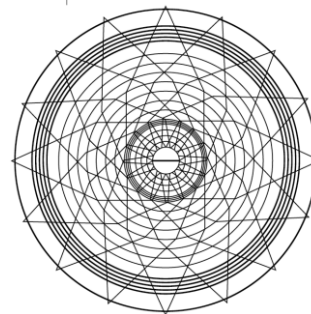


[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*



ОБЩЕСТВЕННОЕ ИЗМЕРЕНИЕ КРЕАТИВНОСТИ И ИСТОРИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛИЗМ

Переяслов А. Д.

преподаватель

Национального исследовательского университета

«Высшая школа экономики»

(Москва, Россия)

apereiaslov@hse.ru

Аннотация:

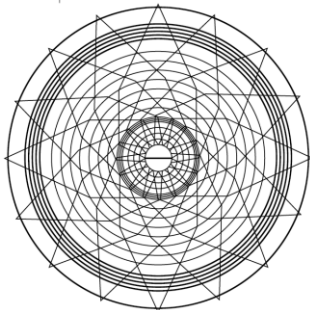
Автор статьи предлагает расширить понимание креативности в поле исторического материализма. Приводятся примеры отражения внеэкономических проявлений креативности в различных гуманитарных науках. Особый акцент делается на теории социального действия и социологической теории креативности Х. Йоаса.

Ключевые слова: креативность, креативная экономика, исторический материализм, политическая экономия, теория социального действия

Дискуссия о креативности в историческом материализме

В этой работе мы попытаемся проблематизировать и далее расширить понимание креативности в историческом материализме и его ответвлениях. В частности, будут рассмотрены работы в исследовательском поле «культурных индустрий» (подробнее о самом поле см. Хезмондалш, 2018, сс. 53–59), а также работы А. В. Бузгалина (2018) и М. Ю. Павлова, одних из наиболее продуктивных русскоязычных авторов, пишущих о креативности через призму марксистской политической экономии. Строго говоря, исследовательские подходы этих авторов пересекаются лишь отчасти, что будет показано далее. Однако они объединены общим импульсом, который задается марксистской критикой политической экономии, а также общим объектом изучения – креативностью и ее проявлениями в сфере социально-экономических отношений.

В дискуссии о культуре, креативности и творческом потенциале человека в условиях позднего капитализма исследователи, придерживающиеся принципов исторического материализма, вне зависимости от используемых подходов пытаются отразить самые острые социальные проблемы и тенденции. В своих



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*

работах они отмечают объективный общественный запрос на повышение роли знания в экономике (Горц, 2011), а также на увеличение спроса на творческие (креативные) способности человека.

Подобная потребность, выражаемая как потребность капитала, казалось бы, сигнализирует о возможности всеобщего перехода к неким экономическим отношениям и формам труда нового качественного уровня. Но в то же время потребность капиталистического общества в креативности обусловлена недостаточным ростом прибыли в условиях затяжного экономического кризиса, начавшегося в 1970-х гг. (Kyria et al., 2020). Этот кризис способствовал тому, что в странах глобального капиталистического центра сбрасывался «балласт», накопленный в середине XX в. бережливой индустриальной экономикой, и осуществлялся переход к новым, т. н. «гибким» режимам накопления капитала в целях преодоления усугубляющегося кризисного экономического состояния (Харви, 2021).

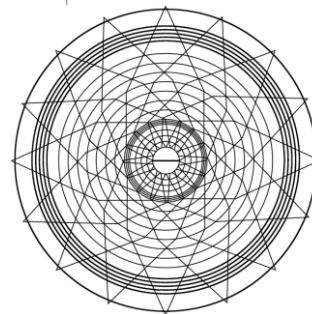
На таком общественно-историческом фоне понятие креативности стал особенно активно разрабатываться в академической среде и получил распространение в общественной дискуссии именно на рубеже XX–XXI вв. (Флорида, 2005; Хезмондалш, 2018, сс. 200–203). С одной стороны, креативность рассматривают как источник коренных социальных обновлений, но одновременно — как инструмент поддержания существующего социально-экономического порядка. С этими вводными замечаниями приступим к рассмотрению дискуссии о креативности.

Один из крупнейших исследователей направления культурных индустрий Д. Хезмондалш (2018, с. 22) утверждает, что концепты креативности и креативной экономики имеют «прямое отношение» к изучению культурных индустрий. Он рассматривает амбивалентность и противоречивость процессов коммодификации культуры (превращение художественных произведений в товар — предмет, созданный для рыночного обмена) и индустриализации производства ее объектов (там же, сс. 34–35, 84–85). Поэтому под креативностью — или, используя термин Хезмондалша, «символической креативностью» — его трудах понимается способность «[манипулировать] символами в целях развлечения, передачи информации или, возможно, даже просвещения» (там же, с. 18).

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*

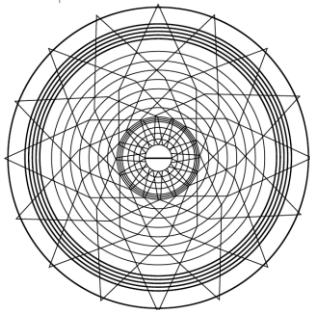


Опираясь на работы коллег-исследователей¹, Хезмондалш утверждает, что отчасти популяризация концепта креативности и во многом возникновение «креативных индустрий» — результат антикризисного политического и идеологического проекта, впервые возникшего в Великобритании по инициативе Департамента по делам культуры, прессы и спорта (там же, с. 200–207). При этом креативные индустрии как проект и как идея, с точки зрения Хезмондалша, крайне противоречивы, поскольку не обеспечивают выполнение заявленных целей по поддержке культуры и ее открытости.

Б. Мьеж (Мьеж и Кирия, 2019), важный автор, работающий в интересующем нас исследовательском поле, разделяя скептицизм Хезмондалша, все же делает попытку определения границ креативных и культурных индустрий. Однако результат размежевания не устраивает даже самого Мьежа. В силу отсутствия единого знаменателя в обозначенных им же креативных индустриях (среди которых индустрия моды, ремесленные искусства и дизайн в рекламе) их сравнение с культурными индустриями — это «лишь попытка» (там же, с. 28). Возможно, сложности разделения обусловлены тем, что, словами самого Мьежа, «креативность как элемент присуща изначально производству и любой экономической деятельности» (там же, с. 27). В этой оценке с ним соглашается Н. Гарнхэм (Garnham, 2005, p. 21). Однако такое утверждение вступает в некоторое противоречие с изначальной установкой исследовательского поля культурных индустрий и наталкивается на самоограничение в изучении всеобщего процесса коммодификации исключительно на материале культуры и культурных объектов.

Идея креативности, присущей труду вообще, включая труд в промышленности, находит отражение и в трудах ряда отечественных исследователей. Развивая этот аргумент, М. Ю. Павлов (2022) не останавливается лишь на производственной сфере и указывает, что важно культивировать креативность в сфере потребления, но потребления не «утилитарных благ, которые или ничего не производят (досуг), или (в лучшем случае) воспроизводят в прежнем размере рабочую силу», а благ культуры. Последняя, по выражению исследователя, есть «процесс сотворчества, напрямую влияющий на создание материальных благ» (там же, с. 70). Однако с возрастом в позднем капитализме объективной общественной потребности в креативности «сотворчество» все больше обнаруживается в самой экономике и размывает границы экономических отношений в сферах интеллектуального и творческого труда (Павлов, 2020, с. 78).

¹ См. разбор идеологических и политических истоков креативности и аргументов в пользу концепта у Н. Гарнхэма (Garnham, 2005)



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

Этому размытию есть предел, который пролегает в глобальном разделении труда и распределении (присвоении и концентрации) производимой стоимости: в наименее развитых странах современности сохраняются «полуфеодальные-полукапиталистические» формы эксплуатации труда наподобие тех, что наблюдались в Европе начала-середины XIX в. (Бузгалин, 2011). Именно эти «классические» формы эксплуатации обеспечивают глобальный капитализм «пулом прибавочной стоимости», благодаря которому «превратный сектор» обеспечивает свои доходы (там же; Foley, 2013). Однако если объектом «классической» эксплуатации является рабочая сила, то «новые отношения эксплуатации, формируемые» в передовых капиталистических странах «на нынешнем этапе позднего капитализма — [это] отношения эксплуатации творческой деятельности и подчинения корпоративному капиталу Человека как Личности (а не только рабочей силы) <...> Современный капитал частично присваивает богатство, создаваемое всеобщим творческим трудом» (Бузгалин, 2011, с. 10).

Всеобщий характер творческого труда, на который указывает Бузгалин, представляется проблематичным для осмысления и фиксирования в экономических количественных категориях. Из-за этого исследователь вынужден «говорить об областях, где творчество составляет специфику данного вида деятельности» (Бузгалин, 2018, с. 16). но это служит цели исследования творческого труда в самом широком, достаточно размытом смысле. Так или иначе, специфически творческий труд Бузгалин характеризует следующим образом:

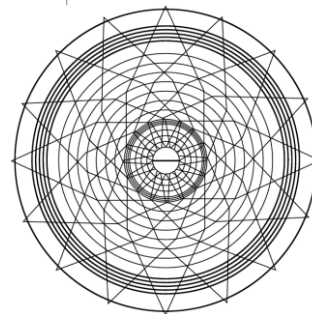
Творческий труд — это деятельность, качественно отличная от репродуктивной (воспроизводящей прежнее качество) по следующим параметрам: а) творческий труд выступает ценностью, а не обременением; б) он обладает свойством самомотивации; в) не происходит физическое потребление средств производства или этот процесс носит вспомогательный характер; г) результатом творческого труда выступают феномены культуры (там же, с. 17).

Здесь стоит рассмотреть понятие труда в соотношении с творчеством, для чего мы обратимся к работам других отечественных ученых: исторических материалистов Ю. И. Семенова и Г. А. Завалько. В самом общем смысле труд можно определить как «деятельность человека по созданию предметов, предназначенных для удовлетворения тех или иных его потребностей, т. е. творение новых *потребительных стоимостей (благ)*» (Семенов, 2014, с. 22). Однако является ли искусство потребительной стоимостью и, следовательно, применимо ли к процессу создания художественных произведений понятие труда? И да, и нет.

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

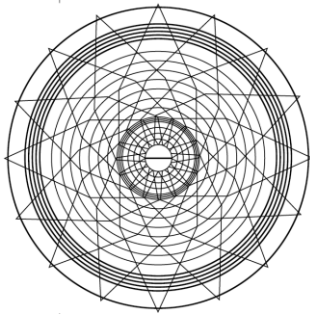


Искусство бывает прикладным, и его объекты оцениваются отчасти по эстетическим достоинствам, но прежде всего — по их практической пользе. Последнюю можно поместить в систему экономических измерений, особенно если это производительный труд с точки зрения капитала, а потому процесс создания предмета, обладающего практической пользой, будет трудом в собственном смысле. Однако есть и чистое искусство, которое нацелено «на поиск и воспроизведение существующего в мире совершенства», из-за чего такое искусство «вызывающе бесполезно, вернее сказать — *выше пользы*» (Завалько, 2011, с. 169). Мерилом его ценности может быть только «доступность формы и глубина содержания» (там же, с. 173). т. е. эстетические качества, при создании которых задействован труд в более широком понимании.

Всякий труд имеет свой предмет — некую «вещь, которая в ходе трудовой деятельности подвергается заранее намеченному изменению, имеющему целью превратить ее в нужную человеку... ценность» (Семенов, 2014, с. 22). Исходя из предложенного выше определения цели чистого искусства, ясно, что его предметом является совершенство, но где оно покоится? «Эстетическое существует в объектах через иные свойства этих объектов. Нет совершенства помимо цвета, размера, движения и т. д.; нет и этих свойств без их совершенства» (Завалько, 2011, с. 42). Вместе с тем совершенство не сводимо к этим свойствам, к их непосредственному единству.

Диалектическое решение проблемы соотношения эстетических качеств и объективных свойств предметов, предложенное Завалько, идентично решению проблемы соотношения общего и частного в диалектическом материализме. Как и общее, эстетическое существует в объективном, материальном мире, но лишь умозрачительно (т. е. отсутствует в непосредственном чувственном восприятии) и самостоятельного, оторванного от материальной основы бытия не имеет. В чистом виде, будучи отделенным от материальных свойств, оно существует только в нашем сознании, т. е. в идеальном (там же, сс. 42–43).

Это замечание становится особенно значимым, если мы обращаем внимание на еще один момент труда — на средство труда, которое человек ставит между собой и предметом труда и посредством которого производит заранее задуманное изменение предмета труда (Семенов, 2014, с. 22). В материальном производстве отношение между предметом и средством труда имеет вполне ясные очертания и носит относительных характер: «Когда землю пахут или боронят, тогда она — предмет труда. Но когда ее засеяли, — она уже средство труда» (там же, с. 23). Но что мы можем сказать о разделении этих двух моментов в творческом процессе



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

(если применение их понятий здесь вообще уместно)? «Искусство влияет на жизнь, [и]... измененная жизнь снова становится материалом для искусства» (Завалько, 2011, с. 173). Граница перехода из искусства в жизнь и обратно, конечно, есть, но ее конкретное проведение – дело непростое.

Но давайте расширим эту последнюю приведенную цитату и вместо искусства подставим культуру. Тогда мы получим понятие культуры как сложного процесса, диалектически заключающего в себе сохранения традиции и создания нового; процесса, не сводимого до своих конечных определений: нагромождения произведений искусства или социальных практик (иногда имеющих видимость статичности и незыблемости). Культура подлежит воспроизводству, она динамична: ее можно создать, передать, усвоить, исказить, потерять, искоренить, возродить. Культура — это общезначимый опыт, который не висит «над» индивидами, а существует только через этих индивидов, как общее через отдельное. У культуры есть высшие и низшие проявления, классические и крайние тенденции (Арсланов, 2004, с. 22). Культура воспроизводится как на уровне индивида, так и на уровне социальных групп большего или меньшего масштаба.

Если труд в материальном производстве — это не односторонний акт отношения человека к природе, к своему предмету, но также *общественное* отношение людей друг к другу (Семенов, 2014, с. 22), то то же самое можно сказать и о труде «культурном» или «креативном»: «Искусство является посредником между совершенством мира и людьми, воспринимающими это совершенство» (Завалько, 2011, с. 170). И материальное производство, и культура — это общественные процессы, которые не сводятся к отдельным индивидам, задействованным в них, но существуют через их деятельность и отношения. Ценность результатов (продуктов) этих процессов коренится в самих этих предметах, но обнаруживается только в общественных отношениях. Широта культурного опыта и мастерства креативного трудящегося, и уникальность, и эстетичность его произведений «являются основополагающими для динамично развивающегося сектора культуры, *независимо* от их экономических показателей» (Lee, 2017, p. 1086)².

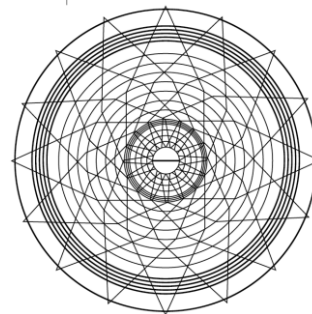
И если мы с таким пониманием культуры вернемся на ее пересечение с экономикой, с «базисом», то возникает несколько соображений. Во-первых, коммодификация или индустриализация в этом свете представляются не

² В оригинале: «...fundamental to a vibrant cultural sector *regardless* of their economic performances». Отметим отдельно, что Ли выдвигает идею относительной «незаменимости» (irreplaceability) креативного или культурного труда в силу уникальности культурного и профессионального опыта индивидов. В контексте распространения технологий ИИ в массовом потреблении это утверждение нуждается в особом рассмотрении.

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм



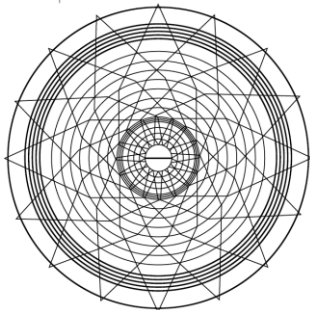
ключевым моментом, а лишь частным проявлением общей проблемы воспроизводства культуры в современности, хотя бы по той простой причине, что далеко не вся культура может быть активно вовлечена в капиталистическое производство как таковое и процесс накопления капитала. Во-вторых, мы не хотели бы принципиально критиковать гуманистическое содержание разработок Бузгалина и Павлова об эксплуатации Человека, но не упускается ли здесь вопрос о том, какого именно человека порождает культура капиталистического общества, чьи креативные способности далее эксплуатируются? Можно ли безусловно строить на таком основании размышления о глубинных переменах в капитализме, тем более, сулящих выход за его исторические рамки?

Развитие этих соображений выходит за рамки данной статьи. Далее мы попытаемся отразить представления об общественном измерении креативности в различных гуманитарных науках, чтобы затем заново вернуться к проблематике исторического материализма и критической политической экономии.

Понимание общественного генезиса креативности в гуманитарных науках

Исторически «креативность» является одним из важных понятий в контексте осмысления способностей человека и человеческой природы. Однако до конца XIX в. она оставалась в ведении лишь философии и одного из ее разделов – эстетики, отдельные вопросы которой мы уже рассмотрели ранее. Содержание «креативности» как *категории* вырабатывалось в истории западной эстетической мысли со времен древнегреческой философии. Однако *термин* «креативность» стал применяться в отношении человека и его творений достаточно поздно (Татаркевич, 2002, сс. 268–270)³. Еще в Европе XVIII в. креативность считалась сущностной чертой исключительно Бога, а потому говорить о человеке как творце (от лат. creator) было непозволительно. В парадигме христианской церкви творение (человек) не могло быть творцом (Йоас, 2005, сс. 84–85). Но затем благодаря Реформации и распространяющейся секуляризации произошел философский и идеологический переход, который способствовал тому, что к концу XIX в. суждения о человеке как творце распространились в поле искусства, а в XX в. – в области

³ В русском переводе «Истории шести понятий» В. Татаркевича (2002) – понятий из области эстетики – польский термин «twórczość» переведен с помощью лексического когната «творчество», укорененного в русскоязычной традиции мысли и вмещающего в себя значения как способности к творению, так и корпуса произведений. Но на английский, немецкий и другие европейские языки этот термин был переведен как «креативность» (creativity, Kreativität), что соответствует их интеллектуальной истории и имеет более узкое значение способности. Это замечание служит связующим звеном между традициями и практиками употребления понятия «креативность» в русском и других языках.



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

общественной культуры в целом, а также экономической деятельности. Таким образом, креативность стала предметом изучения разных сфер научного знания.

В психологии до середины XX в. креативность как таковая не изучалась, а долгое время смешивалась с понятиями индивидуальности, гениальности, оригинальности и инноваций (Sternberg & Lubart, 1998). Только после 1950-х гг. креативность выделилась в особый элемент содержания человеческого поведения (Runco & Jaeger, 2012). Она получила определение психического феномена, «проявляющегося в намерениях и стимулах к преобразованию объективного мира в оригинальные интерпретации в сочетании со способностью решать, когда это полезно, а когда — нет» (Runco, 1996, р. 4)⁴. При том что психология в большей степени делает акцент на поведении отдельных индивидов, часть психологов, занимающихся исследованием креативности, утверждают, что креативность в большей степени обусловлена социальными факторами (Чиксентмихайи, 2015).

В соответствии с таким «системным» подходом креативность проявляется на уровне индивида в приложении его способностей в конкретно взятой предметной области («поле») и оценивается связанным с ним «доменом», т. е. профессиональным сообществом (там же, сс. 34–35). Индивид вынужден привлекать внимание домена к продуктам своего творческого труда и убеждать сообщество в их ценности. Но если в конкретно взятом поле домен может судить о креативности индивида, иерархию ценностей между «креативностями» во множественном числе в разных предметных полях (например, в математике и в скульптуре) выстроить невозможно (там же, с. 49–50). Таким образом, есть креативность вообще как бессодержательная способность человека, и есть частные случаи креативности, возникающие при приложении человеческого труда и мысли к разным предметам.

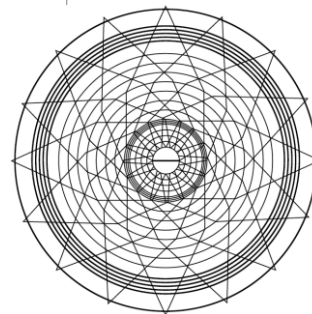
Однако, принимая данную концепцию креативности, мы считаем важным не впадать в методологический позитивизм, противопоставляющий индивида и общество как его внешнее и детерминирующее условие, к которому человек должен приспособливаться. Необходимо иметь в виду сложное, диалектическое единство предметной деятельности индивида и системы общественных отношений, где первое «вообще не существует» без второго, а второе существует только через первое:

⁴ В оригинале: *...creativity as manifested in the intentions and motivation to transform the objective world into original interpretations, coupled with the ability to decide when this is useful and when it is not.*

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм



Как именно существует [предметная деятельность], определяется теми формами и средствами материального и духовного общения (Verkehr), которые порождаются развитием производства и которые не могут реализоваться иначе, как в деятельности конкретных людей. <...> В обществе человек находит не просто внешние условия, к которым он должен приравнивать свою деятельность... сами эти общественные условия несут в себе мотивы и цели его деятельности, ее средства и способы; словом... общество производит деятельность образующих его индивидов. (Леонтьев, 1983, сс. 141–142).

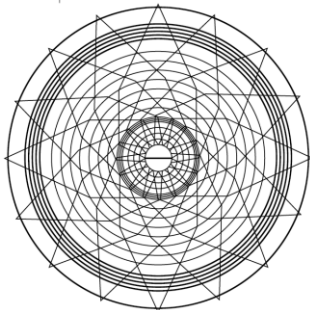
Если предметная деятельность немислима иначе как одновременно и продукт, и момент производства общественных отношений, то можно обратиться к социологии, а точнее, к социальной теории, изучающей эти отношения в их разнообразных проявлениях. Оригинальное осмысление креативности предлагает немецкий социолог Х. Йоас (2005)⁵. Критикуя исторический материализм, он утверждает, что производство — лишь одна из «метафор» креативности. Йоас стремится показать, что креативность — это одно из измерений социального действия, которое должно дополнить традиционное в социологии разделение в понимании действия на утилитаризм и нормативизм и в определенной степени синтезировать эти два подхода.

Исследователь указывает на философские истоки и принципы, которые были положены в основу противоположных социологических построений: «Утилитаристы за отправную точку аргументации брали опыт» и личные интересы «действующего субъекта, но при этом понятие опыта рассматривалось в очень узком смысле, тогда как кантианцы», выражающие позицию нормативизма, «в понятии практического разума учитывали только чистую мораль, но уже не конкретные признаки социальных общностей» (Йоас, 2005, с. 65). Основания для синтеза этих противоположностей Йоас видит в том, как классики социологии — и он показывает это на протяжении всей «Креативности действия» — сталкиваются с эпистемологическими ограничениями выбранных подходов и модифицируют свои теоретические построения, тем самым впадая в противоречия с самими собой.

Чрезвычайно важной опорой⁶ Йоаса в этом теоретическом предприятии является т. н. «тезис о конвергенции» американского социолога Т. Парсонса,

⁵ В этой статье мы уделяем внимание теории креативности Йоаса, однако в поле социальной теории он не является единственным, кто занимался вопросами креативности. Мы ставим себе задачу в следующих работах подробно рассмотреть идеи другого немецкого представителя социальной теории, А. Реквитца (2012; 2016), осмысляющего креативность через призму теории социальной практики.

⁶ Йоас раскрывает эту идею Парсонса в «Прагматизме и социальной теории» (1993), «Креативности действия» (2005) и в «Социальной теории» (Йоас и Кнёбль, 2013).



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

предложенный последним в работе «Структура социального действия» (1937). Йоаса крайне занимает то, как Парсонс пытается подвести под единый знаменатель работы классиков социологии: Альфреда Маршалла и Вильфредо Парето, Эмиля Дюркгейма и Макса Вебера. Несмотря на принадлежность к различным философско-методологическим направлениям – утилитаризму, позитивизму и немецкому идеализму, соответственно, – все эти авторы параллельно и независимо друг от друга разрабатывали теорию действия (Йоас, 2005, сс. 16–17).

Начальной точкой мысли Парсонса является критика Гоббса и всех развивавших его мысль утилитаристских теорий, допускающих «дообщественное естественное состояние» человека и мыслящих человеческое действие как «индивидуально-независимое, ориентированное на ясные индивидуальные цели». Вместо этого Парсонс предлагает «*волюнтаристскую теорию действия* и тесно связанную с ней *нормативистскую теорию социального порядка*» (Йоас, 2005, сс. 16–17). Необходимость введения «нормативистской теории» вытекает из поставленного Парсонсом Гоббсу и социальной теории в целом критического вопроса «об условиях возможности социального порядка со стороны действующих людей» (Йоас, 2011, с. 50).

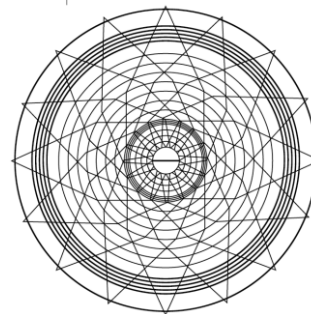
Йоас приводит критические замечания Парсонса о тех редких моментах, когда классики социологии по тем или иным причинам выходят за изначально поставленные эпистемологические рамки. Так, у Маршалла, одного из родоначальников неоклассической экономической теории, мало разработано понимание существующих систем ценностей, независимых от экономических действий и мотивов. М. Вебер, в свою очередь, критикует «исторический материализм [и] подчеркивает как раз значение “религиозных интересов” и тем самым – норм и ценностей... в его исследованиях по хозяйственной этике мировых религий» (Йоас, 2005, сс. 23–25). В целом, для Йоаса опыт Парсонса оказывается недостаточным, но важным в качестве одной из попыток интеграции противопоставленных направлений.

В рамках данной статьи мы вынуждены опустить долгую аргументацию и критику множества социологических теорий, которые анализирует немецкий социолог. Зато мы укажем на вторую опору теории креативного действия Йоаса. В полном масштабе он разрабатывает ее в «Креативности действия», однако в более ранней работе «Прагматизм и социальная теория» уже подступает к этой категории, анализируя то, как ее понимали в социологической школе прагматизма. Йоас настаивает на одной из важнейших для прагматизма концепций коллективной креативности, выдвинутой основоположником этого направления Ч. С. Пирсом.

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм



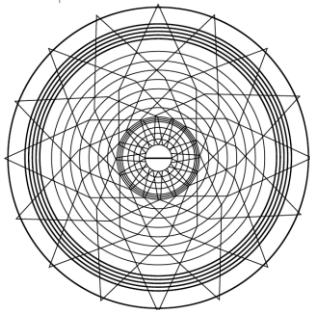
Пирс критикует классическое «картезианское представление об одиноком сомневающемся эго», которое вытесняется его «идеей совместного поиска истины для решения реальных проблем, возникающих в процессе деятельности» (Joas, 1993, p. 19)⁷. Креативность в этом контексте характеризуется и прагматистами, и самим Йоасом не как игра свободных ассоциаций и не просто создание чего-то нового ради самой новизны, а как процесс «активного высвобождения, в ходе которого никогда не теряется связь с реально существующей проблемой, требующей объяснения» (Йоас, 2005, с. 150).

В связи с этим, по мнению Йоаса, прагматизм часто неверно трактуют как «философию адаптивного действия к данным обстоятельствам». Хотя прагматизм действительно развивает свою «теорию помещенной в контекст креативности» (там же, с. 149), эта теория не выстраивает строго детерминистские отношения субъекта со средой. Когда субъект сталкивается вне зависимости от своего желания и воли с окружающими обстоятельствами (проблемными ситуациями), которые невозможно преодолеть известными способами, эти обстоятельства не диктуют субъекту новые образы действия по их преодолению, а только подталкивают его к поиску и коллективной апробации различных решений (Joas, 1993, p. 4). Объясняя истинный – по его мнению, конечно, – смысл «инструменталистской» теории познания прагматиста Дж. Дьюи, Йоас заключает:

Трактовка действия как обосновывающего измерения... не [означает] понимание мира просто как материала для замыслов действующих субъектов. Но человек открывает мир в действии... Действие постоянно сталкивается с неожиданными происшествиями: цели оказываются недостижимыми... [и] несовместимыми; достижимые цели подвергаются сомнению со стороны других действующих субъектов. В этих кризисах привычного действия ситуации действительно должны определяться заново и по-другому. При этом речь идет именно об определении неопределенного, а не об измененном наборе имеющихся... элементов ситуации. (Йоас, 2005, с. 148).

Креативность как реконструкция образа действия и/или его предмета и привычное, неотрефлексированное действие оказываются здесь на противоположных полюсах; одновременно с этим креативность производит новую повседневность, новые «привычки» (Там же, сс. 144–145). В этом контексте полезно привести своего рода императив, который Йоас устанавливает для повсеместного общественного действия, сталкивающегося со всевозможными практическими

⁷ В оригинале: «Cartesianism's guiding notion of the solitarily doubting ego... supplanted by the idea of a cooperative search for truth for the purpose of coping with real problems encountered in the course of action».



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

проблемами: будучи совершаемым в «цивилизации, сформированной наукой и технологиями, [оно] должно быть ориентированным на уровень, который достигнут креативным праксисом экспериментов и исследований, а также intersubъективной дискуссией и аргументацией в науке» (Joas, 1993, p. 257)⁸. После дополнительных указаний Йоаса на то, что креативность имеет intersubъективный, коллективный характер, а также присуща человеческому (социальному) действию вообще, мы понимаем, что креативность имеет непосредственное отношение к существованию — «возникновению, воспроизводству и трансформации» (Йоас, 2005, с. 221) — социального порядка.

На этом моменте мы бы хотели завершить знакомство с теорией креативного действия. При первом приближении заметны точки потенциального диалога с историческим материализмом. Так, теории креативного действия созвучны высказывания советского философа-эстетика и марксиста М. А. Лифшица о «деле человека», которое «является развитием дела природы [и] формирует нашу субъективность, определяя ее своим содержанием, ибо субъекту приходится наступать под огнем объекта, обламывая себе бока в этом взаимодействии с ним. (Лифшиц, 1985, с. 154).

Однако безусловно синтезировать исторический материализма и теорию креативного действия Йоаса, полагающейся на прагматизм, невозможно. Два философских течения различаются в самой их основе, в отношении субъекта познания к своему объекту: если прагматизм ставит в качестве критерия истины полезность, то для исторического материализма «истинность и полезность тех или иных положений — совершенно разные вещи, которые могут быть связанными, а могут и не быть. Истинность тех или иных мыслетворений состоит исключительно в их соответствии объективному миру и ни в чем другом» (Семенов, 2020, с. 34). Действительно критическое осмысление теории креативного действия, возможно, принесло бы пользу в исследовании предмета, но это не входит в задачи этой статьи.

Нормативность и волевые отношения в классической политэкономии и историческом материализме

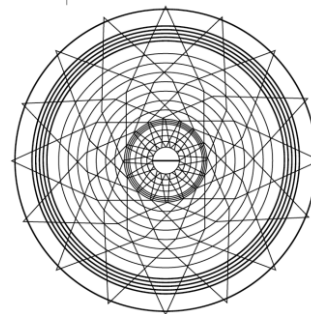
Наша идея о проведении связи между неким существующим социологический подходом и историческим материализмом принципиально не оригинальна.

⁸ В оригинале: «In a civilization shaped by science and technology, the way that practical problems of all kinds are dealt with must be oriented to the level that has been reached by the creative praxis of experimentation and research and by intersubjective discussion and argument in science».

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

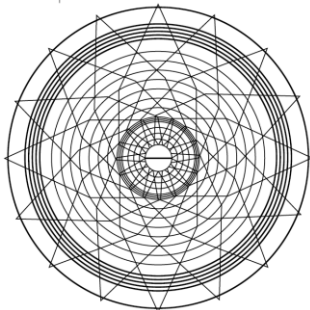


Попытки синтеза предпринимают отечественные исследователи, занимающиеся проблематикой креативности. А. Бузгалин с коллегами (Бузгалин и др., 2021) обращаются к относительно новому направлению неоклассической экономической науки — поведенческой экономике, чтобы обнаружить точки соприкосновения между этим междисциплинарным подходом к изучению экономики и марксизмом.

Исследователи отмечают, что экономическая бихевиористика не столь строго придерживается господствующей в экономическом мейнстриме ортодоксальной модели *homo economicus*, т. е. изображения экономических агентов (индивидов) как сугубо рационалистичных и ориентирующихся на принципы предельной полезности. Благодаря этому в методологии бихевиористского подхода находится место для неэкономических ценностных ориентиров как изучаемых индивидов, так и самой поведенческой экономики.

Однако поверхностная критическая оценка бихевиоризма в экономической науке и даже оговорки авторов вышеупомянутой работы нам представляются недостаточными. Кажется, при этом сближении марксистской политэкономии с неоклассической экономикой — а через это и с социологией Вебера (Therborn, 1976, pp. 272–276) — не учитываются глубина теоретического разлома, антиномия рациональности и нормативности в социальной теории и тяготение неоклассики к первому. К сожалению, это лишь приносит пользу критике исторического материализма и выставление его как ответвления утилитаризма (Alexander, 1982). В данной части статьи мы попытаемся защитить исторический материализм от этих нападков и продемонстрировать важное, но редко принимаемое во внимание нормативное измерение, а также не менее значимое понимание волевых отношений в историческом материализме.

Так как после периода «научной молодости», когда Маркс критиковал современное ему буржуазное общество с позиции отвлеченной философии, моральной и эстетической критики, в поисках более актуального и фундаментального подхода к актуальным для него вопросам он приступает к изучению классической политической экономии Д. Рикардо, А. Смита, некоторых их последователей и основных предшественников (Маркс, 1974; Alexander, 1982). Это с необходимостью помещает в центр его критики капитализма категорию *value* («ценность» или «стоимость»). Но в классической, домарксовской политэкономии это понятие обладало явным двойственным характером. Например, в контексте творческого наследия А. Смита мы читаем:



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

Замысел Адама Смита тесно связан с традицией юридической мысли XVII века, к которой принадлежал Пуфендорф. [Смит] ставил своей задачей обосновать принципы согласия, управляющие человеческими отношениями. <...> В этом плане его теория отличается от более поздних экономических трудов, авторы которых стремились освободить теоретико-методологический инструментарий экономики как научной дисциплины от первоначальных построений политической экономии, рассматриваемых как излишне нравоучительные (Болтански и Тевено, 2013, с. 86).

В чем заключалась нравоучительность политэкономии? Если подходить к вопросу хронологически, то первые две «школы» политэкономии – меркантилисты и физиократы – были более всего озабочены вопросами национального дохода и конкуренции между отдельными государствами, экономики которых приобретали на рубеже XVI–XVII вв. все более буржуазный характер (Studenski, 1958, pp. 13–15). А потому работа в поле политической экономии предполагала не только фиксирование экономических фактов и тенденций, но и вынесение нормативных суждений о должных способах и направлениях приумножения национального богатства.

Размышления о должном далее сближают политическую экономию все больше и больше с моральной философией. Кульминацией этого движения мысли, особенно ярко выразившегося в интеллектуальной среде шотландского Просвещения, становится важная для истории социологии теория общества, которую разработал А. Смит. «Между Смитом-экономистом и Смитом-философом нравственности была теснейшая связь, а его теорию общества нужно искать в обеих сферах его деятельности, которые с этой точки зрения прекрасно дополняют друг друга» (Шацкий, 2018, с. 149)⁹.

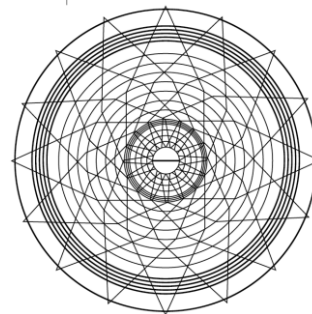
Как экономист Смит рассматривает рыночные отношения в качестве фундамента справедливого и свободного общественного устройства. Сложенные в едином общественном процессе эгоистические интересы якобы способствуют возрастанию всеобщего блага (Болтански и Тевено, 2013, сс. 89–90). И именно эта категория эгоизма положена в философское основание т. н. мейнстрима современной (неоклассической) экономической науки, которая оперирует как

⁹ Стоит также учитывать, что порядок выхода двух фундаментальных работ Смита по обозначенным темам – «Теории нравственных чувств» (1759) и «Исследования о природе и причинах богатств народов» (1776) – показывает, что история мысли знает Смита-философа дольше, и его вклад именно в философию долгое время был известен и ценился больше, нежели в политэкономии (Шацкий, 2018, с. 149).

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм



обозначенной выше антропологической моделью экономического человека, так и принципом *laissez-faire*¹⁰.

Но мысль Смита как морального философа развивалась внутри не столь известной, антииндивидуалистической и антигоббсовской ветви англоязычной философии, которая обнаруживаются также в работах Д. Юма и Э. Берка (Йоас, 2005, с. 205; Engell, 1981). Например, в «Теории нравственных чувств» Смит пишет, что чувство нашего уважения к интеллектуальным, творческим и иным позитивным способностям человека обуславливается не их полезностью, а *самоценностью* (Смит, 1997, с. 41). В частности, «одобрение чьего-либо мнения» зависит не столько от субъективной позиции оценивающего, сколько от «согласия» мнения «с истиной», т. е. с объективностью¹¹. Все вместе это затрудняет сугубо индивидуалистическую и утилитаристскую трактовку его идей – будь то положительную интерпретацию «справа» или критическую «слева».

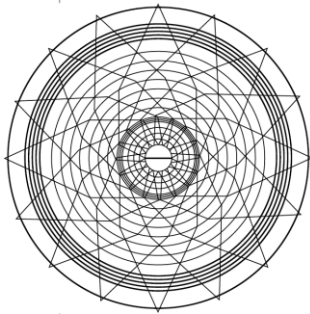
С точки зрения некоторых социологов, теория общества Маркса является утилитаристской по той причине, что в период его перехода от моральной критики буржуазного общества к политэкономической и далее в поздних работах внешние условия существования индивида выступают как детерминирующие (Alexander, 1982, р. 20). Также утверждается, что Маркс в своих основных работах либо недостаточно учитывал, либо полностью игнорировал индивидуальную волю и нормативное измерение общественных отношений (Йоас, 2005, сс. 99–100).

Однако такой взгляд на исторический материализм, скорее, обнаруживает поверхностное понимание того, как вообще возможно через его призму осмыслить соотношение социально-экономических и иных общественных отношений, а также надстроечных общественных элементов: «Авторы разделяются с материализмом <...> простым указанием на то, что он “сводит все к внешним факторам”; между тем материализм не “сводит”, а объясняет происхождение внутреннего от внешнего, в то время как идеализм берет внутреннее (мозг и сознание, к тому же порознь) за простую данность, не объясняя ее» (Завалько, 2011, с. 48)¹².

¹⁰ *Laissez-faire* (франц.) – позволять, не мешать. Фраза-символ крайнего, ортодоксального экономического либерализма (Серов, 2003). *Прим. ред.*

¹¹ Интересно, что можно провести связь между этим утверждением и материализмом Маркса, а именно с тем, как объективные качества товаров лишь обнаруживаются, но не создаются в момент соотнесения стоимости одних товаров на рынке со стоимостью других (Маркс, 1960).

¹² См. также, как Г. А. Завалько (2018) подходит к проблеме соотношения морали и религии, а также общественной нормы и права в истории философии с точки зрения исторического материализма.



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

Общественное измерение креативности
и исторический материализм

Отсутствие эксплицитной проработки нормативной (и – добавим здесь – эстетической) проблематики в основных работах Маркса не предполагало полной ее редукции до экономического детерминизма. Она не представлена явно лишь потому, что перед Марксом стояла иная цель – изучить принципиальные основы всех общественных отношений и общественно-исторических изменений, источник которых он видел в социально-экономических отношениях. Для проработки таких понятий, как овеществление или фетишизм, Маркс обращался к трудам своих предшественников и современников по эстетике и религии. Следы этого интереса сохранились, среди прочего, в «Капитале» в критике культа буржуазного гения и формальной «свободы индивидуальности... [при] ее практическом отрицании» (Лифшиц, 1984, с. 125).

Далее, известные формулы «общественное бытие/общественное сознание» и «базис/надстройка» также способствуют непониманию исторического материализма. Ю. И. Семенов отмечал их терминологические неточности в следующем отношении: «У домарксистских материалистов получалось, что общественная среда (т. е. социальная реальность) определяла общественное мнение, а последнее, в свою очередь, определяло общественную среду» (Семенов, 2013, с. 316). В итоге это приводило к логическому замкнутому кругу взаимного самоопределения. Основоположники исторического материализма отделяли общественное бытие от общественного сознания, чтобы подчеркнуть объективный источник общественных представлений и идей в социально-экономических отношениях – таким образом они решали вопрос социальной философии об отношении социального материального и идеального, имеющий долгую историю.

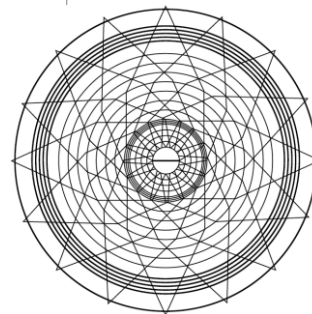
Между тем, в общественное бытие входят не только независимые от индивидуальной воли и в этом смысле *объективные* и материальные социально-экономические отношения (вместе с развитием производительных сил), но и система общественных *волевых* отношений, то есть зависимых от общественного сознания и тем самым *субъективно-объективных* (Семенов, 2013, с. 316). Семенов выделял три общественных элемента: 1) социально-экономические отношения, 2) общественное сознание и 3) социальная конструкция, а путаница рождается из-за того, что в содержание понятия общественного бытия обычно входят первый и третий элемент, а в понятие надстройки – второй и третий.

В этом мы находим для себя два важных момента. Во-первых, пространство для индивидуальной и коллективной воли, не поддающейся строгой экономической детерминации, все-таки отражено в историческом материализме. Имея представления об обществе, человек волен свободно действовать сообразно

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*



условиям его общественного бытия. Другое дело, что, как уже было сказано ранее, экономический расчет становится ориентиром вне хозяйственных отношений. Поэтому будет несправедливо называть Маркса утилитаристом или детерминистом, в том числе из-за того, что некоторые его последователи не учитывают сложное диалектическое отношение общественной необходимости и свободы. Во-вторых, относительная автономность норм и волевых общественных, неэкономических отношений (социальной конструкции) в этой модели подкрепляет идею о частичном, критическом интегрировании положений теории креативного действия в исторический материализм. Однако действительная необходимость этого, если таковая имеется, еще только должна быть продемонстрирована.

Заключение

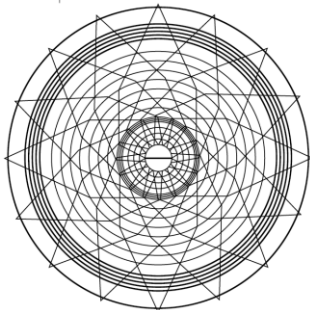
Противоречивые метаморфозы позднейшей эпохи капитализма – технологические достижения, углубление экономического кризиса и рост фиктивного сектора экономики (финансиализация) – открыли капиталу доступ к ранее недоступным ему общественным отношениям и глубинным сторонам жизни индивидов. Если в предшествующих капитализму общественных формациях существовало внеэкономическое принуждение к труду и производственные отношения были опосредованы «через другие (моральные, правовые, идеологические) отношения», то для капитализма специфично внутриэкономическое принуждение (Завалько, 2015, с. 190). В историческом контексте сохраняющегося всеобщего капиталистического кризиса расширяется «обусловленность поведения экономическим расчетом во всех, не только в экономической, сферах жизни» (там же). Это отражается в том числе на сфере творчества, проявляется через т. н. культурные и креативные индустрии. Рассмотрение опыта гуманитарных наук в исследовании креативности как общественного феномена призвано дополнить исторический материализм и способствовать дальнейшему изучению взаимосвязи социальных изменений и креативности.

БИБЛИОГРАФИЯ

Арсланов, В. Г. (2004). К читателю этой книги. М. А. Лифшиц (Ред.). Что такое классика? (сс. 7–30). Искусство XXI век.

Болтански, Л., Тевено, Л. (2013). Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов. Новое литературное обозрение.

Бузгалин, А. В. (2011). Эксплуатация творческой деятельности: интеллектуальная рента как [превратная] форма присвоения капиталом всеобщего культурного богатства. Альтернативы, (4), 4–28.



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*

Бузгалин, А. В. (2018). Поздний капитализм и его пределы: диалектика производительных сил и производственных отношений (к 200-летию со дня рождения Карла Маркса). Вопросы политической экономии, (2), 10–38.

Бузгалин, А. В., Манахова, И. В., Молчанов, И. Н., Павлов, М. Ю., Рассадина, А. К. (2022). Человек как экономический актор: потенциал диалога поведенческой экономики и современной марксистской политэкономии. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, (2), 26–44.

Завалько, Г. А. (2011). Философские проблемы эстетики. Книжный дом ЛИБРОКОМ.

Завалько, Г. А. (2015). Рецензии: Семенов Ю. И. Происхождение и развитие экономики: от первобытного коммунизма к обществам с частной собственностью, классами и государством (древневосточному, античному и феодальному). УРСС, 2014. Философия и общество, 1–2(76), 189–200.

Завалько, Г. А. (2018). Проблема соотношения морали и религии в истории философии. КомКнига.

Йоас, Х. (2005). Креативность действия. Алетейя.

Йоас, Х. (2013). Возникновение ценностей. Алетейя.

Йоас, Х., Кнёбль, В. (2011). Социальная теория. 20 вводных лекций. Алетейя.

Леонтьев, А. Н. (1983). Деятельность. Сознание. Личность. В А. Н. Леонтьев, Избранные психологические сочинения. Т. 2. Педагогика.

Лифшиц, М. А. (1984). Философия искусства Карла Маркса. Собрание сочинений. Т. 1. Изобразительное искусство.

Лифшиц, М. А. (1985). Бессистемный подход. В М. А. Лифшиц, В мире эстетики. Изобразительное искусство.

Маркс, К. (1960). Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Маркс К. и Энгельс Ф. Соч. Т. 23. Политиздат.

Маркс, К. (1974). Экономическо-философские рукописи 1844 года. В К. Маркс, Ф. Энгельс, Сочинения. 2-е изд. Т. 42. Политиздат.

Мъеж, Б., Кирия, И. В. (2019). Креативные индустрии: в поисках стабильности концепта. Коммуникации. Медиа. Дизайн, 3(4), 22–37.

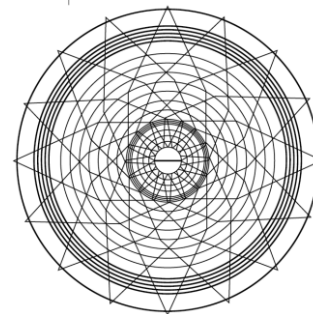
Павлов, М. Ю. (2020). Трансформация характера взаимодействия между трудом и капиталом в условиях четвертой индустриальной революции. Вестник Института экономики Российской академии наук (2), 71–82.

Павлов, М. Ю. (2022). Как измерить креативную деятельность? Экономическое возрождение России, 4(74), 68–74.

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*



Семенов, Ю. В. (2013). *Философия истории. Общая теория исторического процесса*. Академический Проект.

Семенов, Ю. В. (2014). *Происхождение и развитие экономики: От первобытного коммунизма к обществам с частной собственностью, классами и государством (древневосточному, античному и феодальному)*. КРАСАНД.

Семенов, Ю. В. (2020). *Введение в науку философии. Кн. 5: Проблема истины. Мышление, воля и мозг*. ЛЕНАНД.

Серов, В. В. (Ред.). (2003). *Принцип «Laissez faire, laissez passer», Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений (с. 632)*. Локид-Пресс.

Смит, А. (1997). *Теория нравственных чувств*. Республика.

Татаркевич, В. (2002). *История шести понятий*. Дом интеллектуальной книги.

Харви, Д. (2021). *Состояние постмодерна: Исследование истоков культурных изменений*. Издательский дом Высшей школы экономики.

Хезмондалш, Д. (2018). *Культурные индустрии*. Издательский дом Высшей школы экономики.

Чиксентмихайи, М. (2015). *Креативность. Поток и психология открытий и изобретений. Карьера пресс*.

Шацкий, Е. (2018). *История социологической мысли. Том 1. Новое Литературное Обозрение*.

Alexander, J. C. (1982). *Theoretical Logic in Sociology. Vol. II: The Antinomies of Classical Thought: Marx and Durkheim*. Berkeley.

Engell, J. (1981). *The Creative Imagination: Enlightenment to Romanticism*. Harvard University Press.

Foley, D. K. (2013). *Rethinking Financial Capitalism and the “Information” Economy*. *Review of Radical Political Economics*, 45(3), 257–268.

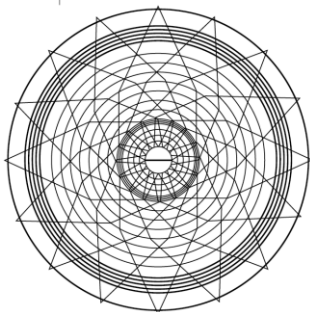
Garnham, N. (2005). *From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom*. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15–29.

Joas, H. (1993). *Pragmatism and Social Theory*. University of Chicago Press.

Kiriya, I., Kompatsiaris, P., & Mylonas, Y. (2020). *The Industrialization of Creativity and Its Limits: Introducing Concepts, Theories, and Themes*. In I. Kiriya, P. Kompatsiaris, & Y. Mylonas (Eds.). *The Industrialization of Creativity and Its Limits*, (1–13). Springer.

Lee, H. K. (2017). *The Political Economy of ‘Creative Industries’*. *Media, Culture & Society*, 39(7), 1078–1088.

Parsons, T. (1937). *The Structure of Social Action*. McGrawHill.



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*

Reckwitz, A. (2012). Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag.

Reckwitz, A. (2016). Kreativität und soziale Praxis: Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie. Transcript Verlag.

Runco, M. A. (1996). Personal Creativity: Definition and Developmental Issues. *New Directions for Child Development*, (72), 3–30.

Runco, M. A., Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.

Sternberg, R., Lubart, T. (1998). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 3–15). Cambridge University Press.

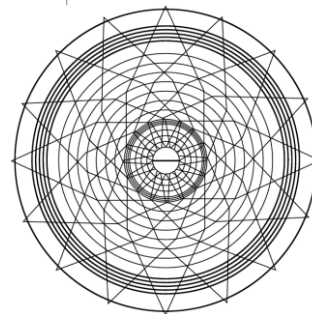
Studenski, P. (1958). *The Income of Nations: Theory, Measurement, and Analysis: Past and Present: A Study in Applied Economics and Statistics*, Vol. 1. New York University Press.

Therborn, G. (1976). *Science, Class, and Society*. New Left Books.

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*



THE SOCIAL DIMENSION OF CREATIVITY AND HISTORICAL MATERIALISM

Pereiaslov A. D.

Lecturer at the HSE University

(Moscow, Russia)

apereiaslov@hse.ru

Abstract:

The author proposes to expand the understanding of creativity in the field of historical materialism. Examples of extra-economical manifestations of creativity in different humanities are presented. Particular attention is paid to the theory of social action and sociological theory of creativity by H. Joas.

Keywords: creativity, creative economy, historical materialism, political economy, theory of social action

REFERENCES

Alexander, J. C. (1982). *Theoretical Logic in Sociology. Vol. II: The Antinomies of Classical Thought: Marx and Durkheim.* Berkeley.

Arslanov, V. G. (2004). К читателю этой книги. М. А. Lifshic (Ed.). *Что такое классика?* (pp. 7–30). *Iskusstvo XXI vek.*

Boltanski, L., Teveno, L. (2013). *Kritika i obosnovanie spravedlivosti: Ocherki sociologii gradov.* *Novoe literaturnoe obozrenie.*

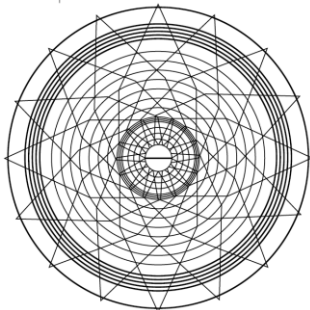
Buzgalin, A. V. (2011). *Ekspluatatsiya tvorcheskoy deyatel'nosti: intellektual'naya renta kak [prevratnaya] forma prisvoeniya kapitalom vseobshchego kul'turnogo bogatstva.* *Al'ternativy*, (4), 4–28.

Buzgalin, A. V. (2018). *Pozdnij kapitalizm i ego predely: dialektika proizvoditel'nyh sil i proizvodstvennyh otnoshenij (k 200-letiyu so dnya rozhdeniya Karla Marksa).* *Voprosy politicheskoy ekonomii*, (2), 10–38.

Buzgalin, A. V., Manahova, I. V., Molchanov, I. N., Pavlov, M. Yu., Rassadina, A. K. (2022). *Chelovek kak ekonomicheskij aktor: potencial dialoga povedencheskoj ekonomiki i sovremennoj marksistskoj politekonomii.* *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika*, (2), 26–44.

Chiksentmihaji, M. (2015). *Kreativnost'. Potok i psihologiya otkrytij i izobretenij.* Kar'era press.

Engell, J. (1981). *The Creative Imagination: Enlightenment to Romanticism.* Harvard University Press.



[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*

Foley, D. K. (2013). Rethinking Financial Capitalism and the “Information” Economy. *Review of Radical Political Economics*, 45(3), 257–268.

Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 15–29.

Harvi, D. (2021). *Sostoyanie postmoderna: Issledovanie istokov kul'turnyh izmenenij*. Izdatel'skij dom Vysšej shkoly ekonomiki.

Hezmondalsh, D. (2018). *Kul'turnye industrii*. Izdatel'skij dom Vysšej shkoly ekonomiki.

Joas, H. (1993). *Pragmatism and Social Theory*. University of Chicago Press.

Joas, H. (2005). *Kreativnost' dejstviya*. Aletejya.

Joas, H. (2013). *Vozniknovenie cennostej*. Aletejya.

Joas, H., Knyobl', V. (2011). *Social'naya teoriya. 20 vvodnyh lekcij*. Aletejya.

Kiriya, I., Kompatsiaris, P., & Mylonas, Y. (2020). The Industrialization of Creativity and Its Limits: Introducing Concepts, Theories, and Themes. In I. Kiriya, P. Kompatsiaris, & Y. Mylonas (Eds.). *The Industrialization of Creativity and Its Limits*, (1–13). Springer.

Lee, H. K. (2017). The Political Economy of ‘Creative Industries’. *Media, Culture & Society*, 39(7), 1078–1088.

Leont'ev, A. N. (1983). *Deyatel'nost'. Soznanie. Lichnost'*. V A. N. Leont'ev, *Izbrannye psihologicheskie sochineniya*. T. 2. Pedagogika.

Lifshic, M. A. (1984). *Filosofiya iskusstva Karla Marksa. Sobraenie sochinenij*. T. 1. *Izobrazitel'noe iskusstvo*.

Lifshic, M. A. (1985). *Bessistemnyj podhod*. V M. A. Lifshic, *V mire estetiki. Izobrazitel'noe iskusstvo*.

M'ezh, B., Kiriya, I. V. (2019). *Kreativnye industrii: v poiskah stabil'nosti koncepta. Kommunikacii. Media. Dizajn*, 3(4), 22–37.

Marks, K. (1960). *Kapital. Kritika politicheskoy ekonomii*. T. 1. Marks K. i Engel's F. *Soch.* T. 23. Politizdat.

Marks, K. (1974). *Ekonomicheskoe-filosofskie rukopisi 1844 goda*. V K. Marks, F. Engel's, *Sochineniya*. 2-e izd. T. 42. Politizdat.

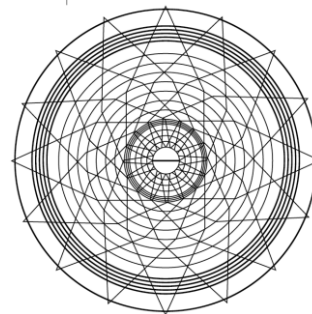
Parsons, T. (1937). *The Structure of Social Action*. McGrawHill.

Pavlov, M. Yu. (2020). Transformaciya haraktera vzaimodejstviya mezhdu trudom i kapitalom v usloviyah chetvortoj industrial'noj revolyucii. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossijskoj akademii nauk*, (2), 71–82.

[Научные статьи]

Переяслов А. Д.

*Общественное измерение креативности
и исторический материализм*



Pavlov, M. Yu. (2022). Kak izmerit' kreativnuyu deyatel'nost'? Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii, 4(74), 68–74.

Reckwitz, A. (2012). Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Suhrkamp Verlag.

Reckwitz, A. (2016). Kreativität und soziale Praxis: Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie. Transcript Verlag.

Runco, M. A. (1996). Personal Creativity: Definition and Developmental Issues. *New Directions for Child Development*, (72), 3–30.

Runco, M. A., Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.

Semenov, Yu. V. (2013). *Filosofiya istorii. Obshchaya teoriya istoricheskogo processa. Akademicheskij Proekt.*

Semenov, Yu. V. (2014). Proiskhozhdenie i razvitie ekonomiki: Ot pervobytnogo kommunizma k obshchestvam s chastnoj sobstvennost'yu, klassami i gosudarstvom (drevnevostochnomu, antichnomu i feodal'nomu). KRASAND.

Semenov, Yu. V. (2020). *Vvedenie v nauku filosofii. Kn. 5: Problema istiny. Myshlenie, volya i mozg.* LENAND.

Serov, V. V. (Red.). (2003). Princip «Laissez faire, laissez passer», *Enciklopedicheskij slovar' krylatyh slov i vyrazhenij* (с. 632). Lokid-Press.

Shackij, E. (2018). *Istoriya sociologicheskoy mysli. Tom 1. Novoe Literaturnoe Obozrenie.*

Smit, A. (1997). *Teoriya npravstvennyh chuvstv.* Respublika.

Sternberg, R., Lubart, T. (1998). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 3–15). Cambridge University Press.

Studenski, P. (1958). *The Income of Nations: Theory, Measurement, and Analysis: Past and Present: A Study in Applied Economics and Statistics, Vol. 1.* New York University Press.

Tatarkevich, V. (2002). *Istoriya shesti ponyatij. Dom intellektual'noj knigi.*

Therborn, G. (1976). *Science, Class, and Society.* New Left Books.

Zaval'ko, G. A. (2011). *Filosofskie problemy estetiki.* Knizhnyj dom LIBROKOM.

Zaval'ko, G. A. (2015). Recenzii: Semenov Yu. I. Proiskhozhdenie i razvitie ekonomiki: ot pervobytnogo kommunizma k obshchestvam s chastnoj sobstvennost'yu, klassami i gosudarstvom (drevnevostochnomu, antichnomu i feodal'nomu). URSS, 2014. *Filosofiya i obshchestvo*, 1–2(76), 189–200.

Zaval'ko, G. A. (2018). *Problema sootnosheniya morali i religii v istorii filosofii.* KomKniga.