

МЕТОДОЛОГИЯ

Н.Ю. ЗАМЯТИНА

Креативный класс, символический капитал и территория

В основе теории креативного класса Р. Флориды лежат “три Т” – талант, терпимость и технологии. Однако от творчества до креативной экономики – целая пропасть, зияющий разрыв в социальных структурах, определяющих в каждом конкретном месте свое соотношение креативного класса и символического капитала. В статье показано, что только там, где символическая власть в обществе принадлежит креативному классу, наблюдается эффект “креативной экономики”.

Ключевые слова: креативная экономика, символическая власть, символический капитал, территория, пространственный поворот, организация пространства, региональное сообщество.

At the heart of the theory of a creative class of R. Florida “three T” lie – talent, tolerance and technologies. However from creativity to creative economy their is a whole abyss, a gaping gap in the social structures defining in each concrete place the ratio of a creative class and the symbolical capital. In article it is shown that only where the symbolical power in society belongs to a creative class, the effect of “creative economy” is observed.

Keywords: creative economy, symbolical power, symbolical capital, territory, spatial turn, space organization, regional community.

Креативность – модная тема в современных социологии, экономике, социальной географии, маркетинге территорий и других научных и практических сферах. В большинстве случаев креативность рассматривается в контексте творчества и благоприятствующих ему условий. Отсюда, в частности, основные показатели креативности городов и стран, предложенные Р. Флоридой [Florida, 2007] и используемые в отечественных попытках “отыскать” потенциальные креативные “силиконовые долины” в других местах [Пилясов, Колесникова, 2008]. В основе их лежат знаменитые “три Т” – талант, терпимость и технологии. Разумеется, талант и терпимость – практически неизменные спутники истинного творчества, а хорошие технологии – нередкий его результат. Однако от творчества до креативной экономики – целая пропасть, зияющий разрыв в социальных структурах, определяющих в каждом конкретном месте свое соотношение креативного класса и символического капитала.

Только там, где *символическая власть в обществе принадлежит креативному классу*, наблюдается описанный Флоридой эффект “креативной экономики”. Там, где

Замятина Надежда Юрьевна – кандидат географических наук, ведущий научный сотрудник географического факультета Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, старший научный сотрудник Центра гуманитарных исследований пространства Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачева.

символическая роль принадлежит другим социальным группам – сколь бы многочисленна, талантлива и разнообразна ни была творческая “прослойка” социума – общество *не сойдет* с индустриальных (или традиционалистских) “рельс” социально-экономического развития, и в нем не наступит “эффект” экономики знания. Рассмотрим данный аспект подробнее.

Креативный класс и региональное сообщество

О роли креативности в региональном развитии впервые упомянул шведский исследователь А. Андерсон [Andersson, 1985]. Однако детальное описание креативного класса как экономической силы и особого типа экономических агентов (*homo creativus*) принадлежит американцу Р. Флориде [Florida, 2007]. К креативному классу последний отнес деятелей творческих профессий (около 30% работающего населения США в 1999 г.), включая так называемое “суперкреативное ядро” (“люди, работающие в науке, технике, математике и программировании, образовании, искусстве, дизайне и развлечениях – все, кто занят собственно творческой деятельностью”) [Флорида, 2007, с. 91], при этом особо подчеркивая экономическое значение творчества. С большим пафосом описана также резко возросшая в конце XX в. роль креативности в самых разных областях человеческой деятельности – от свободной манеры одеваться и заниматься “индивидуальными” видами спорта до изменения ритма работы предприятий сферы услуг (распространение круглосуточных видов сервиса) и увеличения значимости творческой активности рядовых работников во всех сферах деятельности, включая промышленное производство.

Чтобы понять, как креативный класс может оказывать влияние на становление новых форм экономики, рассмотрим схему, иллюстрирующую соотношение различных порядков определения ценности в социальном обществе (см. рис.). Конструирование схемы включает три шага.

Разные миры. Первый шаг – принятие разделения различных порядков определения ценности, используемого в экономической социологии, – “миры”, или “порядки” Л. Болтански и Л. Тевено [Болтански, Тевено, 2000; Радаев, 2002] и, в схожей форме, “арены” в политологии [Ледяев, 2011]. Суть такого разделения – в признании факта существования практически не согласуемых друг с другом систем ценностей, используемых одним и тем же человеком в зависимости от социальной ситуации. Так, в мире творчества высшая ценность определяется внутренним чувством благодати, в так называемом индустриальном “мире” (распространяемом, в частности, на систему школьного образования в наиболее распространенном европейском варианте) – эффективностью и – шире – профессиональной компетентностью, в рыночном мире – богатством. Порядки определения ценности сосуществуют в одном и том же социуме, но несовместимы в одной ситуации. Болтански и Тевено приводят замечательный пример, когда на экзамене в школе (ситуация индустриального мира) может быть подвергнута осуждению демонстрация экзаменуемым своего богатства (“слишком” элегантная одежда). Речь идет о привнесении ценностей одного мира (рыночный, где ценность определяется богатством) в иной (школьный, он же индустриальный, где ценность определяется профессиональной компетентностью) [Болтански, Тевено, 2000].

Здесь нет смысла обсуждать точное количество и список социальных порядков формирования ценностей, тем более что и авторы идеи [Болтански, Тевено, 2000] предусматривали возможность их пересмотра. Сами они выделили *шесть миров*, соответствующих различным порядкам определения ценностей: мир вдохновения, домашний, рыночный, индустриальный, гражданский и мир известности, предполагая также возникновение, например, экологического мира. В политологии используется понятие *арены* как “сферы деятельности, для которой характерна определенная конфигурация институциональных характеристик и политической культуры, *структурирующих* (курсив мой. – Н.З.) соответствующие формы деятельности” [Ледяев, 2011, с. 76]. При этом выделяются арены электоральная, гражданская, деловая, межгосударственная.

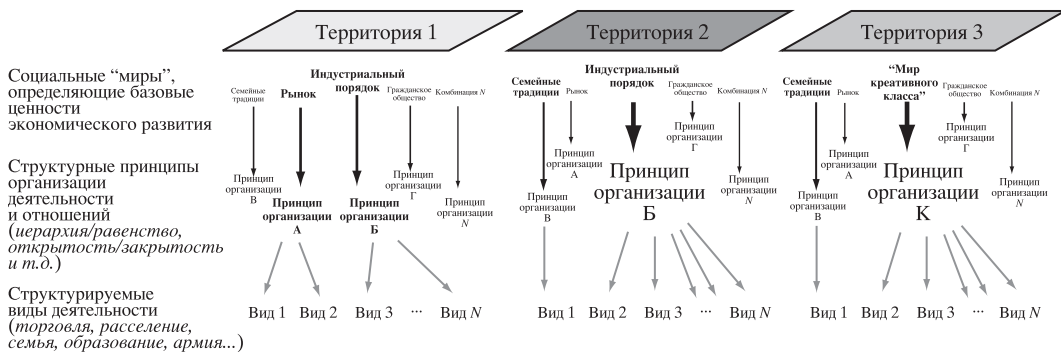


Рис. Принципиальная схема формирования территориальных различий по принципу преобладания символической власти различных социальных миров.

Расширяя спектр рассматриваемых обществ, очевидно, можно найти специфические религиозные миры (причем разные), и т.д. Моя задача состоит в очерчивании принципов “вписания” в общественную систему креативного класса и креативной экономики.

Порядок определения ценностей креативного класса, каким его весьма правдоподобно описал Флорида, не вписывается ни в один из названных миров. Мир вдохновения, безусловно, близок креативному классу – однако в основе данного порядка лежит полное безразличие к мнению окружающих, чего нельзя утверждать в отношении многочисленных представителей креативного класса, описанных Флоридой, внимательно и с помощью консультанта выбирающих в фирменных магазинах вместо деловых костюмов майки *Helmut Lang* [Флорида, 2007, с. 140–141]. Современный креативный класс, влияющий на законы развития экономики, не структурирует свою жизнь (и даже творчество) в связи с системой ценностей мира вдохновения. К миру вдохновения, строго говоря, относится классическая “богема”, как она описана Флоридой, отличающаяся от креативного класса. Креативному классу в значительной степени близок *мир известности* (довольно жестко определяющий размер гонораров за очередное креативное произведение), но и он, по-видимому, не совсем соответствует миру тысяч творческих программистов¹.

На данный момент я склонна говорить о специфическом мире ценностей, формируемым креативным классом², причем главным мерилom ценности в нем, по-видимому, следует считать ту форму оригинальности, которую в русском варианте не случайно называют именно “креативностью”: “креативная стрижка”, “креативная вечеринка”, “креативная кофточка” и т.д.³

Каждый мир – своя система. Формирование ценностей каждого из “миров” подразумевает создание специфической системы отношений (и, как будет пояснено ниже, соответствующей организации пространства). Это второй шаг объяснения моей схемы.

Различные системы отношений в разных мирах следуют из самого определения миров как различных систем ценностей. Не зависящие от мнения других, индивидуумы мира вдохновения образуют как бы нуклеарный мир независимых личностей – в то время как домашний мир буквально “основан на цепочке личных зависимостей”,

¹ В то же время известность в Интернете многих блогеров, хакеров и других акторов “сетевой эпохи” (нередко достигающих фантастической популярности под вымышленными “никами”) заслуживает самого пристального внимания. Возможно, мы недооцениваем мир известности в контексте определения символической власти креативного класса.

² Дать четкое и исчерпывающее описание креативного класса не входит в задачи данной статьи; к тому же работа по описанию креативного класса уже в значительной степени выполнена Флоридой.

³ Применительно к упомянутым выше “тысячам творческих программистов” речь идет об умении решать нестандартные, оригинальные мыслительные задачи.

и для того чтобы “определить чью-либо ценность, нужно узнать его место в той сети зависимостей, из которой этот человек черпает свой авторитет”; “ценность имеет значение только в иерархической цепочке существ”. В гражданском мире своя структура: “Особенностью гражданского мира является акцентирование внимания не на индивидуальных, а на коллективных сущностях. Отдельные индивиды могут считаться соответствующими и значимыми только тогда, когда они принадлежат группе или когда являются представителями коллективного лица” [Болтански, Тевено, 2000, с. 77–78]. Аналогично обстоит дело и с другими мирами, сколько бы их ни было выделено.

Про особенности системы отношений в среде креативного класса написано немало, равно как и про особенности отношений в современном, постмодерном обществе в целом (см., например, [Кастельс, 2000; Турен, 1999; Кук, 2002; Барсукова, 2007]). В общем случае обычно говорят о сетевой организации отношений, высокой горизонтальной мобильности, разрушении коллективных идентичностей и т.д.

Место мира. На последнем шаге важно определение места каждого мира в жизни социума в целом⁴. На практике в каждом обществе конкретные виды деятельности структурируются по законам разных миров. Б. Ферман приводит примеры того, как в разных городах США конкретные сферы находятся под влиянием различных арен. Например, в Питтсбурге “департамент жилищной политики находился под сильным влиянием гражданской арены, был активно включен в процесс осуществления инновационных программ и поддерживал партнерство с частным сектором, тогда как в Чикаго в условиях доминирования электоральной арены аналогичный департамент являлся объектом патронажа со стороны администрации города” [Ледяев, 2011, с. 76], что напрямую сказывается на социально-экономическом развитии города в целом.

Любопытный пример приводит британская антрополог К. Хамфри: в современной Бурятии сектор личных услуг (няни, домработницы, водители) практически не подвержен законам рынка (наличие спроса не формирует предложения платных услуг), а регулируется по законам семейного мира: «Даже городские миллионеры с трудом находят себе водителей или уборщиц... обеспеченные граждане вынуждены “импортировать” из деревни своих родственников для работы по дому. Оплата минимальная, ведь это не работа, а “помощь”... Как указал один из респондентов в ходе глубинного интервью: “Это у Вас на Западе такая странная экономическая культура, когда незнакомые люди прислуживают кому-то за деньги. У нас этого нет”» [Хамфри, 2010, с. 303].

По сути в каждом конкретном обществе на определенные виды деятельности как бы “наложена” структурирующая матрица определенного *мира* – во всяком случае, это верно в отношении больших “подвидов” видов деятельности. Так, армия в целом или отдельные ее подразделения могут быть организованы в соответствии с индустриальным порядком (современная российская армия), с домашним (самурайская или любая сословно организованная) и в какой-то степени с гражданским (подразделения, сформированные по национальному принципу вроде непальских стрелков на службе Британской короны или “дикой дивизии” в Российской империи). Здравоохранение может быть преимущественно “индустриальным” (та самая социальная медицина, о которой много писал М. Фуко), рыночным (платная медицина) и даже домашним (система “позвонить знакомому врачу”). Сочетание различным образом структурированных систем здравоохранения в одном обществе (имеющее место в современной России) чревато тем, что одни граждане пользуются здравоохранением одного мира, другие же лечатся по законам другого мира, что приводит к нарастанию недовольства и конфликтам.

В общем случае следует выделить также порядок, доминирующий в конкретном социуме⁵. “Механическим признаком” доминирования определенного мира может слу-

⁴ Здесь я следую главным образом “духу” работы Б. Ферман в изложении Ледяева [Ледяев, 2011].

⁵ Так, по мнению Ферман, “городские режимы, хотя и формируются на нескольких аренах, обычно имеют склонность ориентироваться на одну из них” (цит. по [Ледяев, 2011, с. 76]).

жить количество видов деятельности, структурируемых по его законам. Иными словами, распространность тех или иных структур (по Э. Гидденсу – структуральных принципов [Гидденс, 2005, с. 262–265]) в различных сферах деятельности – признак доминирования в данном обществе определенного порядка формирования ценности.

Замечу, что речь идет именно о доминирующем порядке. Как уже говорилось, в одном и том же обществе какие-то виды деятельности структурируются в рамках “матрицы” одного порядка (работа на заводе), другие – в рамках другого (семейная жизнь). Попытки организовать *все* виды деятельности (включая личную жизнь) в рамках структурирующей “матрицы” одного порядка (как правило, индустриального) описаны в классических утопиях.

Тем не менее практически всегда можно определить именно *доминирующий порядок*, структурирующий большое количество других видов деятельности (особенно распределение доходов, властные отношения, образование, здравоохранение). По сути в каждом обществе один из миров оказывается *центральный*, остальные занимают *маргинальные* ниши или *периферийные* позиции.

В системе распределения видов деятельности по отдельным “мирам” могут происходить изменения. Априорная несовместимость систем ценностей разных миров предполагает резкость (даже революционность) такого рода изменений: отдельный вид деятельности, ранее структурируемый по законам одного мира, может перейти в “ведомство” другого. Именно такого рода революцией была, например, промышленная революция, когда производство было переструктурировано из “матрицы” домашнего мира в “матрицу” нового индустриального мира. Примерно такой переход описан и Флоридой: огромное количество видов деятельности – организация производства, досуг, дизайн офисов, режим работы предприятий сферы обслуживания, организация городского пространства и т.д. – “вдруг” стало структурироваться по новым матрицам, “родным” для креативного класса [Флорида, 2007].

Место креативного класса, или Символическую власть – творцам

Ключевую фразу Флориды, буквально выведшего креативный класс на научную “сцену”, практически никто не заметил: все принялись обсуждать значительно более яркие и вызывающие, бросающиеся в глаза идеи автора (положительную корреляцию между размещением креативного класса и расселением сексуальных меньшинств, потребность представителей креативного класса ходить на работу без галстука, а то и вообще с растаманскими “дредрами”). Наиболее важна, на мой взгляд, фраза о том, что по-настоящему эпоха креативного класса наступает тогда, когда “экономическое положение и образ жизни одних людей определяют и ограничивают варианты, доступные для других” [Флорида, 2007, с. 90], причем место первых, структурирующих жизнь других, занимает креативный класс.

В любом обществе определенные социальные группы живут в целом в соответствии со своими *мирами*, иными, нежели у большинства. Почти во всех обществах мира (кроме, пожалуй, первобытных племен с жесткими системами цикличного воспроизводства социальных структур) есть творческая “прослойка”, живущая по системе ценностей своего порядка. Проблема в том, что эта творческая “прослойка”, “богема” чаще всего занимает маргинальные позиции в обществе в целом, где доминируют иные социальные порядки; символическое место творческой прослойки определяется “экономическим положением и образом жизни” совсем других людей (их обычно называют “сильными мира сего”).

Суть наблюдаемого сегодня в западных странах “креативного перелома” не в появлении творческих людей и не в их количестве, но в изменении статуса “творцов”. Говоря о “подъеме” креативного класса, Флорида повторил базовый принцип формирования социальных структур: социальный центр (во всех смыслах слова), концентрирующий властные ресурсы, формирует социальные структуры, задающие рамки возможностей для периферии (опять же во всех смыслах: речь идет и о маргинальных

социальных группах, и о периферии географической). Вопрос в том, чтобы именно креативный класс получил необходимые социальные ресурсы, занял символическую центральную позицию в социуме.

К сожалению, сами теоретики креативного класса не придали значения данному обстоятельству⁶.

Контекст: “интеллектуалы и власть”

Именно структурирующее действие на социум, которое оказывает та или иная социальная группа, после Фуко понимается как собственно власть: «“управлять” в этом смысле означает структурировать возможное поле действия других» [Фуко, 2006, с. 181]. Один из механизмов осуществления власти – распространение на других собственных схем, установок, правил, структурирующих действия других; в более широком контексте речь идет о знании одних, структурирующем жизнь других⁷.

Детально структурирующее влияние знания объясняется в концепции символической власти, разработанной П. Бурдьё. В основе ее лежит тезис о власти как способности определять (для какой-то части общества) схемы восприятия, мышления и действия – в этой связи борьба за власть включает, в частности, борьбу за то, “чтобы заставить увидеть и заставить оценить определенные реалии”. Получить власть в таком понимании означает “изменить категории восприятия и оценивания социального мира, когнитивные и оценочные структуры: категории перцепции, системы классификации”, поскольку “слова, названия, которые конструируют социальную реальность в той же степени, в какой они ее выражают, являются исключительными ставками в политической борьбе, в борьбе за навязывание легитимного принципа видения и деления, за легитимное осуществление эффекта теории” [Бурдьё, 1994, с. 79].

Такую борьбу за власть ведут различные социальные классы (у Бурдьё классов значительно больше, чем в марксизме), и именно такую власть и получает креативный класс. Те институты, которые традиционно рассматривались как основа власти, переосмысливаются в качестве возможных инструментов дифференциации общества, не связанных с природой самой власти: “...юридические или традиционные различия в статусе и привилегиях, экономические различия в присвоении богатств и имущества, различия в месте в процессе производства, языковые или культурные различия, различия в ноу-хау и компетенциях” [Фуко, 2006, с. 185]. Власть лишь использует эти инструменты, позволяющие воздействовать одним на действия других. К таким институтам – возможным инструментам власти – в частности, относится собственность.

Собственность, интеллектуальная собственность. Власть, символическая власть

В обществах с преобладанием рыночного или индустриального порядков ключевую роль в оформлении социальных структур играет, по-видимому, институт собственности. В специфических восточных обществах (не рассмотренных Болтански и Тевено при выделении их шести миров определения ценности) ключевую роль играла специфическая субстанция “власти-собственности” [Васильев, 1982]. Между тем это не единственный возможный институт структурирования социальных отношений, что очевидно уже из самого факта существования мира вдохновения или мира известно-

⁶ На данный факт обратил внимание А. Пилясов.

⁷ Здесь нет возможности более подробно разбирать *власть знания*. Упомяну в качестве примера о роли сбора информации в осуществлении власти в городах, подробно изложенном Фуко в работе “Рождение социальной медицины” [Фуко, 2006]; о роли сбора научного знания о колониях в процессе управления колониями – тема, очень широко исследованная после выхода книги Э. Саида “Ориентализм” [Саид, 2006]; в частности, сейчас широко признается роль колониализма в становлении географии [Anderson, 2010].

сти, а также альтернативных видов экономики, основанных не на рынке или индустрии, а допустим, на реципрокном обмене.

Во второй половине XX в. параллельно с эрозией господствовавшего в западном мире индустриального порядка происходили “комплиментарные” изменения в общественном понимании ценности. Как неоднократно писали, все более важной экономической силой вместо труда, земли и капитала (или наряду с ними) становилось знание. В отличие от названных традиционных объектов собственности знание с трудом поддается “приватизации”: не случайно появляются идеи новой экономики, основанной на свободном доступе к информации; идеология “инфоанархизма”, политические движения пиратских партий (выступающих за некоммерческое распространение интеллектуальной собственности), движения свободного распространения программного обеспечения (*Linux*) и др. Строго говоря, с возрастанием экономической роли интеллектуальной собственности трансформируется само понятие собственности.

Однако “интеллектуализация” понимания собственности, очевидно, не приведет к всеобщему равенству и разрушению социальных иерархий. В рыночном и индустриальном порядках ключевая роль собственности была связана с тем, что именно собственности принадлежала символическая власть. Высокий социальный статус приобретал тот, кто был “владельцем заводов, газет, пароходов”, подобно Мистеру Твистеру из известного детского стихотворения С. Маршака. В информационном (постиндустриальном, креативном) обществе для сохранения своего статуса Мистеру Твистеру достаточно газет (разумеется, популярных). Новые социальные иерархии будут строиться на знании. Это окажется верным даже при условии свободного распространения знания: дело в том, что одни виды знания ценятся выше других (допустим, знание английского языка – выше знания суахили, несмотря на его большую редкость, и даже, можно так сказать, креативность последнего).

Механизмы, определяющие символическую власть того или иного вида знания в обществе знания, – перспективная тема исследований. Можно предположить, что значительную роль в формировании данных механизмов будут иметь, как ни странно, сложившиеся социальные иерархии: зависимость от “колеи”⁸, по-видимому, сохраняется и в воспроизводстве сообществом определенного типа знания. Обществу с традиционным доминированием ВПК признать ценность инноваций в области нанотехнологий проще, чем ценность инноваций в области искусства или гуманитарных наук. По-видимому, аналогичную роль играет и устоявшаяся сравнительная ценность отдельных участков пространства: очевидно, что программист, имеющий опыт работы в Силиконовой долине, в любой точке мира может претендовать на большую зарплату, чем программист из Томска.

Пространство, власть, “заповедники креативного класса”

Власть, замечу, отнюдь не некая бестелесная субстанция: она “овеществляется”, в частности, будучи спроецированной на территорию. В рамках “пространственного поворота” (*spatial turn*) в социологии и смежных науках территория все чаще рассматривается как своего рода овеществляющая (репрезентирующая, воплощающая) субстанция для разного рода социальных конструкций, и в первую очередь, власти. Данная тенденция стала набирать популярность, по-видимому, после того, как вслед за Г. Башлярмом (и со ссылкой на него) Фуко писал о том, что “мы живем не в гомогенном и пустом пространстве, но, напротив, в пространстве, заряженном качествами” [Фуко, 2006, с. 194].

Социальное пространство было осознано как размеченное на пространство частное и пространство публичное, пространство семьи и пространство социальное, пространство культуры и пространство полезное, пространство досуга и пространство

⁸ *Path dependency*, термин, применяемый для описания траектории экономического развития определенного общества или региона.

труда и, наконец, знаменитые *гетеротопии* – пространства, где перестают действовать обычные законы и ценности повседневного мира (запретные места, кладбища, ярмарки, музеи). Каждое из “пространств”, по Фуко, подразумевает особые формы отношений. Вследствие этого именно “пространство играет основную роль в любой форме общинной жизни; пространство является основополагающим при всяком осуществлении власти” [Фуко, 2006, с. 232]. Попадая в определенное место, член общества (принимающий приписанную данному месту систему отношений) оказывается, по сути, *подвластен* законам данного места – даже если не обращаться к многочисленным дисциплинарным практикам, целенаправленно ограничивающим перемещения в пространстве.

Можно упомянуть также тезис о роли пространства в формировании языковых метафор [Лакофф, Джонсон, 2004], территориализацию, детерриториализацию и ретерриториализацию Ж. Делеза и Ф. Гваттари [Делез, Гваттари 1998], социологию вещей [Латур, 2006; Кнорр-Цетина, 2006], связь сетевых отношений с формированием регионов [Ло, 2006] и др. Сходное понимание территории как социально сформированного контекста деятельности характерно и для современной культурной географии [Anderson, 2010].

В общем случае можно утверждать, что социальная структура сообществ имеет специфическое *горизонтальное, пространственное, измерение*. Следовательно, доминирующим социальным “порядком” должно соответствовать превалирование территориальных структур, определяющих особенности пространственной организации большинства (хотя, конечно, не всех) сфер жизни данных обществ. Данная тема требует отдельного анализа, хотя существует уже немало частных исследований пространственных “раскладок” ценностей, социальных, политических и экономических отношений, преобладающих в различных обществах. Здесь можно упомянуть работу Ш. Эйзенштадта (особенности центр-периферийных отношений в обществах разного типа) [Эйзенштадт, 1999], С. Роккана (территориальная схема доминирования политических или экономических элит в Европе) [Роккан, 2006], работы М. Элиаде и классиков структурной антропологии по пространственному устройству традиционных обществ [Элиаде, 1987] и др.

В конце XX в. в “порах”⁹ более старых структур стали возникать территории, живущие “под властью” (то есть в соответствии с ценностями) креативного класса. В первую очередь это знаменитая калифорнийская Силиконовая (правильнее: Кремниевая) долина, на примере которой во многом и описывались новые креативные ценности. В дальнейшем предпринимались попытки статистически оценить уровень креативности различных городов, регионов и стран “по меркам” Силиконовой долины [Florida, 2007; Пилясов, 2008].

В поисках мерила креативной власти

Начало попыткам найти новые “силиконовые долины” положил сам Флорида, использовавший многочисленные статистические показатели *креативности места*. Главным образом это так называемый индекс креативности, включающий, в свою очередь, индекс инноваций, индекс высоких технологий, совокупный индекс разнообразия, включающий гей-индекс (сравнительная концентрация гомосексуальных пар как показатель толерантности), индекс богемы (сравнительная концентрация деятелей искусства) и индекс плавильного котла (доля рожденных за рубежом); а также индекс таланта, учитывающий долю населения с ученой степенью, и оценки численности собственно креативного класса [Флорида, 2007]. В российском варианте использова-

⁹ Для описания территориальной структуры современного общества (или общества постмодерна) часто используются метафоры “дырчатости”, “пористости”. В частности, А. Турен писал о том, что именно в “дырах” жестких глобальных сетей могут формироваться разного рода протестные сообщества, обладающие радикально другим типом структуры [Турен, 1999]. Ср. также концепцию “пористого города” Э. Амина и Н. Трифта [Амин, Трифт, 2002].

лись показатели, основанные на структуре занятых, точнее, на доле занятых в творческих профессиях (людей с высшим образованием и ученых в населении региона), на объеме затрат на изобретения, количестве заявок на изобретения и выданных патентов; в качестве индекса толерантности рассматривался показатель, основанный на доле жителей, проживающих в регионе не с рождения (чем больше в регионе людей “повидавших мир”, тем выше степень толерантности), а также этническая и религиозная неоднородность населения региона [Пилясов, Колесникова, 2008]. Между тем все используемые показатели – это либо данные о концентрации в этом месте потенциально творческих личностей (индекс таланта, индекс богемы и аналогичные), либо данные о том, насколько местная социальная среда потенциально комфортна для такой концентрации (индексы разнообразия, понимаемого как показатель толерантности), либо данные о результатах креативной деятельности (индексы инноваций и высоких технологий).

Ключевой вопрос – какова ценность “креативного” социального порядка в данном обществе – остается открытым. В том или ином месте может быть огромная концентрация креативного класса, живущего своей творческой жизнью, но это еще не означает создания креативной экономики, где ценности креативного класса начинают определять саму социальную структуру (яркий негативный пример – исследовательские “шашки” сталинского времени).

Очевидно, что реальные показатели креативности как структурирующей социум силы должна исчисляться *по иным критериям*. Речь должна идти о доле символической власти, принадлежащей креативному классу. В буквальном смысле можно говорить, например, о профессиональной структуре наиболее престижных городских районов (могут ли в данной стране или данном городе политики или профессора, звезды шоу-бизнеса или науки, владельцы нефтедобывающих корпораций или руководители IT-компаний позволить себе проживание в самых престижных районах?). Косвенно о символической власти, по-видимому, все еще может свидетельствовать доход: здесь актуален, например, средний размер заработной платы в образовании, соотношенный со средним размером заработной платы в других секторах экономики. Стоит поразмыслить и о современной структуре органов власти: какова в них доля выходцев из производственной сферы, общественных организаций, образования, науки. Характерно, например, что более половины российской политической и административной элиты федерального уровня имеет техническое образование, и лишь около 10% – гуманитарное [Шентякова, 2011]. Не с этим ли связана уже упоминавшаяся особенность: инновации в области нанотехнологий в российском обществе имеют, очевидно, более высокую символическую и реальную ценность, чем инновации в искусстве или в “гуманитарных технологиях”.

* * *

Креативность – не новое явление. Творчество существовало всегда. Более того, в первобытную эпоху (непосредственно предшествовавшую созданию великих цивилизаций Ближнего Востока, Индии и Китая) креативный класс занимал господствующие позиции, а “социальный статус поэта и его функции в мифопоэтическую эпоху” позволяли рассматривать его, в числе прочего, как демурга [Топоров, 1982, с. 34–37]. По сути, то была “первая креативная эпоха”¹⁰. Современная – “вторая креативная” – эпоха связана не столько с увеличением креативности, сколько с увеличением спроса на нее со стороны общества в целом и особенно экономики. Специфика современных западных креативных экономик – в степени влияния, которое креативные нормы и ценности оказывают на общество, структурируя социум в целом по своим специфическим матрицам.

¹⁰ На данное обстоятельство обратил мое внимание Д. Замятин.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Амин Э., Трифт Н.* Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3–4 (<http://magazines.russ.ru:8080/logos/2002/3/amin.html>).
- Барсукова С.* Жесткость мягких сетей // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 1.
- Болтански Л., Тевено Л.* Социология критической способности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. 3. № 3.
- Бурдые П.* Начала. М., 1994.
- Васильев Л.С.* Феномен власти-собственности. К проблеме типологии докапиталистических структур // Типы общественных отношений на Востоке в Средние века. М., 1982.
- Гидденс Э.* Устроение общества. Очерк теории структуриации. М., 2005.
- Делез Ж., Гваттари Ф.* Что такое философия? СПб., 1998.
- Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
- Кнорр-Цетина К.* Социальность и объекты. Социальные отношения в постсоциальных обществах знания // Социология вещей. М., 2006.
- Кук Ф.* Модерн, постмодерн и город // Логос. 2002. № 3–4 (34).
- Лакофф Д., Джонсон М.* Метафоры, которыми мы живем. М., 2004.
- Латур Б.* Об интересующей массе. Где недостающая масса? Социология одной двери // Социология вещей. М., 2006.
- Ледяев В.* Социология власти: исследования Барбары Ферман в Чикаго и Питтсбурге // Российские властные институты и элиты в трансформации. СПб., 2011.
- Ло Дж.* Объекты и пространства // Социология вещей. М., 2006.
- Пиласов А., Колесникова О.* Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ // Вопросы экономики. 2008. № 9.
- Радаев В.* Основные направления развития современной экономической социологии // Экономическая социология. Новые подходы к институциональному и сетевому анализу. М., 2002.
- Роккан С.* Города, государства и нации: пространственная модель изучения различий в развитии // Политическая наука. Научное наследие Стейна Роккана. М., 2006.
- Саид Э.* Ориентализм. Западные концепции Востока. СПб., 2006.
- Топоров В.* Первобытные представления о мире (общий взгляд) // Очерки истории естественно-научных знаний в древности. М., 1982.
- Турен А.* Способны ли мы жить вместе? Равные и различные // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. М., 1999.
- Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2007.
- Фуко М.* Интеллектуалы и власть. Избранные политические статьи, выступления и интервью. М., 2006.
- Хамфри К.* Постсоветские трансформации в азиатской части России (антропологические очерки). М., 2010.
- Шентякова А.* Политическая и административная элита: качественный состав и каналы рекрутирования // Российские властные институты и элиты в трансформации. СПб., 2011.
- Эйзенштадт Ш.* Революция и преобразование обществ. Сравнительное изучение цивилизаций. М., 1999.
- Элиаде М.* Космос и история. М., 1987.
- Anderson J.* Understanding Cultural Geography: Places and Traces. London – New York, 2010.
- Andersson A.* Creativity and Regional Development // Papers of the Regional Science Association. Illinois (USA), 1985. Vol. 56.
- Florida R.* The Flight of the Creative Class. New York, 2007.