Это дает возможность выбора расплывчатых и произвольно подбираемых эмпирических критериев, что приводит к высокой степени субъективности при отнесении профессиональных групп к креативному классу. Флорида, по существу, проигнорировал мнение основоположника теории креатив-

ной экономики Дж. Хоукинса, который отмечал сложность точного теоретического разграничения творческой и нетворческой деятельности [Howkins, 2001].

Трудно не согласиться с мнением, что «в современных индустриальных обществах в работе почти всех профессиональных групп сочетаются творческие и просто исполнительские задачи. Технологически продвинутые производственные процессы и современные сложные формы экономической организации столкнулись бы с серьезными сдвоями, если бы значительная доля людей, занятых в промышленном производстве, не обладала «скрытыми» знаниями и способностью творчески подходить к решению проблем» [Krätke, 2010, p. 837]. А разве не креативность позволяет бедным работникам выкручиваться и выживать в рискованной среде современных капиталистических городов? [Wilson, Keil, 2008].

Основанные на весьма неопределенных критериях рекомендации Ричарда Флориды по привлечению креативного класса в города, чтобы стимулировать их экономическое развитие, оказались столь же неоднозначными по своим последствиям: в зависимости от того, какие критерии выбирали исследователи этих процессов, результаты получались различные, подчас – прямо противоположные. Ряд исследователей эмпирической достоверности рекомендаций Флориды находили, что наличие креативного класса позитивно влияет на экономическое развитие [Степанова, 2020, с. 159–161]. Другие настаивали: «Креативный класс последовательно проваливал многочисленные статистические тесты, чтобы объяснить либо рост числа рабочих мест, либо рост заработной платы, либо абсолютный уровень заработной платы. Кроме того, индивидуальные характеристики креативного класса – талант, технологии и терпимость – отрицательно коррелировали со всеми нашими экономическими показателями» [Houman and Faricy, 2009, p. 329].

Даже мотивы Ричарда Флориды ставились под сомнение. Ряд исследователей считал, что его рекомендации служат оправданием мер по реструктуризации городов в пользу определенных функциональных элит в рамках неолиберальной модели общества [Brenner, Theodore, 2002].

Многочисленные критики концепции Флориды отмечали его тенденцию к признанию творческого характера деятельности лишь за определенной элитной группой профессионалов. В связи с этим представлялась сомнительной правомерность отнесения к креативному классу финансистов, представителей бизнес-консалтинга и политиков [Huffs Schmid, 2002; Zeller, 2004; Huffs Schmid et al., 2007; Krätke, 2010, p. 838].

Стремясь отвергнуть эти претензии, Флорида, по сути, дезавуировал собственную теорию креативного класса: «Каждый отдельный человек обладает творческим потенциалом», – заявил он 2 октября 2012 г. на ежегодной конференции Совета Международного экономического развития в Хьюстоне. – «У нас в сфере услуг трудятся миллионы американских работников, от парикмахеров до фабричных рабочих, которые отличаются высокой креативностью. Мы просто не привлекаем их и их творческую энергию так эффективно, как следовало бы» [Starnier, 2012 web].

Действительно, творчество – неотъемлемый атрибут человеческой деятельности, даже в самом рутинном, шаблонном, монотонном труде есть крупицы творчества. И есть элементы познания хотя бы в том факте, что в любом трудовом процессе формируется идеальный образ конечного результата. И этот образ человек должен создать сам – пусть даже с помощью внешних инструкций. Но когда мы говорим именно о творческой деятельности,

мы имеем дело с иной мерой присутствия творчества, при которой оно становится определяющим фактором деятельности.

Понятно, что никакая классификация профессий не позволяет однозначно отобрать профессиональные группы, занятые творческой деятельностью, и отсеять те, которые творческой деятельностью не заняты. Таким образом можно выделить лишь группы, занятые преимущественно творческой деятельностью, точнее говоря, группы, в деятельности которых творческая компонента является определяющей. При этом не удастся точно установить, на что направлена творческая активность этих групп, и не нацелено ли их творчество лишь на демонстрацию новизны и оригинальности полученных результатов вне зависимости от того, в чем они состоят.

Еще менее пригоден для выделения сфер творческой деятельности отраслевой подход – выделение так называемых креативных индустрий. В каждой креативной индустрии, сколь бы важную роль в ней ни играла творческая деятельность, значительное место занимает персонал, выполняющий рутинные вспомогательные работы. Вряд ли офис-менеджера в научно-исследовательской организации можно записывать в креативные работники.

Чтобы точнее определиться с критериями творческой деятельности, нужно глубже вникнуть в ее содержание. И очередной вопрос, который надо решить, был поставлен выше. Каковы не только содержание, но и цель творческого процесса? Что и для чего мы «творим»? Ведь «натворить» можно такого, что сами ужаснемся... И если процесс творческой деятельности опирается прежде всего на приобретение новых знаний и их применение в технологиях (производственных, социальных или культурных), то результат творческой деятельности определяется его соотношением с человеческими потребностями. И если эти потребности разумны и рациональны, направлены на создание условий для развития человека, то и творчество будет разумным.

А если нет? Творческим характер деятельности остается и в этом случае, но он выступает как своего рода «кража» творческих способностей людей, вычитание из мира творчества, ориентированного на развитие человека, в пользу сотворения мира фальшивых, иллюзорных благ и «творческого» навязывания этого мира потребителю.

Являются ли творческими людьми разработчики программ для алгоритмической торговли на фондовой бирже или создатели таргетированной рекламы в Интернете, опирающиеся на сложный анализ больших данных о предпочтениях покупателей? Разумеется, да. И это творчество играет важную роль в функционировании современной капиталистической экономики. Без рекламы и фондового рынка современный капитализм функционировать не может. Но есть грань, за которой борьба за частные интересы превращается в борьбу за успех любой ценой – ценой расшатывания финансового рынка или формирования у покупателя «наведенных» симулятивных потребностей. Такое творчество оборачивается поиском средств, позволяющих отвлекать ресурсы от человеческого развития в пользу чисто экономических критериев успеха. И неважно, что за этим успехом стоит.

Разумеется, творчество, как и любая деятельность человека, подчинено господствующим социально-экономическим условиям. В настоящее время эти условия оказывают двойственное воздействие на применение творческого потенциала человека. С одной стороны, резко возрастает значение познания, научных исследований и опытно-конструкторских разработок, которые становятся главным двигателем прогресса производства. Это определяется характером современного материального производственного процесса,

развитие которого зависит от новых знаний, воплощаемых в новые технологии и изделия. С другой стороны, возрастает значимость знаний, нацеленных на извлечение прибыли из финансовых спекуляций и формирование иллюзий как новых потребностей, так и их удовлетворения. «Творцы иллюзий» (будь то материальных или духовных – неизвестно еще, какие опаснее) потому и занимают почетное место в креативном классе, оттеснив ученых, педагогов и врачей на второй план.

Должны ли мы восторгаться, например, творческими достижениями исследователей в области искусственного интеллекта, ориентированными на манипулирование нашим потребительским выбором? [Dezfouli et al, 2020 web]. – Полноте, являются ли эти люди творцами в подлинном смысле слова? Когда поиски нового знания и организация его применения в практической деятельности нацелены не на само знание и получаемые на его основе технологии, а на коммерческий успех, это значит, что творческий процесс зажат в узкие рамки, и представитель креативного класса не столько творит, сколько исполняет предписанную ему программу погони за финансовым успехом. И проще всего этот успех достигается за счет того, что является имитацией творчества.

Хуже того, в стремлении подчинить всякую, в особенности творческую, деятельность погоне за прибылью идет подрыв и деформация социально-культурных норм, компенсирующих разлагающее влияние «морали чистогана». Предпринимаются немалые усилия, «чтобы размыть любые базовые понятия человеческой культуры и оставить на месте этой культурной пустыни одни лишь экономические соображения, служащие оберткой для жажды наживы, расшатать под видом расширения различных «прав» моральные устои, служащие естественными ограничителями меркантилистской экспансии» [Бодрунов, 2022, с. 19].

Творчество раздвоилось, и значительная часть продуктов творчества противостоит человеку как отчужденная от него, и даже – враждебная ему – сущность. «Человеческий индивид представляется всецело погруженным во всеподчиняющий нечеловеческий и противочеловеческий мир вещей-объектов, где нет и не может быть места для его подлинной суверенности в качестве субъекта-творца» [Батищев, 2015, с. 199].

Как же преодолеть эту раздвоенность?

Ответ дает теория ноономики – необходимо, чтобы «ноо» (разумность) стала ведущим критерием приобретения и использования новых знаний. Невозможно принудить человека разумно относиться к самому себе и своей роли в мире повседневной деятельности, особенно, если социально-экономические условия стремятся навязать ему экономически рациональное, но по-человечески неразумное поведение. Отказ от эксплуатации творческого потенциала человека (в том числе и своего собственного) ради погони за прибылью возможен, если изменятся общественные критерии, с которыми мы подходим к процессу творчества и его результатам.

Принуждение может давать некоторый результат даже в творческой деятельности, однако этот инструмент имеет свои пределы. Принуждением нельзя добиться, чтобы критерии разумности в творчестве вошли в плоть и кровь каждого человека, потому что ограничение свободы воли неизбежно деформирует систему его целей и ценностей.

Теория ноономики подсказывает выход из этого положения – это постепенное снятие экономических критериев человеческой деятельности на основе прекращения борьбы за ресурсы производства и потребления (на соответствующей технологической базе –

в основном безлюдного производства). Эти критерии заменяются критериями того разума и той культуры, которые формируются на основе материальных предпосылок перехода к ноообщественному этапу человеческой истории, когда деятельность человека будет обращена на обеспечение условий его развития.

Переход к новому индустриальному обществу второго поколения (НИО.2) создает для этого необходимые материальные предпосылки. «...Объективные процессы развития знаниеинтенсивного производства в НИО.2 будут все более высвобождать время человека для саморазвития, образования, творчества. Более того, в самой сокращающейся трудовой деятельности будет с неотвратимой очевидностью возрастать творческая компонента. В том случае, когда деятельность человека станет по преимуществу творческой, его предпочтения постепенно будут смещаться от погони за объемами материальных благ и услуг к самореализации личности в процессе творческой деятельности» [Бодрунов, 2021, с. 26].

Так что не homo creator и не «креативный класс», а ноочеловек, который не вообще «творит», а творит разумно. Вместо прямого принуждения или принуждения экономической необходимостью – образование, воспитание и повышение культурного уровня. Тогда разумные критерии творческой деятельности станут критериями, отражающими внутреннюю убежденность человека.

### Список литературы

- Батищев Г. С. (2015) Деятельностная сущность человека как философский принцип // Батищев Г. С. Избранные произведения / под общ. ред. З. К. Шаукеновой. Алматы: Институт философии, политологии и религиоведения КН МОН РК.
- Бодрунов С. Д. (2021) От хомо экономикус – к хомо сапиенс // Вопросы философии. № 12. С. 18–31.
- Бодрунов С. Д. (2022) От экономических интересов – к нооценностям // Вопросы философии. № 7. С. 15–26.
- Данилов-Данильян В. (2009) Глобальный кризис как следствие структурных сдвигов в экономике // Вопросы экономики. (7):31–41. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2009-7-31-41>
- Кольцов Н. К. (1923) Улучшение человеческой породы. Петроград: Время. URL: <https://oleg-devyatkin.livejournal.com/60218.html>; <https://oleg-devyatkin.livejournal.com/59987.html>; URL: <https://oleg-devyatkin.livejournal.com/59892.html> (дата доступа: 27.06.2023).
- Степанова Т. Д. (2020) Развитие теории креативного класса: зарубежная и российская экономическая мысль // Вопросы политической экономии. №3. С. 153–169.
- Флорида Р. (2005) Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI.
- Brenner N. and Theodore N. (Eds.) (2002). Spaces of Neoliberalism. Urban Restructuring in North America and Western Europe. Oxford: Blackwell.
- Dezfouli A., Nock R., Dayan P. (2020). Adversarial Vulnerabilities of Human Decision-making. PNAS. Vol. 117, No. 4. 29221–29228. URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.2016921117> (Accessed: 26.06.2023).
- Howkins J. (2001). The Creative Economy. How People Make Money from Ideas. London and New York: Penguin Press.
- Hoynan M., Faricy C. (2009). It Takes a Village: A Test of the Creative Class, Social Capital, and Human Capital Theories. *Urban Affairs Review*. Vol. 44. No. 3. Pp. 311–333.

- Huffschnid J. (2002). Politische Ökonomie der Finanzmärkte [Political economy of financial markets]. Hamburg: VSA.
- Huffschnid J., Köppen M., and Rhode W. (Eds.) (2007) Finanzinvestoren: Retter oder Raubritter? Neue Herausforderungen durch die internationalen Kapitalmärkte [Financial investors: saviours or robber barons. New challenges by the international capital markets]. Hamburg: VSA.
- Krätke S. (2010). 'Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory. *Journal of Urban and Regional Research*. Vol. 34. No. 4. Pp. 835–853. DOI:10.1111/j.1468–2427.2010.00939.x
- Starner R. (2012). The Rise of Richard Florida – Revisited. URL: <https://creativeclass.com/articles/Site%20Selection.pdf> (Accessed: 26.06.2023).
- Wilson D. and Keil R. (2008). The real creative class. *Social and Cultural Geography*. Vol. 9. No. 8. Pp. 841–847.
- Zeller C. (Ed.) (2004). Die globale Enteignungsökonomie [The global dispossession economy]. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Zizek S. (2008). When Straight Means Weird and Psychosis is Normal. URL: <https://www.lacan.com/ripley.html> (Accessed: 26.06.2023).

### References

- Batishchev G. S. (2015). Active Essence of Human as Philosophical Principle. In: *Izbrannyye proizvedeniya*. Almaty: Institute of Philosophy, Political Science and Religious Studies KN MON RK. (In Russ.).
- Bodrunov S. D. (2021). From Homo Economicus – To Homo Sapiens. *Voprosy filosofii* [Issues of Philosophy]. No. 12. Pp. 18–31. (In Russ.).
- Bodrunov S. D. (2022). From Economic Interests to Noovalues. *Voprosy filosofii* [Issues of Philosophy]. No. 7. Pp. 15–26. (In Russ.).
- Danilov-Daniliyan V. (2009). Global Crisis as a Consequence of Structural Shifts in the Economy. *Voprosy Ekonomiki* [Issues of Economy]. No. 7. Pp. 31–41. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2009-7-31-41> (In Russ.)
- Koltsov N.K. (1923). *Improvement of the Human Breed*. Petrograd: Vremya. URL: <https://oleg-devyatkin.livejournal.com/60218.html>; <https://oleg-devyatkin.livejournal.com/59987.html>; URL:<https://oleg-devyatkin.livejournal.com/59892.html> (Accessed: 27.06.2023). (In Russ.).
- Stepanova T. D. (2020). Development of the Theory of the Creative Class: Foreign and Russian Economic Thought. *Voprosy politicheskoy ekonomii* [Problems in Political Economy]. No. 3. Pp. 153–169. (In Russ.).
- Florida R. (2005). *The Rise of the Creative Class*. Moscow: Klassika XXI. (In Russ.).
- Brenner N. and Theodore N. (Eds.) (2002). *Spaces of Neoliberalism. Urban Restructuring in North America and Western Europe*. Oxford: Blackwell.
- Dezfouli A., Nock R., Dayan P. (2020). Adversarial Vulnerabilities of Human Decision-making. *PNAS*. Vol. 117, No. 4. 29221–29228. URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.2016921117> (Accessed: 26.06.2023).
- Howkins J. (2001). *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*. London and New York: Penguin Press.
- Hoyman M., Faricy C. (2009). It Takes a Village: A Test of the Creative Class, Social Capital, and Human Capital Theories. *Urban Affairs Review*. Vol. 44. No. 3. Pp. 311–333.

- Huffschnid J. (2002). *Politische Ökonomie der Finanzmärkte* [Political economy of financial markets]. Hamburg: VSA.
- Huffschnid J., Köppen M., and Rhode W. (Eds.) (2007) *Finanzinvestoren: Retter oder Raubritter? Neue Herausforderungen durch die internationalen Kapitalmärkte* [Financial investors: saviours or robber barons. New challenges by the international capital markets]. Hamburg: VSA.
- Krätke S. (2010). 'Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory. *Journal of Urban and Regional Research*. Vol. 34. No. 4. Pp. 835–853. DOI:10.1111/j.1468–2427.2010.00939.x
- Starner R. (2012). *The Rise of Richard Florida – Revisited*. URL: <https://creativeclass.com/articles/Site%20Selection.pdf> (Accessed: 26.06.2023).
- Wilson D. and Keil R. (2008). The real creative class. *Social and Cultural Geography*. Vol. 9. No. 8. Pp. 841–847.
- Zeller C. (Ed.) (2004). *Die globale Enteignungsökonomie* [The global dispossession economy]. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Zizek S. (2008). *When Straight Means Weird and Psychosis is Normal*. URL: <https://www.lacan.com/ripley.html> (Accessed: 26.06.2023).

### Информация об авторе

#### Бодрунов Сергей Дмитриевич

Директор Института нового индустриального развития (ИНИР) имени С. Ю. Витте, президент Международного Союза экономистов, президент Вольного экономического общества России, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор (197101, РФ, Санкт-Петербург, Большая Монетная ул., 16)  
E-mail: [inir@inir.ru](mailto:inir@inir.ru)

### Information about the author

#### Sergey D. Bodrunov

Dr. Sc. (Econ.), Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Director of the S.Y. Witte Institute for New Industrial Development (INID), President of the Commission of the Union of Economists, President of the Free Economic Society of Russia, (Bol'shaya Monetnay Str. 16, St. Petersburg, 197101, Russia)  
E-mail: [inir@inir.ru](mailto:inir@inir.ru)