



Оригинальная статья
УДК 330.1:331.101
https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_4_183_195
EDN FNVGYT

Креативный класс и творческий труд: взаимосвязь, эксплуатация и противоречия развития

Тамара Дмитриевна Степанова
Институт экономики РАН, Москва, Россия
(tamm.st@yandex.ru), (<https://orcid.org/0009-0000-6212-2132>)

Аннотация:

Развитие креативной экономики – одно из самых популярных направлений экономической теории и экономической политики на протяжении трёх десятилетий. Несмотря на постоянный рост креативного класса и государственные меры по поддержке креативного сектора размер креативной экономики остаётся на уровне 3% в среднем по миру. Цель данной статьи – показать противоречия и ограничительные факторы развития креативного класса. Аргументация и выводы статьи базируются преимущественно на политэкономическом подходе. Основными информационными источниками исследования являются следующие базы статистических данных: Росстат, ILOSTAT (занятость по профессиональным группам). Представленные в работе теоретические и эмпирические умозаключения доказывают, что количественный рост креативного класса не тождественен его качественному развитию; что статистическое измерение креативного класса через занятость в креативных индустриях существенно искажает первоначальное значение категории творческий труд и в несколько раз занижает реальную численность креативных профессионалов; что неравномерное развитие креативного класса среди стран обусловлено, с одной стороны, неравенством в экономическом развитии и интеллектуальной миграцией из периферийных государств в центр – с другой; что объединение креативных профессионалов в класс не имеет под собой экономических оснований ввиду незаконченности формирования социально-экономической стратификации; что творческое содержание труда при капиталистическом способе производства не снимает отчуждение прибавочной стоимости, и эксплуатация креативного труда приобретает новую форму – отчуждение прав интеллектуальной собственности и последующей интеллектуальной ренты.

Ключевые слова: креативный класс, творческий труд, креативная экономика, креативные индустрии, эксплуатация труда, экономическое развитие, интеллектуальная собственность, интеллектуальная рента

Для цитирования: Степанова Т.Д. Креативный класс и творческий труд: взаимосвязь, эксплуатация и противоречия развития // Уровень жизни населения регионов России. 2024. Том 20. № 2. С. 183–195. https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_4_183_195 EDN FNVGYT



RAR (Research Article Report)
https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_4_183_195

Creative Class and Creative Work: Interrelation, Exploitation and Contradictions of Development

Tamara D. Stepanova
Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
(tamm.st@yandex.ru), (<https://orcid.org/0009-0000-6212-2132>)

Abstract

The development of the creative economy has been one of the most popular areas of economic theory and economic policy for three decades. Despite the constant growth of the creative class and government measures to support the creative sector, the size of the creative economy remains at 3% on average worldwide. The purpose of this article is to show the contradictions and limiting factors in the development of the creative class. The argumentation and conclusions of the article are based primarily on a political economy approach. The main information sources of the study are the following statistical databases: Russian statistical base (Rosstat), ILOSTAT (employment by occupational groups). The theoretical and empirical conclusions presented in the work prove that the quantitative growth of the creative class is not identical to its qualitative development; that the statistical measurement of the creative class through employment in creative industries significantly distorts the original meaning of the category of creative labor and several times underestimates the real number of creative professionals; that the uneven development of the creative class among countries is due, on the one hand, to inequality in economic development and intellectual migration from peripheral states to the center, on the other; that the association of creative professionals into a class has no economic basis due to the incompleteness of the formation of socio-economic stratification; that the creative content of labor under the capitalist mode of production does not eliminate the alienation of surplus value, and the exploitation of creative labor takes on a new form – the alienation of intellectual property rights and subsequent intellectual rent.

Keywords: creative class, creative labor, creative economy, creative industries, labor exploitation, economic development, intellectual property, intellectual rent

For citation: Stepanova T.D. Creative Class and Creative Work: Interrelation, Exploitation and Contradictions of Development. *Uroven' zhizni naseleniya regionov Rossii=Living Standards of the Population in the Regions of Russia*. 2024;20(2):183–195. https://doi.org/10.52180/1999-9836_2024_20_2_4_183_195 (In Russ.)

Введение

За последние три десятилетия категория креативного труда переросла из статуса неизвестной революционной концепции до уровня одной из самых обсуждаемых предметных областей экономической теории (см. рисунок 1), влияющей на определение приоритетных направлений экономической политики. При этом, по оценкам ста-

тистики доля креативной экономики составляет всего около 3% от ВВП¹ в среднем по миру. В данной работе будут проанализированы причины такого дисбаланса между теоретическими выводами и практической реализацией концепции креативного развития, а также исследованы основные противоречия формирования «креативного класса».



Рисунок 1. Ежегодное количество исследований по креативной экономике в зарубежных и отечественных исследованиях

Figure 1. Annual Number of Studies on the Creative Economy in Foreign and Domestic Studies

Источник: составлено автором на основе данных Google Scholar analytics.²

В целом, история широкомасштабного исследования человека в экономике берет свое начало во второй половине XX века, когда экономическая теория обратила взгляд в сторону развития человеческого потенциала (в разных терминах, но всё же труды Г. Беккера и Т. Шульца совершили своего рода переворот в понимании роли человека в экономике), а на рубеже XX и XXI веков – в сторону развития креативной экономики (начиная с трудов Ч. Лэндри, Р. Флориды и Дж. Хоукинса). В настоящий момент нет никаких сомнений в том, что, помимо технологического развития, одной из главных линий экономической политики должно быть фокусирование на развитии человека и творческого труда. В этом смысле концепция креативного класса Р. Флориды выступает в качестве удачного варианта суммирования развития человеческого и творческого потенциалов в рамках одной теории.

Исследования Р. Флориды, его соавторов и последователей (К. Столарик, К. Мелландер, Э. Каррид-Халкетт и др.) [напр., 1; 2; 3; 4] базируются на тезаурусе и методологии «мейнстри-

ма» экономической теории, в то время как есть и другой блок исследователей, работы которых основаны на политэкономическом подходе (М. Лаццарато, Я. Григорова, А. Бузгалин, А. Колганов, З. Хабибуллина и др.) [напр., 5; 6; 7; 8]. Специфика первого подхода заключается в восприятии вопросов определения, состава и роста «креативного класса» с положительной коннотацией и фокусировке на исследовании стимулов миграции и предпочтений креативных работников. Для второй группы ученых данная предметная область уходит корнями к таким категориям, как творческий труд, проблема снятия эксплуатации труда и участие креативных работников в производстве товаров-симулякров.

Соответственно, в данной работе автор делает попытку заполнения «белых пятен» обоих направлений экономической мысли. Цель статьи – показать противоречия и ограничительные факторы развития креативного класса. Для этого автор ставит ряд задач: объяснить происхождение противоречий развития творческого труда, оценить корректность применения категории «класс», классифицировать факторы, сдерживающие развитие «креативного класса», а также определить природу эксплуатации творческого труда. Объектом исследования выступает «креа-

¹ Creative Economy Outlook 2022 // UNCTAD: [website]. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022> (дата обращения: 12.03.2024).

² Google Scholar analytics: [website]. URL: <https://scholar.google.com/> (дата обращения: 12.03.2024).

тивный класс» как актор производительных сил и производственных отношений на данном этапе развития капитализма. Предмет исследования – экономические основания развития творческого труда (и вытекающие из этого противоречия развития, особенности формирования «креативного класса» и т.д.).

Отдельные аспекты поставленных задач раскрываются в нескольких современных исследованиях, включая собственные наработки автора. Критическое переосмысление категории «креативный класс», а также современное понимание творческого труда можно встретить в работах А. Бузгалина, А. Колганова [7], Т. Степановой³. Проблема неравномерного распределения творческих работников в рамках отдельных стран, а также причины и последствия миграций креативных профессионалов в современных условиях наиболее широко рассмотрены в исследованиях М. Икегая, К. Деббеджа [9], С. Ляна, Ц. Вана [10], К. Лучая и соавторов [3], В. Каттивелли, А. Ставиноги [11].

Методология

В данном исследовании автор опирается на политэкономический подход, выделяя внутреннюю логику развития объекта («креативного класса») и возникающих противоречий (объективное историческое развитие творческого труда, с одной стороны, и обусловленные капиталистическим способом производства сдерживающие факторы – с другой), которые будут раскрыты в основной части работы.

Кроме того, автор кратко прибегает к использованию исторического метода, рассматривая распространение творческого труда и формирование «креативного класса» в историческом развитии и экономическом контексте для наиболее объективного определения категорий данной предметной области. В работе представляется «красная нить» трансформации объекта с признанием и отдельным рассмотрением «зигзагов» и попятного развития.

Также политэкономический подход подразумевает системность анализа с выделением «креативного класса» в качестве основной исследуемой сущности и взаимосвязанных категорий – творческого труда, классов, экономического антагонизма, отчуждения продукта труда, эксплуатации и т.д.

Несмотря на то, что понятие «креативный класс» уже прочно влилось в тезаурус экономи-

ческой теории, оно, как в своё время это было с термином «человеческий капитал», не имеет окончательного общепризнанного значения и всегда вызывает полемику. В этой связи автор считает необходимым если не дать определение, то хотя бы показать своё авторское отношение к данному понятию, поскольку это в дальнейшем определяет и специфику количественного описания «креативного класса», и рекомендации в отношении мер экономической политики.

Предлагаем тезисно проанализировать существующие определения, принадлежащие преимущественно основоположнику концепции. Изначально Р. Флорида определил креативность как «способность создавать значимые новые формы» [12, с. 19], и эта способность «превратилась в основной источник конкурентного преимущества» [12, с. 18]. Отдельно автор объясняет и свое понимание категории «класс» – это «совокупность людей, обладающих общими интересами и склонных думать, чувствовать и вести себя сходно» [12, с. 23].

Позднее Р. Флорида описывает «креативный класс» как сегмент современного общества, состоящий из людей, чья профессиональная деятельность основана на создании новых идей, технологий, содержания и креативных продуктов. Соответственно, если конкретизировать сферы деятельности, которые входят в данный «класс», то можно сказать следующее: это такие профессии, 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. Это могут быть учёные, инженеры, архитекторы, дизайнеры, писатели, артисты, музыканты, а также представители других профессий, чья работа требует творческого подхода и инновационного мышления⁴ [2; 13, с. 4].

Получается, автор концепции не даёт классического научного определения. В особенности это критично при переносе термина из социологии в экономическую теорию. Если понятие «творческий труд» было в общих чертах знакомо российской экономике и философии ещё в середине XX века (см., например, [14]), то объединение творческих работников в класс создаёт ряд новых вопросов: какие другие классы стоят в общей с креативными профессионалами классификации; есть ли класс-антагонист; каковы экономические отличия креативных работников от остальных и т.д.

³ Степанова Т.Д. Экономические основания формирования креативного класса: диссертация на соискание учёной степени кандидата экономических наук: 52.10.00 / Степанова Тамара Дмитриевна; науч. рук. А.В. Бузгалин; МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва. 2022. 115 с.

⁴ Мы не приводим эволюцию развития термина «креативный класс», поскольку определение не получило существенных дополнений в работах последователей (К. Столарик, К. Мелландер, Э. Каррид-Халкетт и др.) концепции творческих профессионалов.

Существующее определение «креативного класса» является минимально достаточным для математических методов моделирования, и далее большая часть исследователей сосредотачивается именно на этом, а методологический базис опускается. Попробуем закрыть этот пробел в методологии.

Начнём с параметра креативности, который по сути заключает в себе деятельность по созданию нового и, таким образом, позволяет отнести к не творческим профессиям те, рабочий процесс которых в большей степени состоит из рутинных, повторяющихся операций. На наш взгляд, пониманию креативного труда не хватает параметра общественной полезности. Если исследователи «креативного класса» утверждают, что творческие работники содействуют и ускоряют общественно-экономическое развитие, увеличение инновационного потенциала страны, социальный прогресс, то критерия новизны в определении недостаточно, т.к. к креативному классу в итоге причислены представители профессий, не создающих ничего общественно полезного, а зачастую и наносящие вред (менеджеры по рекламе, финансовые спекулянты, промоутеры и т.д.).

Таким образом, внутри «креативного класса» можно выделить профессии творческого по содержанию труда и креатоподобные профессии (данный термин предлагается по аналогии с термином «капиталоподобие», который служит для описания превратности понятия «человеческий капитал»⁵). Креатоподобные профессии – это, как правило, деятельность в тех отраслях экономики, которые являются основой несущих конструкций общества потребления: импульсивные покупки, ненужное и/или демонстративное потребление, товарный и денежный фетишизм и т.д.

И если кристаллизация понятия креативности с экономической точки зрения вносит не критичную погрешность в статистику, то присутствие термина «класс» накладывает большие обязательства. Учитывая множество различных социальных стратификаций общества в социологии как XX века (Дж. Голдторпа [15], Э. Райт [16], Г. Эспинг-Андерсена [17]), так и более современные (М. Сэвиджа [18], Г. Стэндинга [19]), становится понятно, что классом в данной науке считается группа людей, выделенная по определённому признаку, задаваемому автором концепции. С экономической точки зрения, таким признаком является отношение экономического агента к средствам производства и обусловленные местом в общественном воспроизводстве экономические интересы.

⁵ Хабибуллина З.Р. Человеческий капитал креативного работника: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.01 / Хабибуллина Зенфира Рафкатовна; науч. рук. Л.А. Миэринь; СПбГЭУ, Санкт-Петербург. 2021. С. 35.

К «креативному классу» относятся работники принципиально различные по отношению к средствам производства (предприниматели, наёмные работники, фрилансеры), а также и по месту в системе общественного воспроизводства (реальный сектор, сектор услуг, превратный сектор⁶, занятые в коммерческой сфере и «бюджетники»). Даже если предположить, что в данный момент, на позднем этапе капитализма, происходит размытие, диффузия классовых границ, выделение новых классов (креативные профессионалы, прекариат Г. Стэндинга [19] и Ж. Тощенко [20], социалиат А. Бузгалина и А. Колганова [7] и т.д.) является преждевременным, поскольку мы можем лишь в общих чертах объяснить характеристики новых общностей, но мало известен характер взаимоотношений между (прото)классами и более того – они имеют существенные пересечения (часть прекариата и социалиата входит в «креативный класс», прекариат ещё не полностью заменил «классический» класс рабочих, которых пока вообще некуда отнести и т.д.).

Таким образом, можно сделать промежуточный вывод о том, что «креативный класс» – это не экономический класс, а группа работников, объединенная по критерию творческого характера труда и при этом включающая в себя также и работников креатоподобного труда. Из-за многообразия элементов невозможно определить место данной группы в общественном воспроизводстве и описать общие экономические интересы, а также характер взаимоотношений с другими экономическими агентами. С экономической точки зрения, общей характеристикой для креативных работников является более высокая производительность труда и, соответственно, большее производство прибавочной стоимости [21].

Описанная в начале данного раздела методология работы в совокупности с приведёнными умозаключениями в отношении основного объекта исследования предопределяет следующие условия и рамки последующего изложения: (1) статистически «креативный класс» будет определён автором в рамках устоявшегося определения с включением в него творческих и креатоподобных профессий по причине стремления к сопоставимости данной работы с другими исследованиями, а также с учётом конкретно-исторического контекста, в котором развивается данная специфическая группа работников; (2) теоретический анализ, напротив, позволит раскрыть многообразие «креативного класса» и опосредованные противоречия и ограничения его развития.

⁶ Подробно современное общественное воспроизводство рассматривают А.И. Колганов и А.В. Бузгалин, выделяя в нём в том числе сферу производства товаров-симулякров. Подробнее см. [7].

Данные

Поскольку уже на этапе кристаллизации категории «креативный класс» возникает плюрализм мнений и несогласованность, ответственность за адекватность статистических оценок удваивается. К настоящему моменту в экономике существует три метода подсчёта количества креативных профессионалов: (1) как количество занятых в креативных индустриях (или креативной экономике); (2) как процент занятых в творческих профессиях от всех занятых или от всего населения; (3) как процент занятых в творческих профессиях от суммы опрошенных на базе исследований КОУЖ (Комплексное наблюдение условий жизни населения Росстата) и РМЭЗ НИУ ВШЭ (Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ).

Несмотря на то, что первый метод является главным на уровне государственной экономической политики и используется как один из главных характеристик креативной экономики в ряде стран, мы считаем его некорректным.

Во-первых, искажение возникает уже в самом ограничении творческого труда принадлежностью к определённой отрасли. Такой подход искажает причинно-следственные связи: эмпирические исследования (и простое понимание казуальных связей в экономике) доказали [2; 10; 13], что рост и миграции креативных профессионалов строят и развивают креативную экономику, а не наоборот, из чего понятно, что творческий труд распространён куда шире, чем отдельные очаги креативных индустрий (напомним, что на данный момент креативная экономика в среднем по миру составляет лишь около 3% от ВВП⁷, а производимый совокупный продукт творческих профессионалов интуитивно существенно больше).

Во-вторых, само понимание креативной экономики и индустрий тем больше отдаляется от первоначального определения творчества, чем больше мы переходим от теории к практике. В среднем к креативным индустриям относят «рекламу и маркетинг, архитектуру, ремёсла, дизайн промышленный и графический, создание моделей одежды, кинематографию, ТВ, видео, радио и фотографию, разработку ПО, сервисов, приложений, игр, издательское дело и прессу, музеи, галереи, библиотеки, музыку, театр и искусство»⁸. Интересно, что такие крупные сферы с преимущественно творческим содержанием труда, как

⁷ Creative Economy Outlook 2022 // UNCTAD: [website]. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022> (дата обращения: 12.03.2024).

⁸ Creative industries Economic Estimates January 2015 // Department of Culture Media and Sport: [website]. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/394668/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2015.pdf (дата обращения: 11.03.2024).

наука, медицина и образование либо вообще не входят в креативную экономику, либо включаются опосредованно.

Возникает ощущение искусственности происходящей реализации креативного потенциала стран: вместо стимулирования и ускорения развития существующих творческих профессиональных областей и инновационных предприятий (и создания новых), создаются «парники» с активным налаживанием креативного производства путем привлечения инвестиций и возвращивания под себя творческих работников, а за их пределами – нетворческая пустыня, которая не входит в статистику. Первоначальная идея развития творческого труда⁹ в некоторой степени искажается при переходе к стратегиям развития креативной экономики: акцент смещается с значимости социально-экономического развития на коммерциализацию креативного потенциала, прибыльность креативного производства. Таким образом, оценка «креативного класса» как количество занятых в креативной экономике имеет значимое расхождение с численностью «креативного класса» в целом.

Второй метод оценивания «креативного класса» разработан Р. Флоридой и широко применяется в исследованиях данной предметной области (включая статистический сборник Creative Class Group). Преимущество данного метода заключается в максимальном приближении методологии расчёта к реальности: «креативный класс» оценивается как процент занятых в творческих профессиях от занятых или от населения в целом.

У данного метода есть два серьёзных ограничения. Самый частый вопрос критиков данного подхода – по какому критерию отделять творческие профессии от не творческих. Критерий довольно простой: большую часть рабочего времени составляет именно креативная, а не рутинная деятельность. Однако объективное использование данного критерия практически невозможно, поскольку исследователи не могут оценить рабочий день каждого работника, а лишь на основании содержания труда целой профессии делают предположение о её креативности. Выходит, по данной методике мы получаем скорее численность творческого потенциала страны, а не объективную оценку сформировавшегося «креативного класса» (причём это справедливо для статистики по всем странам).

Дело усложняется тем, что практически ни одна страна в мире не даёт статистику по занятос-

⁹ Выводы основаны на авторском определении творческого труда: «Творческий труд – это (1) всеобщий, (2) созидательный труд, направленный на (3) создание нового общественно значимого блага или отношения (4) на основе самомотивации». Подробнее о выведении и аргументации категории см. [27].

ти по профессиям – только по профессиональным областям или группам. Выходит, при подсчёте в «креативный класс» попадают не только «лишние» работники в рамках какой-то специальности, но и целые профессии внутри профессиональной группы, которую относят к креативным.

Третий метод, основанный на учёте креативных работников по профессиям, с одной стороны, отсекает главное ограничение предыдущего метода, тем не менее, основная проблема кроется в релевантности предоставляемых данных. К сожалению, и КОУЖ, и РМЭЗ не релевантны по регионам, что не позволяет нам экстраполировать процент «креативного класса», посчитанный на базе данных опросов, на всю страну в целом.

Таким образом, мы делаем вывод, что в случае фокусировки исследования на оценке «креатив-

ного класса» в целом, его структуры, динамики и межстрановом сравнении, следует остановиться на методе Р. Флориды и его соавторов с использованием данных государственных статистических служб по профессиональным областям.

Ниже будет представлен ряд расчётов по России и по миру в целом. Он основан на данных трёх статистических баз – Росстата, статистической базы Международной организации труда (ILOSTAT) и статистическом сборнике Creative Class Group.

Противоречия развития

Перейдём к непосредственному анализу численности и развития «креативного класса». На данный момент во всех развитых странах доля креативных профессионалов от общего числа занятых приблизилась к 40% (см. рисунок 2).

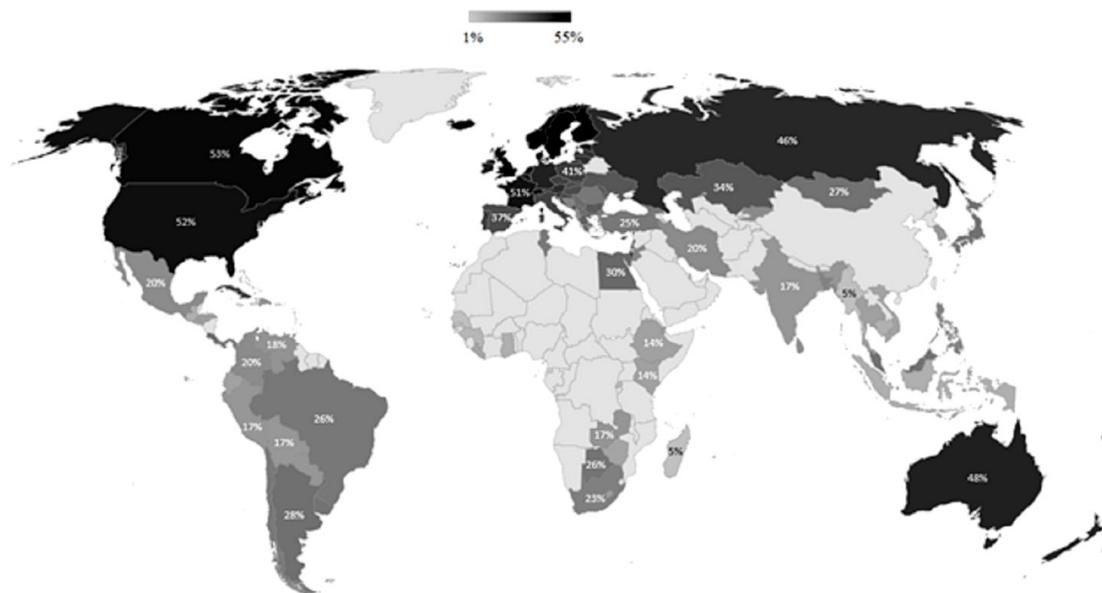


Рисунок 2. Доля «креативного класса» среди занятых по странам (1%–55%), 2022 г.
Picture 2. Share of the «Creative Class» among the Employed by Country (1%–55%), 2022

Источник: составлено автором на основе данных *Employment by Occupation* и *Creative Class Group*.

Страны, представленные наиболее светлым цветом, не предоставляют статистики, соответствующей унифицированным кодировкам профессий, что не позволяет оценить работников творческого труда. Лидерами по доле «креативного класса» стабильно на протяжении десятилетий являются Великобритания, Люксембург, Норвегия, Швеция, Исландия, Дания, Финляндия, Син-

гапур. Особый научный интерес вызывает статистика Китая (она традиционно не доступна), и по суммарному анализу ряда исследований (указанные ранее статистические базы, а также [10]) можно сделать предположение о примерно 25%-ой доле креативных профессионалов от занятых, что ставит страну на уровень с развивающимися экономиками.

Напомним, что говорилось ранее о погрешности расчёта из-за предоставления статистики по профессиональным группам, а не профессиям: представленная оценка является завышенной, причём чем выше доля «креативного класса», тем

¹⁰ Employment by Occupation // International Labour Organization (ILOSTAT): [website]. URL: https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer45/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_TEMP_SEX_OC2_NB_A (дата обращения 28.09.2023); Creative Class Group: [website]. URL: <https://creativeclass.com/research-reports/> (дата обращения: 26.09.2023)

выше расхождение с реальностью. Например, при пересчёте по России занятых в творческих профессиях по данным Росстата и РМЭЗ получилось, что доля креативных работников составляет 38% (против 46% по данным Международной организации труда), то есть расхождения по различным оценкам может доходить до 10 п.п. (в сторону уменьшения от представленных на рисунке 2 данных). Тем не менее, для первичной оценки размера и распределения «креативного класса» по миру метод является удовлетворительным, а также имеет минимальное расхождение с расчётами индекса креативности Р. Флориды.

Разрыв в доле креативных профессионалов между периферийными странами и центром составляет 1,5–2 раза, причём учитывая миграционные процессы, главным образом интеллектуальную миграцию, данный разрыв будет возрастать со временем.

Анализируя динамику «креативного класса» во времени (см. рисунок 3), можно заметить, что она имеет положительный тренд вне зависимости от уровня развития страны и наличия в нём экономической политики по развитию креативной экономики.

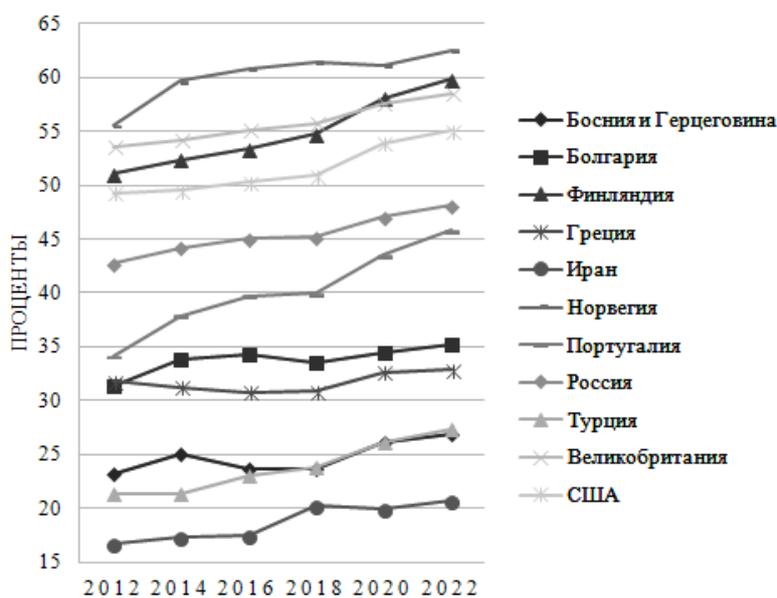


Рисунок 3. Доля «креативного класса» в процентах от занятых с 2012 по 2022 гг.
Figure 3. Share of the «Creative Class» as a Percentage of the Employed from 2012 to 2022

Источник: составлено автором на основе данных *Employment by Occupation*.¹¹

Страны выбраны практически случайным образом с целью демонстрации тенденций развития в разных типах экономик. Наличие отрицательного тренда – редкое исключение, которое не длится дольше нескольких лет. В связи с этим можно заключить, что развитие творческого труда есть объективный исторический процесс, обусловленный нормальным характером развития производительных сил общества. Его можно ускорить посредством соответствующей экономической политики (об этом речь пойдет далее), однако невозможно его остановить или обратить вспять даже в странах с глубокими социально-экономическими противоречиями. В среднем по миру за рассматриваемый период «креативный класс» вырос на 4,8 п.п., ежегодно темп роста составлял в среднем 2,2%.

¹¹ Employment by Occupation // International Labour Organization (ILOSTAT): [website]. URL: https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer45/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_TEMP_SEX_OC2_NB_A (дата обращения: 28.09.2023);

Наблюдая за мировой экономической картой, на первый взгляд может показаться, что размер и влияние «креативного класса» находятся в непосредственной связи с уровнем экономического развития страны. Этот вывод кажется логичным, ведь преуспевающие экономики, казалось бы, предоставляют лучшие условия для развития креативности, инноваций и предпринимательства. Однако более тщательный анализ показывает, что взаимосвязь между экономическим развитием и долей «креативного класса» в обществе не так уж и однозначна.

Обратимся к нескольким индикаторам качества экономического развития (ВВП на душу населения по паритету покупательной способности, индекс человеческого развития) и проранжируем их по данным показателям, добавив рейтинг по «креативному классу» (см. таблицу 1).

Creative Class Group: [website]. URL: <https://creativeclass.com/research-reports/> (дата обращения: 26.09.2023)

Таблица 1

Рейтинг стран по ВВП на душу населения, доле креативного класса и индексу человеческого развития за 2021–2022 гг.

Table 1

Rating of Countries by GDP per Capita, PPP, Share of the Creative Class and Human Development Index, 2021–2022

Страна	Рейтинг по ВВП на душу населения по ППС (2022)	Рейтинг по доле креативного класса (2021)	Рейтинг по индексу человеческого развития (2022)
Люксембург	1	2	17
Сингапур	2	8	12
Ирландия	3	16	8
Норвегия	4	3	2
Катар	5	89	42
ОАЭ	6	нет данных	26
Швейцария	7	11	1
США	8	12	21
Дания	9	6	6
Нидерланды	10	9	10
*Россия	54	21	52

Источник: составлено автором на основе данных *Employment by Occupation* и *GDP per capita (current US\$)*¹².

В таблице представлены 10 лидеров по ВВП на душу населения по ППС и их места по развитию человеческого и творческого потенциала. Простое ранжирование позволяет на базовом уровне продемонстрировать качественный разрыв между экономическим ростом и социально-экономическим развитием, а также косвенно показать разницу между развитием человеческого потенциала и его реализацией в творческом труде (подробнее см., например, [2; 10]). Высокое положение страны на мировой арене и уровень её экономического развития не залог формирования наиболее благоприятных условий для развития человеческого потенциала.

Если «креативный класс» во всех странах имеет положительную динамику (а ряд развитых стран – Великобритания, Ирландия, США и т.д. – проводит дополнительную политику, стимулирующую развитие), а исследования показывают значимое положительное влияние роста креативных профессионалов на различные социально-экономические показатели, то почему большая доля творческих профессионалов далеко не во всех странах даёт необходимый результат?

Можно сделать предположение, что между количественным и качественным развитием «кре-

ативного класса» нельзя ставить знак равенства. В начале работы мы говорили о том, что «креативный класс» включает в себя и профессии творческого содержания труда, и креатоподобные. Соответственно, если рост «креативного класса» на определённом временном промежутке обусловлен увеличением последней группы, то прирост креативных профессионалов может дать эффект в качестве роста ВВП, но не социально-экономического развития.

Например, если рассматривать временной период с 2018 по 2021 гг. в России (см. рисунок 4), то можно отметить, что при совокупном росте «креативного класса» количество работников в области исследований и разработок, здравоохранения, образования и управления сокращалось. Рост поддерживался преимущественно сотрудниками сферы бизнеса и администрирования, а также сферы ИТ. К настоящему моменту мы можем наблюдать улучшение с содержательной точки зрения.

Выходит, стагнация развития творческого потенциала может происходить и на фоне количественного роста при наличии сдерживающих факторов. И если уровень производительных сил создаёт острую необходимость роста «креативного класса», то некоторые условия современного этапа развития капитализма в целом и социально-экономических противоречий России в частности способны производить тормозящий эффект.

¹² Employment by Occupation // International Labour Organization (ILOSTAT): [website]. URL: https://www.ilo.org/shinyapps/bulkexplorer45/?lang=en&segment=indicator&id=EMP_TEMP_SEX_OC2_NB_A (дата обращения: 28.01.2024); GDP per capita (current US\$) // World bank: [website]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?end=2019&start=2019> (дата обращения: 01.01.2024)

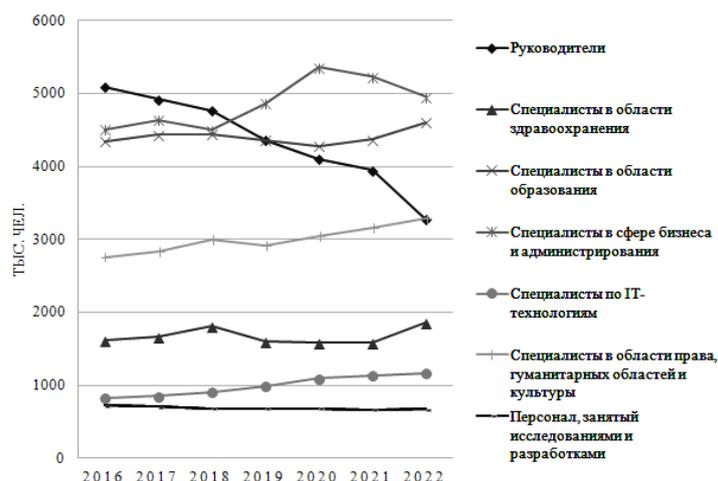


Рисунок 4. Изменение численности занятых среди специалистов высшего уровня квалификации в России в 2016–2022 гг.

Figure 4. Change in the Number of Employees among Highly Qualified Specialists in Russia in 2016–2022

Источник: составлено автором на основе данных Росстата.¹³

Предлагаем классифицировать факторы, сдерживающие развитие «креативного класса», по характеру и природе их действия применительно к специфике российской экономики (см. таблицу 2).

Таблица 2

Классификация факторов, сдерживающих развитие «креативного класса»

Table 2

Classification of Factors Slowing the Development of the “Creative Class”

Количественные факторы	Качественные факторы
1. Интеллектуальная миграция (как внутри России, так и международная эмиграция) 2. Отрицательный прирост населения	Экономические
	Культурные
	1. Прекарная занятость (часть креативных вакансий лежит в поле прекарной занятости, что ухудшает условия труда и зачастую занижает статистику по творческому труду) 2. Дестабилизация и деструкция системы образования и здравоохранения (менеджеризация, финансиализация, бюрократизация и т.д.) 3. Стратегия развития науки (снижение уровня финансирования, несогласованность целей и результатов, отсутствие реализации результатов, отток и постепенная деградация научных коллективов и т.д.) 4. Эпизодическое стимулирование спроса на креативную продукцию со стороны государства и спорадическое стимулирование её предложения (Сколково, Роснано, мегагранты, а в настоящий момент – креативные индустрии) 5. Эксплуатация творческого труда
	1. Демонстративное потребление (стимулирование товарного фетишизма и демонстративного потребления создаёт спрос на продукцию креативных профессий, стимулируя качественную стагнацию «креативного класса» 2. Расширение начальной культуры в противовес элитарной ¹⁴

Источник: составлено автором на основании собственных исследований.¹⁵

¹³ Занятое население в возрасте 15–72 лет по полу и группам занятий на основной работе в 2016–2022 гг. (в соответствии с ОКЗ ОК 010-2014) // Росстат: [сайт]. URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 11.02.2024).

¹⁴ Рассмотрение культурного капитала в двух формах – элитарной и начальной – можно найти в социологических исследованиях (см., например, [18; 22]). «Начальная» или массовая культура» часто ассоциируется с широко распространенными, коммерциализированными формами культурного производства, которые ориентированы на массового потребителя и могут включать в себя популярную музыку, телевидение, кино и другие формы развлечений. Эти культурные произведения часто представляют собой смесь стандартизированных и сериализованных продуктов, созданных с целью достижения максимального коммерческого успеха. «Элитарная» культура, напротив, обычно относится к более высоким, изысканным формам культурного выражения, которые требуют определённого уровня образованности или искусствоведческого образования для их полного восприятия. Примеры элитарной культуры включают классическую музыку, определённые формы визуального искусства, высокую литературу и так далее.

¹⁵ Степанова Т.Д. Экономические основания формирования креативного класса: диссертация на соискание учёной степени кандидата экономических наук: 52.10.00 / Степанова Тамара Дмитриевна; науч. рук. А.В. Бузгалин; МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва. 2022. 115 с.

Таким образом, акцент на развитии креативного мышления работника с целью увеличения количества творческих профессионалов в рамках креативных индустрий – это неполная стратегия, не гарантирующая ожидаемого прироста ВВП и тем более социально-экономического развития для страны в целом.

Эксплуатация творческого труда

Из всех перечисленных сдерживающих факторов отдельно стоит остановиться на эксплуатации труда, так как данный феномен практически не обсуждается в научном сообществе применительно к творческому труду, а если и обсуждается, то создаёт некоторое искажение действительности.

Существует точка зрения, что современный этап развития экономики характеризуется постепенным вытеснением материального труда творчеством, и происходит снятие отчуждения. В. Иноземцев пишет, что, во-первых, постепенно исчезает классовая борьба, поскольку часть креативных работников-предприниматели, а часть – наёмные работники, а во-вторых, на первое место выходит нематериальное вознаграждение за труд, а именно – удовлетворение потребности в творческом созидании, самовыражении, что означает преодоление эксплуатации [23]. З.Р. Хабибуллина также добавляет, что творческий работник обладает переговорной силой, сравнимой с капиталистом, поскольку креативный профессионал уже не оказывается в положении легко заменяемого и относительно дешевого трудового ресурса [8].

В противовес этой позитивной позиции ряд авторов [5; 6, с. 168; 24, с. 207; 25, с. 56] отмечает, что именно повышенная вовлечённость и осознаваемая потребность в труде креативных профессионалов как раз и является лазейкой для усиления эксплуатации, более того, в случае творческого труда эксплуатация приобретает новые формы. Правда, никто не уточняет, о чём конкретно идёт речь.

В действительности удовлетворение от труда действительно дополняет вознаграждение за труд, однако не вытесняет эксплуатацию. Мы по-прежнему имеем дело с отчуждением прибавочной стоимости, причём норма прибавочной стоимости в креативных отраслях даже выше, чем у «классического работника», поскольку заработная плата творческого работника превышает заработную плату других работников не в той же пропорции, в которой прибыльность креативной продукции выше, чем в других отраслях. Например, Д. Уилсон и Р. Кейл посчитали, что в США в некоторых отраслях мог наблюдаться рост производительности труда на 83%, а заработная плата росла только на 13% [21]. А в исследовании факторов

повышения продуктивности труда по Европе был показан следующий разброс: заработные платы в креативных индустриях выше средних в частном секторе на 30–45% (в разных странах), а производительность труда выше на 70–300%, соответственно [26]. Но это не самое главное.

Существует тезис о неотчуждаемости продукта интеллектуальной собственности. В случае творческого труда специфической формой эксплуатации является именно отчуждение интеллектуальной собственности и последующей интеллектуальной ренты. Несмотря на то, что информация, знания по своей природе неотчуждаемы от носителя, институт интеллектуальной собственности позволяет искусственным образом преодолеть этот барьер. В результате, как правило, творческий работник не имеет права на использование своей разработки вне компании, на определение судьбы своего продукта (например, распространить важное лекарство по всему миру по низкой цене для спасения жизней), на его использование после увольнения, а также на полноценную прибыль от дальнейших продаж и т.д.

Таким образом, по своей природе творческий труд действительно располагает к снятию феномена эксплуатации: если индустриальный рабочий заинтересован продавать свою рабочую силу за деньги, то творческий – «за интерес»; результат труда в первом случае отчуждается, во втором – и средства труда, и создаваемые блага являются всеобщим достоянием человечества, стало быть, неотчуждаемы. Однако реализация креативного труда при капитализме изменяет, искажает сущность творчества в соответствии с производственными отношениями данного способа производства.

Помимо всего выше сказанного, проблема осложняется существенным дисбалансом теории и практики. Исследования творческого труда и «креативного класса», развитие креативной экономики, человеческого потенциала, стимулирование исследований и разработок – всё это создало отдельные, слабо связанные кластеры, причём речь не только о российской экономике, а о мире в целом. Даже если сфокусировать внимание на родине исследований «креативного класса» – США – и креативных индустрий – Великобритании, то можно увидеть, что многолетняя (около 30 лет) история наработок в отношении распределения, предпочтений, производительности и заработных плат работников творческого труда получила отклик в государственных стратегиях креативной экономики, развитие которой идёт преимущественно через стимулы и особые условия для креативного бизнеса. Вопрос соответствия заработ-

ных плат производительности труда и проблема эксплуатации интеллектуальной собственности креативных работников вообще не рассматриваются. Российская экономическая политика, в свою очередь, лишь импортировала основные термины и принципы развития креативных индустрий по образцу западных государств.

Заключение

Предметная область, связанная с изучением тенденций развития «креативного класса», появилась на основании объективных причин развития производительных сил до стадии постепенного вытеснения классического индустриального труда творческим, однако данный переход происходит в рамках позднего этапа капитализма и сопряжён с рядом объективных противоречий (выявление которых было основной целью данной работы). Приведём краткое обобщение основных из них.

Во-первых, «креативному классу» характерен неравный уровень развития между странами. Это обусловлено разным уровнем развития производительных сил, а также дополнительно усугубляется интеллектуальной миграцией из периферии в центр. Страны центра становятся не только местом концентрации капитала, но и творческого потенциала.

Обозначение группы креативных профессионалов как класса преждевременно, т.к. происходящая (возможно) трансформация социально-экономической стратификации ещё не завершилась, и, с экономической точки зрения, новая классовая структура не сформирована (имеет смысл говорить лишь о протоклассах). «Креативный класс» на данный момент состоит из работников, имеющих разное (и даже противоположное) отношение к средствам производства, а следовательно, и разнонаправленные экономические интересы. Развитие данной группы работников в рамках капиталистического способа производства на данном этапе делает невозможным объединение их в экономический класс.

В настоящий момент не существует единой унифицированной методологии подсчёта «креативного класса», которая бы объективно отражала реальность. Предлагаемая научным сообществом статистика представляет потенциальное, а не реальное количество креативных работников с определённым завышением показателя. Помимо этого, количественный учёт имеет непреодолимое на данный момент ограничение в виде отсутствия необходимых данных в мировых статистических базах.

Количественное развитие «креативного класса», на которое делается акцент в экономической политике стран, не предопределяет качественного развития: это коррелированные, но не полностью однонаправленные процессы. Развитие творческого труда (как более производительного) есть закономерное следствие развития производительных сил, которое приводит к объективному, не требующему дополнительных вмешательств, количественному росту работников креативного труда. Тем не менее, развитие творческого труда непосредственно в условиях капиталистического способа производства сопровождается естественным стремлением капиталиста к максимизации прибыли, что приводит к искажению творчества, порождению креатоподобного труда, смещению акцента экономической политики с общественной значимости на преумножение выгоды от креативности. Таким образом, развитие творческого труда является следствием и стимулом развития производительных сил, с одной стороны, и создаёт противоречия и ограничения своего развития с другой.

Кроме того, при капиталистическом способе производства, который предопределяет стремление к полной спецификации прав собственности и защите интеллектуальной собственности, развитие творческого труда не снимает отчуждение прибавочной стоимости и порождает новую форму эксплуатации – отчуждение продуктов творческой деятельности и интеллектуальной ренты.

Список литературы

1. Currid-Halkett E., Stolarick K. Baptism by Fire: Did the Creative Class Generate Economic Growth during the Crisis? // *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. 2013. Vol. 6. No. 1. P. 55–69. <https://doi.org/10.1093/cjres/rss021>
2. 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. No. 5. P. 615–649. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn023>
3. Łuczaj K., Leonowicz-Bukala I., Kurek-Ochmańska O. Creative Class in the Borderlands? The Case of Commuting Scholars in Poland // *Creativity Studies*. 2022. Vol. 15. No. 1. P. 246–262. <https://doi.org/10.3846/cs.2022.12289>
4. Stolarick K., Currid-Halkett E. Creativity and the Crisis: the Impact of Creative Workers on Regional Unemployment // *Cities*. 2013. Vol. 33. P. 5–14. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.017>
5. Лаццарато М. Предприятие и неомонадология // *Логос*. 2007. № 4(61). С. 168–197.

6. Григорова Я.В. Новые формы отчуждения творческого труда в постиндустриальном обществе // Альтернативы. 2012. № 1. С. 162–168. EDN YUMHPL
7. Бузгалин А.В., Колганов А.И. Трансформации социальной структуры позднего капитализма: от пролетариата и буржуазии к прекариату и креативному классу? // Социологические исследования. 2019. № 1. С. 18–28. <https://doi.org/10.31857/S013216250003744-1> EDN ZAKHZZ
8. Хабибуллина З.Р. Творческий труд: специфика, динамика развития и характеристика системной трансформации // Экономическая наука современной России. 2020. № 1 (88). С. 32–40. [https://doi.org/10.33293/1609-1442-2020-1\(88\)-32-40](https://doi.org/10.33293/1609-1442-2020-1(88)-32-40) EDN JGSTQP
9. Ikegaya M., Debbage K. The Geography of the Super Creative Class in the Greater Tokyo Area: Place of Work and Place of Residence // City, Culture and Society. 2023. Vol. 33(100516). <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2023.100516>
10. Liang S., Wang Q. Cultural and Creative Industries and Urban (re)development in China // Journal of Planning Literature. 2020. Vol. 35. No. 1. P. 54–70. <https://doi.org/10.1177/0885412219898290>
11. Cattivelli V., Stawinoga A. E. Localisation and Determinants of the Creative Class in the Peri-urban Areas. The Case of Northern Italy // City, Culture and Society. 2023. Vol. 33(100517).
12. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. А. Константинов. М.: АСТ, 2011. 430 с. ISBN 978-5-905102-17-2
13. Martin R. Florida R., Pogue M., et al. Creativity, Clusters and the Competitive Advantage of Cities // Competitiveness Review. 2015. Vol. 25. No. 5. P. 482–496. <https://doi.org/10.1108/CR-07-2015-0069>
14. Шедяков В.Е. Творческий труд – средство преодоления отчуждения / Деятельность: философский и психологический аспекты / Под ред. В.Н. Сагатовского. 1988. С. 64–66.
15. Goldthorpe J.H., Llewellyn C., Clive P. Social Mobility and Class Structure in Modern Britain. 2nd ed. Oxford: Clarendon Press, 1987. 398 p. ISBN 9780198272854
16. Wright E.O. Classes. London: Verso, 1985. 360 p. ISBN 978-1-78168-921-9
17. Welfare States in Transition: National Adaptations in Global Economies / ed. by G. Esping-Andersen. London: SAGE Publications Ltd, 1996. 288 p. <https://doi.org/10.4135/9781446216941>
18. Savage M., Devine F., Cunningham N., et al. A New Model of Social Class? Findings from BBC'S Great British Class Survey Experiment. Sociology. 2013. No. 47(2). P. 219–250. <https://doi.org/10.1177/0038038513481128>
19. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 328 с. ISBN 978-5-91103-209-8
20. Тощенко Ж.Т. Прекариат – новый социальный класс // Социологические исследования. 2015. № 6. С. 3–13. EDN UAXUBZ
21. Wilson D., Keil R. The Real Creative Class // Social and Cultural Geography. 2008. Vol. 9. No. 8. P. 841–847. <https://doi.org/10.1080/14649360802441473>
22. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С. 25–48. EDN OYOBXD
23. Иноземцев В.Л. Понятие творчества в современной экономической теории // ПОЛИС. Политические исследования. 1992. № 1–2. С. 178–186.
24. Григорова Я.В. Трансформация труда и новые формы эксплуатации творческой деятельности // Личность. Культура. Общество. 2012. Т. 14. № 3. С. 204–208. EDN PEJAUV
25. Слободская А.В. Прекариат и креативный класс: сравнительный анализ паттернов социальной структуры постиндустриального общества // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2018. № 42. С. 51–59. EDN XRKZPV
26. Voix-Domenech R., Soler-Marco V. Creative Service Industries and Regional Productivity // Papers in Regional Science. 2015. Vol. 96. No. 2. P. 261–279. <https://doi.org/10.1111/pirs.12187>
27. Степанова Т.Д. Креативный класс в период коронакризиса // Инновации и инвестиции. 2021. № 8. С. 26–30. EDN GPYXGI

Информация об авторе:

Тамара Дмитриевна Степанова – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, сектор политики занятости и социально-трудовых отношений, Институт экономики Российской академии наук (SPIN-код: 3177-7714) (РИНЦ Author ID: 388518277)
Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 16.03.2024; одобрена после рецензирования 18.04.2024; принята к публикации 09.06.2024.

References

1. Currid-Halkett E., Stolarick K. Baptism by Fire: Did the Creative Class Generate Economic Growth during the Crisis? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*. 2013;6(1):55-69. <https://doi.org/10.1093/cjres/rss021>
2. 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;8(5):615-649. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn023>
3. Łuczaj K., Leonowicz-Bukała I., Kurek-Ochmańska O. Creative Class in the Borderlands? The Case of Commuting Scholars in Poland. *Creativity Studies*. 2022;15(1):246–262. <https://doi.org/10.3846/cs.2022.12289>
4. Stolarick K., Currid-Halkett E. Creativity and the Crisis: the Impact of Creative Workers on Regional Unemployment. *Cities*. 2013;33:5-14. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.017>
5. Lazzarato M. Enterprise and Neomonadology. *Logos*. 2007;(4(61):168-197. (In Russ.)

6. Grigorova Y.V. Novye formy otchuzhdeniya tvorcheskogo truda v postindustrial'nom obshchestve. *Al'ternativy*. 2012;(1): 162-168. (In Russ.)
7. Buzgalin A.V., Kolganov A.I. Transformations of the Social Structure of Late Capitalism: from the Proletariat and Bourgeoisie to the Precariat and the Creative Class? *Sotsiologicheskie issledovaniya=Sociological Studies*. 2019;(1):18-28. <https://doi.org/10.31857/S013216250003744-1> (In Russ.)
8. Khabibullina Z.R. Creative Labor: Distinctive Aspects, Dynamics of Development and Characteristics of System Transformation. *Ehkonomicheskaya nauka sovremennoi Rossii=Economics of Contemporary Russia*. 2020;(1(88)):32-40. [https://doi.org/10.33293/1609-1442-2020-1\(88\)-32-40](https://doi.org/10.33293/1609-1442-2020-1(88)-32-40) (In Russ.)
9. Ikegaya M., Debbage K. The Geography of the Super Creative Class in the Greater Tokyo Area: Place of Work and Place of Residence. *City, Culture and Society*. 2023;33(100516). <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2023.100516>
10. Liang S., Wang Q. Cultural and Creative Industries and Urban (re)development in China. *Journal of Planning Literature*. 2020;35(1):54-70. <https://doi.org/10.1177/0885412219898290>
11. Cattivelli V., Stawinoga A. E. Localisation and Determinants of the Creative Class in the Peri-urban Areas. The Case of Northern Italy. *City, Culture and Society*. 2023;33(100517).
12. Florida R. Creative Class: People Who Change the Future. Trans. from English A. Konstantinov. Moscow: AST; 2011. 430 p. ISBN 978-5-905102-17-2 (In Russ.)
13. Martin R., Florida R., Pogue M., et al. Creativity, Clusters and the Competitive Advantage of Cities. *Competitiveness Review*. 2015;25(5):482-496. <https://doi.org/10.1108/CR-07-2015-0069>
14. Shedyakov V.E. Tvorcheskij trud – sredstvo preodoleniya otchuzhdeniya. In: Sagatovskij V.N. (ed.) *Deyatel'nost': filosofskii i psikhologicheskii aspekty*; 1988. P. 64-66. (In Russ.)
15. Goldthorpe J.H., Llewellyn C., Clive P. Social Mobility and Class Structure in Modern Britain. 2nd ed. Oxford: Clarendon Press; 1987. 398 p. ISBN 9780198272854
16. Wright E.O. *Classes*. London: Verso; 1985. 360 p. ISBN 978-1-78168-921-9
17. Esping-Andersen G. (ed.). *Welfare States in Transition: National Adaptations in Global Economies*. London: SAGE Publications Ltd; 1996. 288 p. <https://doi.org/10.4135/9781446216941>
18. Savage M., Devine F., Cunningham N., et al. A New Model of Social Class? Findings from BBC'S Great British Class Survey Experiment. *Sociology*. 2013;(47(2)):219-250. <https://doi.org/10.1177/00380385134811282013>
19. Standing G. Precariat: a New Dangerous Class. Moscow: Ad Marginem Press; 2014. 328 p. ISBN 978-5-91103-209-8 (In Russ.)
20. Toshchenko Zh.T. Precariat – a New Social Class. *Sotsiologicheskie issledovaniya=Sociological Studies*. 2015;(6):3-13. (In Russ.)
21. Wilson D., Keil R. The Real Creative Class. *Social and Cultural Geography*. 2008;9(8):841-847. <https://doi.org/10.1080/14649360802441473>
22. Bourdieu P. Distinction: Social Criticism of Judgment. *Ehkonomicheskaya sotsiologiya=Economic sociology*. 2005;6(3):25-48. (In Russ.)
23. Inozemtsev V.L. The Concept of Creativity in Modern Economic Theory. *POLIS. Politicheskie issledovaniya=Polis. Political Studies*. 1992;(1-2):178-186. (In Russ.)
24. Grigorova Y.V. Transformation of Labor and New Forms of Exploitation of Creative Activity. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo*. 2012;14(3):204-208. (In Russ.)
25. Slobodskaya A.V. The precariat and the creative class: a comparative analysis of the social structure patterns of a post-industrial society. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya=Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 2018;(42):51-59. (In Russ.)
26. Boix-Domenech R., Soler-Marco V. Creative Service Industries and Regional Productivity. *Papers in Regional Science*. 2015; 96(2):261-279. <https://doi.org/10.1111/pirs.12187>
27. Stepanova T.D. Creative Class during the Coronavirus Crisis. *Innovatsii i investitsii*. 2021;(8):26-30. (In Russ.)

Information about the author:

Tamara D. Stepanova – PhD in Economics, Senior Researcher, Sector of Employment Policy and Social and Labor Relations, Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences (SPIN-code: 3177-7714) (РИНЦ Author ID: 388518277)
The author declares no conflict of interest.

The article was submitted 16.03.2024; approved after reviewing 18.04.2024; accepted for publication 09.06.2024.