

dr hab. Aleksander Lipski¹, prof. UE 

Katedra Polityki Społecznej, Gospodarczej i Środowiskowej
Wydział Gospodarki Przestrzennej i Transformacji Regionów
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Ideologiczny i społeczny kontekst gospodarki kreatywno-kognitywnej

Abstrakt

Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, czy „gospodarka kreatywno-kognitywna” jest kategorią opisową, czy raczej konstruktem ideologicznym i narzędziem określonego aktu performatywnego, czy, a jeśli tak, to w jakim stopniu, odnosi się do stanu faktycznego współczesnej gospodarki, czy też jest jedynie hipostazą. Oparta na założeniach arbitralnie definiowanej kreatywności, selektywno-normatywnie rozumianej kultury, dematerializacji pracy i fetyszyzowaniu roli IT, neoliberalna ideologia gospodarki kreatywno-kognitywnej stwarza fałszywy obraz jakościowo nowej rzeczywistości, maskując stare problemy społeczne właściwe dla gospodarki rynkowej, takie jak utrwalone i pogłębiające się nierówności społeczne, nowe formy podziałów stratyfikacyjnych (afirmacja klasy kreatywnej i dyskredytacja niższych klas społecznych, zwłaszcza klasy robotniczej), segregacja społeczno-przestrzenna, manipulacja i dezinformacja (przemoc symboliczna), wykluczenie i marginalizacja społeczna. Ideologia ta, upowszechniana przez paternalistyczną wiedzo-władzę (*governmentality*), wpisuje się w elitarystyczny model społeczeństwa.

Słowa kluczowe: gospodarka kreatywno-kognitywna, konstruktywizm, ideologia neoliberalna, stratyfikacja społeczna.

The ideological and social context of the creative-cognitive economy

Abstract

The aim of this article is to try to answer the question of whether the “creative-cognitive economy” is a descriptive category or rather an ideological construct and a tool with a specific performative act, whether and, if so, to what extent it refers to the actual state of the contemporary economy, or is it merely a hypostasis. Based on the assumptions of arbitrarily defined creativity, selectively-normatively understood culture, dematerialization of work and the fetishization of the role of IT, the neoliberal ideology of the creative-cognitive economy creates a false image of a qualitatively new reality,

¹ Adres korespondencyjny: Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Wydział Gospodarki Przestrzennej i Transformacji Regionów, ul. 1 Maja 50, 40-287 Katowice; e-mail: alipski@ue.katowice.pl, alipski@poczta.onet.pl. ORCID: 0000-0002-5985-7848.

masking old social problems specific to the market economy, such as entrenched and deepening social inequalities, new forms of stratification divisions (affirmation of the creative class and discrediting lower social classes, especially the working class), socio-spatial segregation, manipulation and disinformation (symbolic violence), social exclusion and marginalization. This ideology, disseminated by paternalistic governmentality, is consistent with the elitist model of society.

Keywords: creative-cognitive economy, constructivism, neoliberal ideology, social stratification.

JEL: Z13.

WPROWADZENIE

Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, czy „gospodarka kreatywno-kognitywna” (GKK) jest kategorią opisową, czy raczej konstruktem ideologicznym (narzędziem aktu performatywnego)? Służy temu następująca hipoteza: neoliberalna ideologia GKK, promowana przez paternalistyczną wiedzo-władzę (*governmentality*), tworzy fałszywy obraz jakościowo nowej rzeczywistości, maskując zarazem stare problemy społeczne właściwe dla gospodarki rynkowej, takie jak nierówności społeczne, podziały stratyfikacyjne, wykluczenie czy marginalizacja społeczna. Do głównych narzędzi tej ideologii należą fetyszizm nowoczesnych technologii i powszechnej digitalizacji, arbitralnie przyznawany przez wiedzo-władzę przywilej kreatywności oraz selektywno-wartościujące pojęcie kultury. Ukrywając ciągłość dysfunkcyjnych kwestii społecznych, ideologia neoliberalna GKK generuje nowe ich postaci: w zakresie stratyfikacji (uprzywilejowana i afirmowana klasa kreatywna *versus* dyskryminowana i lekceważona klasa robotnicza), wyzysku pracowników (w gospodarce informacyjnej) czy deprecjonowania tych form pracy, których nie uwzględnia wąska perspektywa ekonomii głównego nurtu. Temat analizowany jest z punktu widzenia socjologii ekonomicznej opartej na interdyscyplinarnych podstawach teorii krytycznej.

GOSPODARKA A KONSTRUKTYWIZM

Kiedy w 1998 r. M. Callon opublikował swój głośny artykuł o performatywności ekonomii, który niektórzy komentatorzy nazwali „najbardziej prowokacyjnym współczesnym wkładem teoretycznym do socjologii ekonomicznej” (MacKenzie, Millo, 2003, s. 108), na nowo odżyły – tym razem na styku ekonomii i innych nauk społecznych – dawne spory między przedstawicielami konstruktywizmu (idealizmu) i esencjalizmu (realizmu), między pozytywistycznym obiektywizmem twardych danych empirycznych i hermeneutycznym subiektywizmem ich interpretacji. Sięgając po kluczowe dla socjologii ekonomicznej od czasu *Great Transformation* K. Polanyi’ego (1944) pojęcie zakorzenienia (*embeddedness*),

Callon stwierdza, że „gospodarka jest zakorzeniona nie w społeczeństwie, lecz w ekonomii” (Callon, 1998, s. 30). To oznacza, że w penetracji kulturowych uwarunkowań i zależności gospodarki Callon idzie dalej niż M. Granovetter (1985). Zdaniem Callona bowiem „ekonomia [...] raczej tworzy gospodarkę (*performs the economy*), niż obserwuje jej funkcjonowanie” (Callon, 1998, s. 2), ściślej – gospodarka tworzona jest przez określone dyskursy ekonomiczne (du Gay, Pryke, 2002, s. 2). W efekcie „jest tym, czym jest w danej szkole myślenia lub podejściu ekonomicznym” (Medema, Samuels, 1998, s. 3). Koncepcja performatywizmu wspierała zatem zaprezentowane w 1985 r. stanowisko D. McCloskey (1998) w sprawie retoryki ekonomii, której język nie jest narzędziem opisu jej przedmiotu, ale jego kreowania.

Teorię współczesnego społeczeństwa cechuje m.in. zjawisko nadmiaru terminów (mnożenia bytów conceptualnych), którymi próbuje się opisać otaczającą rzeczywistość (inni powiedzą: ją kreować) i dokonujące się w niej zmiany w zakresie technologii, gospodarki, polityki czy stylu życia. W połowie XX w. pojawiła się idea gospodarki opartej na wiedzy (*knowledge economy*), na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych – gospodarki informacyjnej, a w latach dziewięćdziesiątych – cyfrowej. Towarzyszyły im gospodarka doznań (*experience economy*) i gospodarka znaków. System informacyjny World Wide Web nieustannie ewoluuje: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 itd. W równie prosty sposób przedstawia się dzieje przemysłu z jego kolejnymi rewolucjami: od formatu 1.0, zainicjowanego pierwszymi maszynami, zapoczątkowującymi dynamiczny rozwój kapitalizmu i masowej produkcji, po 5.0, w którym IT, cyfryzacja i sztuczna inteligencja mają służyć optymalizacji gospodarczej i realizacji celów zrównoważonego rozwoju. Obok zmian technologiczno-gospodarczych identyfikuje się także kolejne pokolenia: X, Y, Z, Alpha. Niekiedy stosowana nomenklatura jest bardziej zwięzła i ogólna, choć nie zawsze spójna z innymi propozycjami. Mowa jest na przykład o przejściu od społeczeństwa przemysłowego do poprzemysłowego, od fordowskiego do postfordowskiego, od nowoczesnego do ponowoczesnego. Kategorie pojęciowe i schematy analityczne są oczywiście niezbędnymi narzędziami teoretycznymi porządkowania, opisywania i wyjaśniania rzeczywistości, pod warunkiem jednak, że są do niej adekwatne, tzn., że uwzględniają chociażby klasyczną, Arystotelesowską definicję prawdy. W tej wielości rozmaitych pomysłów terminologicznych znaleźć można takie, które ten warunek spełniają, ale są również i takie, które wyczerpują wszelkie znamiona jedynie intelektualnych mód, przed którymi przestrzegali m.in. K. Popper (1997, s. 7) czy M. Blaug (1995, s. 347). Wśród tych ostatnich poważniejszy problem rodzą jednak te, które nasuwają fundamentalne pytanie inspirowane założeniami konstruktywizmu: czy nazwy te opisują rzeczywistość, czy raczej ją kreują? Do nich należy m.in. termin, a, jak chcą zapewne jego rzecznicy, także pojęcie „gospodarki kreatywno-kognitywnej” (GKK). Czy zatem GKK jest kategorią opisową, czy może raczej,

jak powiedziałby zapewne Callon i jego zwolennicy, aktem performatywnym? Kategorią opisującą realny byt czy jedną z hipostaz z arsenału konstruktywizmu?

Termin GKK budzi podobne wątpliwości do tych, jakie wiążą się z tzw. gospodarką opartą na wiedzy. Jej identyfikacja oznacza nieuprawnioną supozycję, jakoby istniały formy gospodarowania realizowane bez określonej wiedzy w szerokim tego słowa znaczeniu (Lipski, 2023). Analogicznie orędownicy GKK zdają się ignorować fakt, że każda gospodarka jest określonym rodzajem tworzenia. Wiedza i kreatywność są więc obecne zarówno w najstarszych gospodarkach społeczności zbieracko-łowieckich, jak i nowoczesnych gospodarkach opartych na technologiach informatycznych, w zwykłych i codziennych czynnościach życia powszedniego i finezyjnych eksperymentach laboratoriów naukowych, tworzenie jest bowiem powszechną cechą życia społecznego (indywidualnego i kolektywnego) w każdej jego sferze (Hawkins, 2018; Edensor, Millington, 2019; Godart, 2020; Waitt, 2013; Ingold, 2020; Mato, 2009; Einarsson, 2016; Hartley i in., 2015; Hesmondhalgh, Pratt, 2005; Krätke, 2011; Sands, Reese, 2008). Jeśli zaś określonym typom gospodarowania przypisuje się te cechy, a innym zaś nie, to oznacza, że mamy do czynienia:

- nie z opisowym, ale selektywnym i normatywnym podejściem do zagadnienia;
- z arbitralnym rozróżnieniem wartościującym, tzn. z przykładem paternalizmu wiedzy-władzy (*governmentality* – M. Foucault);
- z definicją projektującą, a nie sprawozdawczą;
- nie z opisem stanu faktycznego, lecz kreowaniem rzeczywistości, czyli z aktem performatywnym;
- z konstruktem ideologicznym, a nie ze sferą doświadczenia.

Realne zaś są problemy społeczne, które ideologia GKK za sobą pociąga i które niejednokrotnie sztafażem swoich wyrafinowanych atrybutów maskuje, np. utrwalone i pogłębiające się nierówności społeczne, nowe formy podziałów stratyfikacyjnych, segregacja społeczno-przestrzenna, manipulacja i dezinformacja (przemoc symboliczna), wykluczenie i marginalizacja społeczna.

KONCEPTUALIZACJA GKK

Ponieważ nie sposób wytyczyć ostrych granic oddzielających akty kreatywne od niekreatywnych ani w sposób przekonujący określonym formom ludzkiej aktywności, nawet tym noszącym znamiona naśladownictwa, odebrać tę własność, konceptualizacja GKK i pojęć pokrewnych (klasa kreatywna, miasta kreatywne itp.) napotyka na poważne problemy (Markusen, 2008; Pratt, 2016; Kacerauskas, 2020; Vanolo, 2013; Casey, O'Brien, 2020; Roodhouse, 2006). Nie jest więc możliwe opisanie GKK w formie definicji klasycznej, tzn. zawierającej *genus proximum* i *differentiam specificam*. Pomijając przypadki określeń tautologicz-

nych (a zarazem zawierających błąd *ignotum per ignotum*), których wzorcowym już dziś przykładem są np. interpretacje Department for Culture Media & Sport (Creative..., 2001, s. 5) czy UNCTAD (Creative..., 2010, s. 6; Creative..., 2024), w których przemysły kreatywne wywodzi się z kreatywności i wiedzy (Galloway, Dunlop, 2006; Söndermann 2009), spotkać można co najwyżej definicje wyliczające (Creative..., 2001, s. 5; Creative, 2024; Throsby, 2008; Hesmondhalgh, 2013; O'Connor, 2000). Ich podstawowym problemem jest jednak to, że stanowią katalogi zamknięte i wyczerpują w ten sposób zakres definiowanego pojęcia, co w warunkach dynamicznego i wielotorowego rozwoju tego sektora gospodarki (np. w sferze kultury artystycznej, mass mediów, IT, turystyki, rynku czasu wolnego) jest założeniem bezpodstawnym (Lipski, 2018). Kreatywność (a także jej rozmaite zastosowania frazeologiczne) stała się w przestrzeni publicznej słowem-zaklęciem, ulegając z czasem swoistej fetysyzacji i poszerzając słownik modnych figur stylistycznych salonowej retoryki (Pratt, 2008; Newbiggin, 2016; Schlesinger, 2013). Mglisty i labilny charakter pojęcia GKK sprawia więc, że skutecznie wymyka się ono dostępnym narzędziom analitycznym, z jednej strony utrudniając nakreślenie jasnego obrazu jego treści i zakresu, z drugiej zaś pozwalając na nonszalanckie i nieskrępowane jego stosowanie w dowolnych sytuacjach.

Poważny problem z konceptualizacją pojęcia GKK nie przeszkadza jednak jego zwolennikom w praktyce arbitralnie decydować o jego zakresie, jedne formy aktywności (sektory gospodarki) weń włączając, inne zaś wykluczając. Do wiodących kryteriów tej wartościującej selekcji należą zaś nowoczesne technologie (sektor cyfrowy) i stereotypowo, tzn. wąsko, rozumiana kultura (sektor kultury) jako dwa główne zasoby/narzędzia GKK, co oznacza, że stanowi ona kolejny etap mitu o dematerializacji pracy i produkcji, którego początki sięgają połowy XX w., kiedy pojawiają się pierwsze zapowiedzi przejścia od społeczeństwa przemysłowego (fordowskiego) do postindustrialnego (postfordowskiego), od gospodarki materialnej do gospodarki kognitywnej (P. Drucker, D. Bell). Rosnące znaczenie technologii informatycznych, postępująca cyfryzacja kolejnych dziedzin życia, wykorzystanie kultury jako czynnika wzrostu gospodarczego, rozrost sektora usług (serwicyzacja) stworzyły korzystne warunki do uprawomocnienia ideologii GKK dyskredytującej rolę tradycyjnych sektorów gospodarki materialnej i właściwych jej kategorii zawodowych jako anachronicznych pozostałości minionej epoki (Doogan, 2009). D. Quah tryumfalnie obwieścił powstanie „gospodarki nieważkiej” (*weightless economy*), w której cyfrowe towary są niekonkurencyjne i nieskończenie rozszerzalne (Quah, 2003). D. Tapscott i A. Williams entuzjastycznie relacjonują wejście w czas „wikinomiki”, nowej ery w gospodarce, porównywanej do włoskiego renesansu i ateńskiej demokracji. W tej „nowej demokracji gospodarczej” dotychczasowe relacje rynkowe oparte na konkurencji, hierarchii, kontroli i korporacjonizmie mają być zastąpione współdzieleniem i współtworzeniem zasobów na zasadzie *peer-to-peer*, a prosumpcja w skali globalnej sieci

będzie czynnikiem dobrobytu i demokracji. Przykładem tej transformacji mają być Google, YouTube, Wikipedia, Amazon (Tapscott, Williams, 2008). C. Anderson w koncepcji *long tail* opisuje ekonomię obfitości, stanowiącą, jego zdaniem, specyficzną właściwość gospodarki opartej na IT i Internecie, w której rozrastająca się nieustannie i nieskończenie ilość cyfrowych produktów, nieograniczone możliwości wyboru oraz zmniejszające się koszty produkcji i dystrybucji tworzą przeciwieństwo standardowej ekonomii niedoboru i ograniczonych zasobów (Anderson, 2008). Fascynacja bezprecedensowymi możliwościami i zakresem dostępnych treści, otwierającymi się przed członkami społeczeństwa sieci, skłoniły niektórych komentatorów nawet do obwieszczenia końca kapitalizmu, ponieważ we wspólnotach współpracy, w których zatrudniona będzie wkrótce większość ludzi, koszty krańcowe produkcji spadają do zera (Rifkin, 2016; Hoeschele, 2018; Swan, 2015; Throsby, 2015; Peters, Araya, 2010). O znaczeniu IT we współczesnej gospodarce świadczy fakt, że niektórzy autorzy stawiają znak równości między GKK a rewolucją informatyczną (Newbigin, 2010, s. 15; Cutting..., 2021).

NOWY KAPITALIZM – STARE PROBLEMY SPOŁECZNE

Performatywny akt kreujący GKK jest mistyfikacją tworzącą fałszywy obraz rzeczywistości. Rosnąca popularność równoległej do niej rzeczywistości „rozszerzonej”, masowa cyfryzacja, upowszechnienie nowoczesnych technologii, hiperrzeczywistość symulaków i jednoczesna eliminacja z przestrzeni publicznej (przekazów medialnych) obrazów tradycyjnego przemysłu i typowych dla niego kategorii zawodowych (gospodarki materialnej) nie oznacza, że przestały one istnieć. W ramach swoistej przemocy symbolicznej ulegają jedynie systematycznemu wypieraniu ze świadomości zbiorowej i marginalizacji na obrzeża nowoczesnego, eleganckiego społeczeństwa GKK, by nie mieć jego sterylnego obrazu (Lipski, 2016). Gospodarka usieciowionego kapitalizmu, jak mówi M. Castells, jest „gospodarką nierzeczywistą”, obiekty i przestrzeń fizyczna w nim wprawdzie nie znikają, ale są wchłonięte „w niewidoczną logikę metasieci” (Castells, 2007, s. 470, 474); fabryki, systemy produkcyjne itp. wciąż istnieją, „ale stały się podległe gospodarce symbolicznej” (Venkatesh, 1999, s. 157). Chętnie mówi się w związku z tym o „kulturalizacji gospodarki”, o gospodarce znaków, o wyższości projektowania nad produkcją (Lash, Urry, 2002; du Gay, Pryke, 2002; Flew, 2009; Amin, Thrift, 2004; Featherstone, 2007; Verwijnen, 2001), ignorując fakt, że gospodarka jest zawsze i wszędzie częścią określonej kultury, każdy produkt ma semantyczny charakter, a czasami bywa nawet symbolem, a sens projektowania spełnia się dopiero w procesie produkcji. Można odnieść wrażenie, że słynny „zwrot kulturowy” w niektórych przypadkach okazał się zbyt radykalny, prowadząc do opacznych diagnoz i pochopnych wniosków. Ma rację Y. Boutang, gdy

pisze, że dla kapitalizmu kognitywnego digitalizacja, komputer i Internet są emblematyczne w taki sam sposób, w jaki kopalnia, silnik parowy, krosno i kolej symbolizują przemysłowy kapitalizm (Boutang, 2011, s. 57), ale to nie uzasadnia opinii P. Druckera, wedle której tradycyjne czynniki produkcji, takie jak ziemia, praca i kapitał, w porównaniu z wiedzą mają znaczenie drugorzędne (Drucker, 1999, s. 40), stwierdzenia C. Leadbeatera, że coraz mniejsze znaczenie ma produkcja materialna oraz jej tradycyjne czynniki (ziemia, surowce, maszyny, siła robocza) wobec wartości niematerialnych (marka, wiedza, własność intelektualna, informacje, obrazy) (Leadbeater, 1999, s. 4) czy C. Landry'ego, dla którego „siła umysłu zastąpiła siłę pracy fizycznej”, a zasoby kulturowe wyparły węgiel i stal (Landry, 2008, s. 6–7). Podobne performatywne zaklinanie rzeczywistości prezentuje J. Newbiggin, obwieszczając, że „tam, gdzie ropa była podstawowym paliwem gospodarki XX w., w XXI w. jego miejsce zajęła kreatywność” (Newbiggin, 2016, s. 11). „Ideologia nowego kapitalizmu opiera się na wyidealizowanej reprezentacji współczesnego społeczeństwa [...] która unika »statycznego« świata struktur i organizacji” na rzecz płynnych sieci, *intangible assets*, bitów itp., konstruktów ubranych w kostium efemerycznych figur stylistycznych, tworzących iluzoryczny, bezcielesny świat cyfrowy (Doogan, 2009, s. 6).

Zwrot kulturowy w wydaniu jego nadgorliwych wyznawców sprawił, że dotychczasowy wulgarny materializm został zastąpiony przez wulgarny kulturalizm (ignorowana niegdyś sfera znaczeń wyparła deprecjonowaną odtąd sferę materialną) (Sayer, 1998). Nawet czołowi przedstawiciele konstruktywizmu w ekonomii dostrzegli niebezpieczeństwo tego odwrócenia i utraty z pola widzenia materialno-technicznego wymiaru gospodarki (Caliskan, Callon, 2009; Hall, 1996). To, że dyskurs ekonomii „tworzy gospodarke”, tzn. narzuca określone jej pojęcie, „nie oznacza, że tworzy ją *ex nihilo*” (Callon, 2006, s. 23; Berghoff, Vogel, 2004, s. 11).

Zwrot kulturowy, konstruktywizm, kulturalizm narażone są zatem na prostą krytykę zarzucającą im idealizm, oderwanie od twardych faktów, a w konsekwencji „rozmiękczenie” przedmiotu nauk społecznych i ignorowanie pozytywistycznego rygoryzmu metodologicznego w imię subiektywnego i miałkiego interpretatywizmu. Na pierwszych stronach *Metodologii ekonomii* Blaug zdecydowanie odcina się od tej postmodernistycznej „nouvelle vague”, deklarując wierność „realizmowi Karla Poppera i Imre Lakatosa” (Blaug, 1995, s. 11). Ulegając tej perswazji można by odnieść wrażenie, że zwrot kulturowy oznacza tym samym odwrót od konkretnych problemów społecznych, takich jak relacja rynek – państwo, nierówności i podziały społeczne, wykluczenie społeczne i dyskryminacja itp. Paradoks tego sporu polega na tym, że choć, przykładowo, koncepcja retoryki ekonomii jest metodologicznie ryzykownym wyborem i niewątpliwie przykładem „rozmiękczenia” nauk społecznych, dokonując egzegezy środków narracyjnych używanych przez ekonomistów w celu promowania określonych poglądów i wartości, podważa „neutralny i obiektywny

charakter ekonomii” (Hanan, Chaput, 2015, s. 16) i demaskuje jej ideologiczny komponent wynikający z paternalizmu panującej aktualnie wiedzo-władzy, promującej np. ideę GKK. Wbrew pozorom to nie zwrot kulturowy ukrywa te problemy społeczne, lecz neoliberalna ideologia postfordowskiej gospodarki w jej kolejnych odsłonach, traktowana przez stronników tej ideologii jako stan i proces naturalny, a więc niemający nic wspólnego z polityką, niewarunkowany kontekstem społecznym, wspierająca się rozbudowanym arsenałem środków performatywnego kreowania „równoległej” rzeczywistości w postaci takich modnych rekwizytów frazeologicznych, jak właśnie odmieniana przez wszystkie przypadki kreatywność (w różnych związkach: z gospodarką, miastem, klasą społeczną), digitalizacja, technologie informatyczne, innowacje, AI, Chat GPT itp. Środki te są wyrazem ideologicznego aspektu ekonomii, jej ścisłego związku z polityką, z amorficzną i kapilarną wiedzo-władzą, a zarazem są znakiem roli kontekstu społecznego w konstruowaniu prawomocnej interpretacji rzeczywistości, co oznacza, że „nowy kapitalizm łączy neoliberalny dyskurs menedżerski i poprzemysłową naukę społeczną” (Doogan, 2009, s. 208), potwierdzając pogląd, że „ekonomia wolna od wartościowania nie istnieje, a sądy wartościujące zawarte są w samej definicji gospodarki” (Boumans, Davis, 2010, s. 170), czego lansowana interpretacja GKK jest dobitnym dowodem. Status ontologiczny takich pojęć, jak GKK jest więc dyskusyjny, nie ulega zaś wątpliwości maskowany przez nie, a w pełni realny charakter sprzeczności interesów, napięć i konfliktów społecznych jako immanentnych i stałych cech strukturalnych gospodarki towarowo-pieniężnej, przybierających jedynie zmieniający się kostium historyczny.

Katalog środków retorycznych, stanowiących rodzaj swoistej nowomowy GKK, zajmuje miejsce takich pojęć uznanych przez neoliberalną wiedzo-władzę za nieaktualne i nieprawomocne, jak kapitalizm, ekonomia polityczna, ideologia, klasy społeczne, siła robocza, wyzysk, alienacja pracy itd. Nauki społeczne, zdaniem P. McLaren, w ogóle zrezygnowały ze stosowania pojęcia klasy (McLaren, 2005), które zostało wyparte przez kwestie płci, rasy i konsumpcji (Hooks, 2000), teoria świadomości klasowej utraciła swe empiryczne odniesienie i zastąpiona została teorią kultury masowej (Habermas, 1989), nieprzypadkowo stanowiąc w efekcie trzon zainteresowań *cultural studies*, systemowe kwestie publiczne zostały zredukowane do sprywatyzowanych problemów jednostek (Giroux, 2019; Kennedy, 2020). Nieograniczone możliwości systemu neoliberalnego w zakresie neutralizacji wszelkich bez mała działań kontestacyjnych dobitnie pokazują feministyczne idee wyzwolenia i równouprawnienia kobiet, które przewrotnie służą raczej umacnianiu ideologii neoliberalnej, zachęcając kobiety do włączenia się do „naturalnej” rynkowej gry o zawodowy sukces, w wyniku czego rozpowszechniona „krytyka kulturowego seksizmu” usunęła w cień „krytykę ekonomii politycznej” (Fraser, 2013, s. 211–218).

ELITARYSTYCZNY CHARAKTER NEOLIBERALNEJ IDEOLOGII

GKK podtrzymuje i petryfikuje problem nierówności społecznych w nowym, właściwym sobie wydaniu. Nie ma charakteru incydentalnego, jest raczej kolejnym rozdziałem w programie ekonomii głównego nurtu, którego zadaniem jest obrona istniejącego systemu gospodarczego (Lawson, 2006, s. 486; Robinson, 1974, s. 18). Dokonuje wartościującego podziału na lepszych i gorszych. Elitarystyczny charakter neoliberalnej ideologii GKK w pełni ukazuje sztandarowa dla niej koncepcja stratyfikacji społecznej R. Floridy. Na jej szczycie autor umieszcza klasę kreatywną, którą tworzą naukowcy, inżynierowie, artyści, menedżerowie, ludzie biznesu (Florida, 2005, s. 272). Klasa robotnicza (*working class*) wprawdzie jest w tej koncepcji odnotowana, ale jej rola jest marginalna, ponieważ cechy wartościowej pracy autor przypisuje tylko członkom klasy kreatywnej, co znajduje wyraz w kategoriowym podziale ról i nagród: „Członkowie klasy robotniczej i usługowej są opłacani głównie za wykonywanie rutynowych, w większości fizycznych prac, zaś przedstawiciele klasy kreatywnej – za aktywność swoich umysłów” (Florida, 2002, s. 9).

Mimo szerokiego rozumienia kreatywności i nieograniczania jej tylko do tego, co nowe, Landry, nawiązując do Floridy, do klasy kreatywnej włącza jedynie przedstawicieli trzech głównych domen: mediów i przemysłu rozrywkowego, sztuki i dziedzictwa kulturowego oraz usług BtB (Landry, 2008, s. XXIV). Koncepcja ta nie odbiega od znanych rozwiązań, bliska jest bowiem m.in. opartej na ideach M. Webera koncepcji R. Eriksona, J. Goldthorpe’a i L. Portocarero. Różnica między nimi polega jednak na tym, że o ile te klasyczne rozwiązania miały charakter opisowy, a kryterium podziału była pozycja na rynku pracy, o tyle Florida czy Landry ujmują temat w sposób normatywny: gloryfikując klasę kreatywną, deprecjonują rolę pozostałych, a do kryterium podziału dołączają styl życia, który w przypadku klasy kreatywnej wyróżnia się ostentacyjnym hedonistycznym konsumpcjonizmem o hipsterskim i snobistycznym zabarwieniu. Koncepcję Floridy można również traktować jako odpowiednik wartościującego podziału pracowników gospodarki fordowskiej na „białe i niebieskie kołnierzyki”, czyli tzw. pracowników fizycznych i umysłowych. Pokrewne koncepcji klasy kreatywnej jest także rozróżnienie netokracji i konsumtariatu A. Barda i J. Söderqvista.

Ogólnie rzecz ujmując, te normatywne koncepcje stratyfikacyjne właściwe ideologii GKK wpisują się w elitarystyczny model społeczeństwa, stwarzający sprzyjające warunki dla nowej „kulturowej burżuazji”: merytokratycznej, kosmopolitycznej i egoistycznej, o której w latach siedemdziesiątych XX w. pisał A. Goludner, a dziś nazywanej klasą kreatywną czy w nieco prześmiewczym tonie „bobos” (Brooks, 2021). Jej afirmacji towarzyszy dyskredytacja niższych klas społecznych ze szczególnym uwzględnieniem klasy robotniczej, która dotknięta została osobliwą stygmatyzacją ze względu na jej nieadekwatność do

aktualnych warunków i anachroniczność dawnych konotacji. W konsekwencji termin „klasa robotnicza” praktycznie nie funkcjonuje w przestrzeni dyskursu publicznego (Attfield, 2020). „Umarła” klasa robotnicza została zastąpiona szyldem „pracowników fizycznych” lub „niewykwalifikowanych”. Ponieważ nowoczesna GKK oparta jest na wiedzy i pracy umysłowej klasy kreatywnej, technologiach informatycznych i cyfryzacji, branżach i miastach kreatywnych, zdaniem jej orędowników tradycyjny przemysł z jego materialnym profilem, mechanizacją i siłą roboczą utracił swoją użyteczność (Drucker, 2006). Wbrew tym stereotypowym, charakterystycznym dla ideologii GKK narracjom, niepasująca do jej stylistyki klasa robotnicza mimo dokonujących się zmian w zakresie automatyzacji i robotyzacji procesów produkcyjnych wciąż istnieje. Stanowią ją szeregowi pracownicy zarówno tradycyjnych, jak i nowoczesnych gałęzi gospodarki.

Klasa kreatywna traktowana jest jako motor napędowy miast zwanych kreatywnymi, których wizytówką mają być instytucje kultury, placówki naukowe, parki technologiczne, dzielnice bohemy, artystyczne wydarzenia, obszary wypoczynku i rekreacji, w marketingowych przekazach otaczane aurą nowoczesności, elegancji i prestiżu. Wielu ulega temu „uwodzicielskiemu urokowi” GKK (Miles, 2020, s. 211), nie dostrzegając lub nie chcąc widzieć innych jej aspektów. Przykładowo, skutkiem realizowanych w wielu poprzemysłowych ośrodkach procesów rewitalizacyjnych jest gentryfikacja utrwalająca zjawisko segregacji społeczno-przestrzennej wypierającej niepasującą do nowej scenografii część ludności na społeczny i fizyczny margines. Stare pytanie H. Lefebvre’a o „prawo do miasta” pozostaje więc ciągle aktualne. Zawłaszczeniu ulega w nim nie tylko przestrzeń i jej obiekty przejmowane pod inwestycje głównie o celach komercyjnych, lecz także sfera symboliczna (Zukin, 2000): znaczeń i stylu życia dotychczasowych mieszkańców, pracujących w nieczynnych już fabrykach, kopalniach, hutach itp., których pozostałości poddano „kreatywnej destrukcji” i nadano im zupełnie inne funkcje. Ich dawny „świat życia” został skolonizowany przez nowoczesny system społeczny (w rozumieniu E. Husserla i J. Habermasa). Oznaką tryumfu jego bezwzględnej modernizacyjnej logiki, narzucającej uznane przez panującą wiedzo-władzę za prawomocne znaczenia, jest mumifikacja w muzealnych gablotach okruszków tej zanikającej kultury przemysłowej, której miejsce przejmują teraz przemysły kultury, w których jest ona rozumiana standardowo, tzn. wybiórczo i normatywnie. W efekcie nie ma w nich miejsca m.in. na kulturę wernakularną, na czynności i obiekty życia codziennego, dalekiego od odświętności i ekskluzywności kultury „właściwej”, oficjalnej. Na kryterium miejsca na rynku pracy nakłada się w rezultacie drugi ważny czynnik stratyfikacji i nierówności społecznych w postaci kapitału kulturowego, potwierdzając stanowisko P. Bourdieu oraz główną tezę *cultural studies* o kulturze jako sferze politycznej walki o hegemonię. Dyskryminacja kultury wernakularnej jest tożsama z ignorowaniem w ekonomii

głównego nurtu faktu istnienia „różnicowanej gospodarki” (*diverse economy*), a więc tworzonej nie tylko przez GKK, ale także przez wszelkiego rodzaju formy mniej widowiskowej i niedocenianej pracy realizowanej w domu, rodzinie, sąsiedztwie w zakresie prowadzenia gospodarstwa domowego, wychowania dzieci, opieki nad seniorami itp. (Gibson-Graham, 2006). Czynności te, niezbędne nie tylko na poziomie mikro, ale także z punktu widzenia funkcjonalności systemu społecznego jako całości, nie są właściwie gratyfikowane w żadnym z trzech podstawowych wymiarów stratyfikacji: finansowym, udziału we władzy i prestiżowym, wymagają zaś znacznego nakładu pracy (szeroko rozumianych kosztów) i odznaczają się wysokim stopniem społecznej użyteczności w przeciwieństwie do niektórych z relatywnie wysoko nagradzanych zajęć przedstawicieli GKK, których stopień społecznej przydatności jest znikomy, a nakład pracy o wiele mniejszy. Gdy jeszcze nikt o GKK nie mówił, M. Horkheimer w innym kontekście zwracał uwagę, że prawdziwymi bohaterami są ci, którzy w codziennym życiu doświadczają ucisku i poniżenia, a nie „nadęte gwiazdy kultury masowej” (1987, s. 390). Po latach, w szczególnej, bo samokrytycznej analizie koncepcji klasy kreatywnej, Brooks doszedł do podobnej konkluzji: „rozsądne społeczeństwo nie gloryfikowałoby roli konsultantów w korporacjach, lekceważąc jednocześnie rolę pielęgniarki” (Brooks, 2021). Patologiczna niespójność między nakładami pracy i jej społeczną użytecznością a wynagrodzeniem za jej wykonywanie zawoalowana w GKK zwodniczą retoryką neoliberalnej ideologii o równości szans i udziale każdego w korzyściach ze wzrostu gospodarczego oraz blichтром gadżetów IT wymagałaby powrotu do lekcji zawartych w teoriach wartości A. Smitha i D. Ricarda, funkcjonalistycznej teorii stratyfikacji K. Dávisa i W. Moore’a czy encykliki *Mater et magistra* Jana XXIII.

Obok swobodnie i uznaniowo definiowanej kreatywności oraz selektywno-normatywnie rozumianej kultury trzecim istotnym składnikiem GKK są nowoczesne technologie. Ich bezprecedensowe możliwości i rozszerzający się zakres stosowania sprawiają, że niektórzy, jak pokazują wcześniej cytowane przykłady, ulegają swoistemu zauroczeniu nimi, które sprawia, że z pola widzenia giną związane z tym zjawiskiem niebezpieczeństwa. Pierwsze z nich, stanowiąc zarazem aneks do „społeczeństwa ryzyka” U. Becka, to kolejna odsłona utraty kontroli nad własnymi wytworami, czego wyrazistym dowodem jest narastający problem *artificial general intelligence*. Drugie zaś wynika z tego, że bezkrytyczne zanurzenie się w tym „nowym, wspaniałym świecie” utrudnia dostrzeżenie starych problemów społecznych, którymi jest wypełniony. Wbrew entuzjazmowi zwolenników wikinonii, gospodarki nieważkiej i społeczeństwa sieci tworzący go internetowi prosumenci, choć w nowych dekoracjach i subtelniej niż kiedyś, jak dawniej wykorzystywani są w bezwzględnej grze cyfrowych potentatów (Ritzer, Jurgenson, 2010, s. 30). „Ci hiperaktywni [...] cybersurferzy – z przekąsem studzi tę euforię J. McGuigan – są uderzająco podobni do suwerennego konsumenta ekonomii

neoklasycznej, rdzenia ideologicznego założenia neoliberalnego [...] kapitalizmu. Klient jako król lub królowa to nieskończenie powtarzana mantra neoliberalizmu, jakby gigantyczne korporacje były naprawdę zależne od kaprysów i życzeń zwykłych ludzi” (2012, s. 429). IT i wirtualna rzeczywistość tworzą iluzję nieograniczonej wolności i samostanowienia, która, jak *pharmakon* B. Stieglera, niepostrzeżenie i przewrotnie odbiera zdolność do samodzielnego i krytycznego myślenia, otwierając na oścież drogę do „cyfrowej demencji” (M. Spitzer). Na długo przed tą rewolucją informatyczną, w 1960 r., L. Kołakowski przestrzegał, że „nie technika jest groźna dla świata, ale ideologie technokratyczne, obiecujące iluzoryczną wolność od ideologii oraz rozwiązywanie antagonizmów społecznych za pomocą czysto technicznych środków – jak gdyby jakakolwiek technika była zdolna sama przez się usunąć konflikty swoiście społeczne” (2020, s. 261).

PODSUMOWANIE

O sile ideologii neoliberalnej i utopii zdematerializowanej GKK świadczy fakt, że bogaty dorobek ich krytyków pozostaje bez poważniejszego wpływu na rzeczywistość. Mimo że, jak pisze D. Dorling, ludzi można podzielić na klasy, ale nie da się ich łatwo podzielić na kreatywnych i niekreatywnych (2017), arbitralna selekcja wartościująca realizowana jest przez instytucje kwalifikujące wiedzo-władzy w najlepsze, utrwalając istniejące nierówności społeczne i tworząc nowe ich warianty ze wszystkimi tego konsekwencjami, których zarys przedstawiono w niniejszej analizie. Potwierdzona została tym samym postawiona na wstępie hipoteza. Pytanie o to, czy GKK jest bytem urojonym, czy nie, jaki jest status ontologiczny tego pojęcia i jego funkcja w sferze *praxis*, wreszcie, co wynika z konfrontacji jego wymiaru ideologicznego i społecznego, nie powinno zatem być przedmiotem jedynie akademickiego sporu.

BIBLIOGRAFIA

- Amin, A., Thrift, N. (2004). *Introduction*. W: A. Amin, N. Thrift (red.), *The Blackwell Cultural Economy Reader* (s. X–XXX). Malden: Blackwell.
- Anderson, C. (2008). *The Long Tail*. New York: Hyperion.
- Attfield, S. (2020). The working class in the Australian mainstream media. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 16(1), 47–63. DOI: 10.1386/macp.
- Berghoff, H., Vogel, J. (2004). *Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Blaug, M. (1995). *Metodologia ekonomii*. Warszawa: PWN.
- Boumans, M., Davis, J.B. (2010). *Economic Methodology: Understanding Economics as a Science*. London: Palgrave Macmillan.

- Boutang, Y.M. (2011). *Cognitive Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Brooks, D. (2021). How the Bobos Broke America. *The Atlantic*. September. Pobrane z: <https://www.theatlantic.com> (2021.11.24).
- Caliskan, K., Callon, M. (2009). Economization, part 1. *Economy and Society*, 38(3), 369–398. DOI: 10.1080/0308514090302.
- Callon, M. (1998). Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. W: M. Callon (red.), *The Laws of the Markets* (s. 1–57). Malden: Blackwell Publishers.
- Callon, M. (2006). What does it mean to say that economics is performative? *CSI Working Papers Series*, 005, 1–58.
- Casey, E., O'Brien, D. (2020). Sociology, „Sociology” and the Cultural and Creative Industries. *Sociology*, 54(3), 443–59. DOI: 10.1177/0038038520904712.
- Castells, M. (2007). *Spółeczeństwo sieci*. Warszawa: PWN.
- DCMS. (2001). *Creative Industries Mapping Documents*. London.
- Doogan, K. (2009). *New Capitalism? The Transformation of Work*. Cambridge: Polity.
- Dorling, D. (2017). The New Urban Crisis by Richard Florida review. *The Guardian*, 26 Sep.
- Drucker, P. (1999). *Spółeczeństwo pokapitalistyczne*. Warszawa: PWN.
- Drucker, P. (2006). *The Effective Executive*. New York: Collins.
- du Gay, P., Pryke, M. (2002). Cultural Economy. W: P. du Gay, M. Pryke (red.), *Cultural Economy* (s. 1–19). London: Sage Publications. DOI: 10.4135/9781446218440.n1.
- Edensor, T., Millington, S. (2019). Spaces of vernacular creativity reconsidered. W: C. Courage, A. McKeown (red.), *Creative Placemaking: Research, Theory and Practice* (s. 28–40). London: Routledge.
- Einarsson, A. (2016). *Cultural Economics*. Bifrost: Bifrost University.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Flew, T. (2009). The Cultural Economy Moment? *Cultural Science Journal*, 2(1), 1–11. DOI: 10.5334/csci.20.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *The Flight of the Creative Class*. New York: Harper Business.
- Fraser, N. (2013). *Fortunes of Feminism: From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*. London: Verso Books.
- Galloway, S., Dunlop, S. (2006). Deconstructing the Concept of ‘Creative Industries’. W: C. Eisenberg, R. Gerlach, C. Handke (red.), *Cultural Industries* (s. 33–52). Berlin: Humboldt University.
- Gibson-Graham, J.K. (2006). *A Postcapitalist Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Giroux, H. (2019). Toward a Pedagogy of Educated Hope under Casino Capitalism. *Pedagogía y Saberes*, 50, 147–151.
- Godart, F., Phillips, D.J., Seong, S. (2020). The Sociology of Creativity: Elements, Structures, and Audiences. *Annual Review of Sociology*, 46(1), 489–510. DOI: 10.1146/annurev-soc-121919.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Habermas, J. (1989). *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1. Warszawa: PWN.
- Hall, S. (1996). When was the „post-colonial”? W: I. Chambers, L. Curti (red.), *The Post-Colonial Question* (s. 242–260). London: Routledge. DOI: 10.4324/9780203138328.

- Hanan, J., Chaput, C. (2015). A Rhetoric of Economics beyond Civic Humanism. *Journal of Cultural Economy*, 8(1), 16–24. DOI: 10.1080/17530350.
- Hartley, J., Wen, W., Li, H. (2015). *Creative Economy and Culture*. London: Sage Publications.
- Hawkins, H., Price, L. (2018). Towards the geographies of making. W: L. Price, H. Hawkins (red.), *Geographies of Making, Craft and Creativity* (s. 1–30). London: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Hoeschele, W. (2018). *The Economics of Abundance*. London: Routledge.
- Hooks, B. (2000). *Where we stand: class matters*. New York: Routledge.
- Horkheimer, M. (1987). *Spoleczna funkcja filozofii*. Warszawa: PIW.
- Ingold, T., Hallam, E. (2020). Creativity and Cultural Improvisation. W: E. Hallam, T. Ingold (red.), *Creativity and Cultural Improvisation* (s. 1–24). London: Taylor & Francis.
- Kacerauskas, T. (2020). Creative Economy and the Idea of the Creative Society. *Transformations in Business & Economics*, 19(1), 43–52.
- Kennedy, P. (2020). ‘All the better to eat you with!’ The contribution of consumer culture to the rise of predatory capitalism. *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 266–284. DOI: 10.1177/14695405.
- Kołąkowski, L. (2020). *Kultura i fetysze*. Warszawa: PWN.
- Krätke, S. (2011). *The Creative Capital of Cities. Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Landry, C. (2008). *The Creative City*. London: Routledge.
- Lash, S., Urry, J. (2002). *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Lawson, T. (2006). The nature of heterodox economics. *Cambridge Journal of Economics*, 30(4), 483–505. DOI: 10.1093/cje/bei093.
- Leadbeater, C. (1999). *New Measures for the New Economy*. Amsterdam. Pobrane z: <https://www.oecd.org/sti/ind/1947910.pdf> (2016.08.05).
- Lipski, A. (2016). Ekonomizacja rewitalizacji i jej ukryte wymiary. *Synthesis: Publication of Humanities and Social Sciences*, 3, 191–208.
- Lipski, A. (2018). Kultura jako problem teorii i praktyki polityki społecznej z perspektywy socjoekonomicznej. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny*, 2, 257–271. DOI: 10.14746/rpeis.2018.80.2.18.
- Lipski, A. (2023). Społeczeństwo wiedzy? Między tautologią, panekonomizmem a fałszywą świadomością. *Pedagogika Społeczna*, 3(89), 9–26. DOI: 10.35464/1642-672X.
- MacKenzie, D., Millo, Y. (2003). Constructing a Market, Performing Theory. *American Journal of Sociology*, 109(1), 107–145. DOI: 10.1086/374404.
- Markusen, A., Wassall, G., DeNatale, D., Cohen, R. (2008). Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. *Economic Development Quarterly*, 22(1), 24–45. DOI: 10.1177/0891242407311862.
- Mato, D. (2009). All industries are cultural. A critique of the idea of ‘cultural industries’ and new possibilities for research. *Cultural Studies*, 23(1), 70–87. DOI: 10.1080/0950238080.
- McCloskey, D. (1998). *The Rhetoric of Economics*. Madison: University of Wisconsin Press.

- McGuigan, J. (2012). The Coolness of Capitalism Today. *Journal for a Global Sustainable Information Society*, 10(2), 425–438. DOI: 10.31269/vol10iss.
- McLaren, P. (2005). *Capitalists and Conquerors: A Critical Pedagogy against Empire*. Lanham: Rowman.
- Medema, S., Samuels, W. (1998). Introduction. W: S. Medema, W. Samuels (red.), *Foundations of Research in Economics* (s. 1–6). Cheltenham: Edward Elgar.
- Miles, S. (2020). Consuming culture-led regeneration. *Space and Polity*, 24(2), 210–224. DOI: 10.1080/13562576.
- Newbigin, J. (2010). *The Creative Economy*. London: British Council.
- Newbigin, J. (2016). What is the creative economy? W: J. Newbigin (red.), *New and changing dynamics. How the global creative economy is evolving* (s. 4–11). London: British Council.
- O'Connor, J. (2000). The definition of the 'Cultural Industries'. *The European Journal of Arts Education*, 2(3), 15–27.
- Peters, M.A., Araya, D. (2010). Introduction: The Creative Economy. W: D. Araya, M.A. Peters (red.), *Education in the Creative Economy* (s. XIII–XXX). New York: Peter Lang.
- Popper, K.R. (1997). *Mit schematu pojęciowego*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Pratt, A. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska annaler: Series B – Human geography*, 90(2), 107–117. DOI: 10.1111/j.1468-0467.
- Pratt, A. (2016). Three stages in the life of the creative economy. W: J. Newbigin (red.), *New and changing dynamics. How the global creative economy is evolving* (s. 12–15). London: British Council.
- Quah, D. (2003). *Digital goods and the new economy*. CEPR Discussion Paper, 3846, 1–44.
- Rifkin, J. (2016). *Spółeczeństwo zerowych kosztów krańcowych*. Warszawa: Studio Emka.
- Ritzer, G., Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36. DOI: 10.1177/1469540509.
- Robinson, J. (1974). *Economic Philosophy*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Roodhouse, S. (2006). The Creative Industries. W: C. Eisenberg, R. Gerlach, C. Handke (red.), *Cultural Industries* (s. 13–31). Berlin: Humboldt University.
- Sands, G., Reese, L. (2008). Cultivating the Creative Class. *Economic Development Quarterly*, 22(1), 8–23. DOI: 10.1177/0891242407.
- Sayer, A. (1998). Critical and Uncritical Cultural Turns. Pobrane z: <http://www.lancaster.ac.uk> (2016.08.05).
- Schlesinger, P. (2013). *Cultural policy and the idea of the creative economy*. Pobrane z: <https://www.create.ac.uk> (2021.11.23).
- Söndermann, M., Backes, Ch., Arndt, O., Brünink, D. (2009). *Culture and Creative Industries in Germany*. Cologne: Federal Ministry of Economics and Technology.
- Swan, M. (2015). *Blockchain: Blueprint for a New Economy*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Tapscott, D., Williams, A.D. (2008). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Portfolio.
- Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147–164. DOI: 10.1080/0954896080.

- Throsby, D. (2015). *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy. Report*. Geneva.
- UNCTAD. (2024). *Creative Economy Programme*. Pobrane z: <https://unctad.org> (2024.08.30).
- UNESCO. (2021). *Cutting Edge. The creative economy*. Pobrane z: <https://en.unesco.org> (2022.01.13).
- Vanolo, A. (2013). Alternative Capitalism and Creative Economy. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), 1785–1798. DOI: 10.1111/j.1468-2427.
- Venkatesh, A. (1999). Postmodernism Perspectives for Macromarketing. *Journal of Macromarketing*, 19(2), 153–169.
- Verwijnen, J. (2001). Aestheticisation Processes of Everyday Life. *European Journal of Arts Education*, 3(2), 59–70.
- Waitt, G., Gibson, C. (2013). The Spiral Gallery: non-market creativity and belonging in an Australian country town. *Journal of Rural Studies*, 30(4), 75–85. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2012.
- Zukin, S. (2000). *The Cultures of Cities*. Malden: Blackwell.