
ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Замятина Н.Ю. (Москва)

КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОДХОДЫ

Zamyatina N.Yu.

CULTURAL FACTORS OF THE SPATIAL DIFFERENTIATION OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: INTERNATIONAL APPROACHES

Аннотация. Для современной зарубежной географии характерна широкая трактовка культуры – как норм и моделей поведения, как совокупность разделяемых тем или иным региональным сообществом ценностей. Культура определяет допустимость в том или ином региональном сообществе определенных форм организации производства и условий труда, восприимчивость к новому и упорство в сохранении традиций, уровень доверия и креативности как свойства местных сообществ. Роль культуры в социально-экономическом развитии территории определяется ее тесными связями с другими аспектами человеческой деятельности: в общем случае культура определяет мировоззрение и легитимирует определенные модели поведения, в том числе экономические. Соответственно, географические различия в социально-экономических процессах формируются, в числе прочего, в результате пространственных различий в доминирующих культурных установках. Культура влияет на социально-экономическое развитие как на макрорегиональном, так и на микро-уровне. Роль культуры в экономике описывается через понятия ценностей, институциональных норм, «укорененности» отраслей, культурного (человеческого) и социального капитала, местной идентичности и привязанности к месту; она учитывается в концепциях «зависимости от пути», тормозящей развитие старопромышленных районов. Культура является важным элементом становления территориальных кластеров, региональных инновационных систем. Культурная и институциональная близость различных объектов влияют на траектории и скорость распространения между ними инноваций, на миграционные потоки.

Abstract. Modern foreign geography uses a wide interpretation of culture as a system of norms, behavioral patterns and a set of values shared by regional community. Culture determines the forms of production organization and working conditions valid for the certain community, the so-called absorptive capacity of the local community which means its openness to innovations. Local culture also determines the level of trust and creativity as the properties of the local communities. The role of culture in regional and local socio-economic development is determined by its close links with other aspects of human activity: culture defines the attitudes and legitimizes certain behavioral patterns, including economic activity. Accordingly, geographical differences in socio-economic processes are resulted from the spatial differences in the dominant cultural models. Culture affects socio-economic development both at the macro-regional level and micro-level. In particular local cultural models are seen as an important element in the formation of industrial clusters and such effects as regional advantage, «innovative milieu», «path dependence» etc. The role of culture in the economy is described through the concepts of values, institutional norms, embeddedness of industries, cultural and social capital, local identity and attachment to place; it takes into account the concepts of “path dependence”, inhibiting the development of old industrial areas. Culture also plays an important role in the regional clusters formation and regional innovation systems. Cultural and institutional proximity of different objects affect the diffusion of innovation and migration flows.

Ключевые слова: культура, социально-экономическое развитие, кластеры, «зависимость от пути», укорененность, доверие, социальный капитал, символический капитал, инновационная среда, региональная инновационная система, брендинг места, социальные нормы, ценности, территориальная идентичность, креативность.

Keywords: culture, socio-economic development, clusters, path dependence, embeddedness, trust, social capital, symbolic capital, innovative milieu, regional innovation system, place branding, social norms, values, territorial identity, creativity.

Культурная жизнь традиционно рассматривалась в социально-экономической географии и региональном планировании как

своеобразный «довесок» к более «плотным», материальным аспектам жизнедеятельности. Однако в последние десятилетия культу-

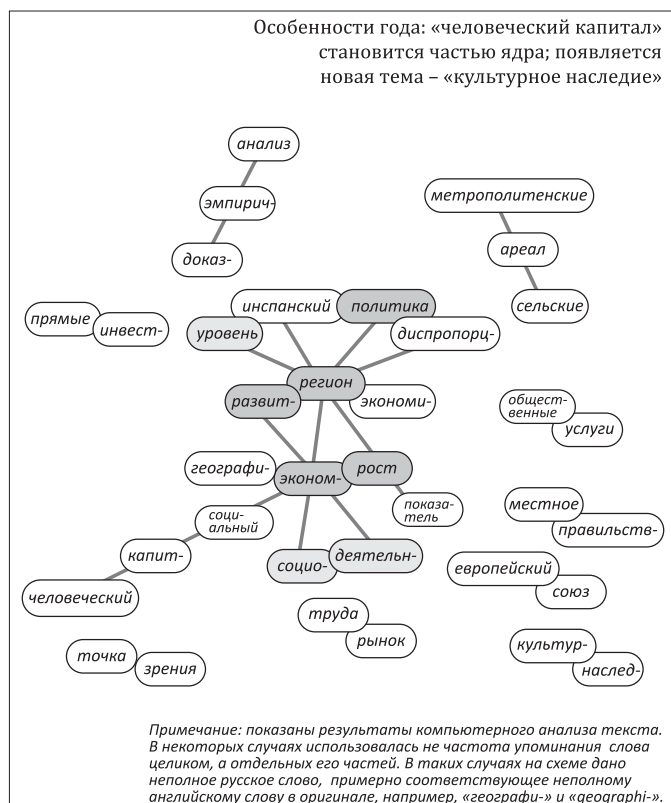


Рис. 1. Компоненты стабильного ядра наиболее употребительных понятий и новые понятия в сфере европейских региональных исследований по состоянию на 2004 г.
Источник: [55]

ра¹ все чаще рассматривается в зарубежной экономической географии с неожиданной стороны: как фактор размещения и развития наиболее передовых, инновационных производств, как элемент развития кластеров и районов высокотехнологичной промышленности, как фактор обеспечения экономических «прорывов» отдельных регионов и стран. Культура становится полноправным и даже важным предметом исследований узко-экономической (т. е. без социальной, культурной и политической) географии и региональной экономики. Так, например, в 2002 г. в число наиболее употребительных терминов в публикациях по региональным исследованиям вошли понятия «человеческий капитал» и «социальный капитал», в 2004 г. к ним добавился термин «культурное наследие», в 2010 – «кластер креативных отраслей» и «брендинг места»² (рис. 1).

За новой тенденцией стоит переосмысление, расширенное понимание самой культуры. Речь идет о нормах и моделях поведения, о разделяемых тем или иным региональным сообществом ценностях, о допустимости в том или ином региональном сообществе определенных форм организации производства и условий труда, о восприимчивости к новому и упорстве в сохранении традиций, об уровне доверия (*trust*) и креативности как свойствах местных сообществ. Роль культуры в экономике описывается через понятия ценностей, институциональных норм, «укорененности» (*embeddedness*) отраслей, культурного (человеческого) и социального капитала, местной идентичности и привязанности к месту; она учитывается в концепциях «зависимости от пути» (*path dependence*), кластерного развития, региональных инновационных систем, в процессе изучения

¹ Уже в 1950-е гг. приводилось более 150 определений культуры [15]; в данном случае принимается следующее широкое понимание культуры как «ценностей, норм и продуктов материального производства, характерных для данного общества» [8, с. 68], включая в данное определение совокупность концептов и понятий, которыми оперирует данная культура.

² На основе автоматизированного анализа текстов докладов на ежегодных конгрессах Европейской ассоциации региональной науки с 2001 по 2013 г., выполненного австрийскими экономистами [55].

распространения инноваций и миграций образованных кадров. Меняется сам взгляд на соотношение культуры и экономики.

«Технико-экономические основы культурного производства»: что нужно знать, изучая культуру в экономической географии. Как заметил известный американский социолог Р. Инглхарт (Инглегарт) еще в 1990-е гг., «экономические, культурные и политические преобразования настолько связаны друг с другом в своем развитии, что эта взаимосвязь позволяет прогнозировать характер их воздействия» [14, с. 261.]. Данный тезис не нов – однако, «марксисты делали упор на экономический детерминизм, а теория Вебера склонялась к детерминизму культурному. Мы считаем, что взаимосвязи между экономикой, с одной стороны, культурой и политикой, с другой, носят взаимодополняющий характер, как это происходит в отношении различных систем биологического организма. <...> Политические системы, равно как и экономические, требуют поддержки со стороны культурной системы, в противном случае им пришлось бы опираться на откровенное принуждение, которое нельзя признать эффективным. И напротив культурная система, несовместимая с экономикой, вряд ли окажется жизнеспособной» [14, с. 267].

Роль культуры в этой связке (при сильном упрощении) может быть сведена к легитимации определенных видов деятельности: культура задает рамки социально приемлемых экономических и иных типов отношений и моделей поведения. Именно культурные установки, распространенные в том или ином обществе, определяют, что считается приемлемым, допустимым, терпимым – при этом речь идет не только об официально закрепленных нормах, но и о неофициальных нормах (скажем, терпимый в том или ином обществе уровень коррупции).

Классический пример роли культуры в легитимации определенного экономического поведения – знаменитое исследование М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма». Изучая профессиональную структуру населения католического, в большинстве, Бадена (в Германии), Вебер обнаружил, что большинство предпринимателей,

менеджеров и квалифицированных рабочих (иными словами, более высокодоходные категории населения) – протестанты-кальвинисты. Обратившись к детальному изучению ценностей, которые подразумевает кальвинизм, исследователь пришел к следующему выводу. В католической религии «... позиция человека в отношении к деньгам характеризуется вполне отчетливой этической окраской: иметь деньги не позорно, но недостойно уделять им слишком большое внимание, недостойно превращать их в самоцель, недостойно посвящать свою жизнь приумножению капитала. В кальвинизме же все иначе: жизнь мирская и жизнь священная едины <...> Поиск спасения не есть какая-то особая рода деятельность, выходящая за пределы повседневного труда и повседневных интересов, и поэтому не нужны особые здания, организация, т.е. храмы, сложные ритуалы и т.д. Человек спасает душу на своем рабочем месте» [15, с. 83].

Социально приемлемые рамки не жестко принуждают человека действовать тем или иным определенным образом, но склоняют его к определенному действию, которое в данном обществе будет связано с наименьшими издержками: не встретит осуждения, не вызовет наказания, необходимости платить штраф или предпринимать дополнительные меры по безопасности (детально охарактеризовано, например, в [9]).

Внутри культуры выделяется две основные составляющие: нормативная и когнитивная. Нормативная составляющая определяет ценности и обеспечивается легитимацию в прямом смысле этого слова. Когнитивная составляющая «отвечает» за набор концептов³, или понятий, с помощью которых осмысливается окружающий мир. Когнитивная составляющая, по сути, обеспечивает саму *возможность легитимации действий*: она предоставляет набор *вариантов осознания событий*, которые на основе ценностей классифицируются как приемлемые или неприемлемые.

Для отечественного читателя здесь важно сделать комментарий: в отличие от все еще памятного многим соотечественникам марксизма-ленинизма мышление человека в большинстве современных направлений

³ Концепт понимается как «сгусток культуры в сознании человека, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, это то, посредством чего человек <...> сам входит в культуру. <...> Концепт – основная ячейка культуры в ментальном мире человека» [31, с. 43].

социальных наук не считается абсолютно субъективным: человек мыслит и оценивает реальность не «с нуля», но в значительной степени – в соответствии с системой концептов и приемов, которым он ранее был научен. Например, даже цвета представители разных культур воспринимают по-разному [5]. То, как и по каким законам человек осмысливает окружающую действительность, составляет предмет когнитивных наук [20, 25]. Культурно обусловленные различия в осмыслении и описании ситуаций стали предметом широко распространенных кросс-культурных исследований в лингвистике (например: [33]), а в прикладной сфере породили практические бизнес-рекомендации (например, многократно переизданный бестселлер Э. Холла о том, как учитывать в бизнесе особенности «высококонтекстных» и «низкоконтекстных» национальных культур [47]).

Ценности и когнитивные системы описания окружающего мира – самый фундаментальный слой культуры. На их основе

формируется второй, более прикладной слой – нормы и правила взаимодействия индивидов в соответствующем обществе. Нормы и правила нередко выделяются в отдельную категорию *социальных институтов* (иногда говорят: *культурных институтов*). Вопросу соотношения культуры и институтов посвящена обширная литература (на русском языке хороший обзор ее сделан П. В. Пановым [27]). В данном случае будем рассматривать институты как часть культуры – как, например, поступает и классик институциональной экономики Д. Норт, определяющий культуру как «кумулятивную совокупность всех существующих представлений и институтов» [26, с. 124].

Культура «отвечает» и за формирование социального устройства общества в целом: легитимизирует определенные социальные иерархии, структуры, системы господства, идентичности и социальные категоризации – а также их проявления в повседневной жизни (табл. 1). Последнее легче всего поддается наблюдению.

Таблица 1

Место культуры в развитии общества

Фундаментальный (установочный) уровень	Ценности	Когнитивная картина мира: концепты, категории, типизации	
Социальный уровень (институты)	Формальные и неформальные нормы и правила	Социальные иерархии и системы господства и власти	Идентичности и социальные категоризации
Практический (наблюдаемый) уровень	Модели и сценарии поведения, рутинные практики		

Составлено автором.

Различные элементы культуры, отраженные в табл. 1, изучаются разными направлениями географии. Рассмотрим, например, центральную часть таблицы: системы власти. После работ М. Фуко и П. Бурдьё принято рассматривать власть в символическом аспекте: как способность создавать и навязывать свою систему ценностей, смыслов и символов. Системы власти, очевидно, имеют пространственный срез – верно это и при трактовке власти как легитимной способности навязывать свою систему смыслов и ценностей. Отсюда открывается путь к изучению систем символической власти на той или иной территории (чья система ценностей господствует на данной территории); на этом пути возникают географиче-

ские работы по изучению территориальной справедливости, радикальной географии, географии постмодерна и т. д. – речь идет о поздних работах Д. Харви, «производстве пространства» А. Лефевра, нового понимания региона Дж. Ло. В некоторой степени в этот ряд можно поставить некоторые работы и таких маститых географов Э. Амин и Н. Трифт [38]; первая глава книги переведена: [1], Ф. Кук [21]; в немецкой географии – Б. Верлен [6].

Ценности и категории мышления, нормы и правила поведения, идентичности и социальные иерархии проявляются (нижний уровень табл. 1) в конкретных моделях, сценариях и рутинных практиках поведения, привычных для тех или иных ситуаций,

* Разделение нормативного и наблюдаемого уровня проявлений локально культуры заимствовано нами у Э. Джеймса [49].

в определенных формах организации пространства, рабочего места, в городской планировке – в частности, в формировании ландшафта. Изучение влияния культуры (а также систем власти и социальных иерархий) на организацию ландшафта – это уже типичная тема культурной географии, точнее одного из ее направлений – «новой культурной географии» по Д. Костроуву (например [41]; см. также [39]).

Вернемся к экономической географии: здесь чаще концентрируются на изучении *норм*, стоящих за ними *ценностей* и проистекающих из них *моделей поведения*. Данные понятия и составляют концептуальную основу рассмотрения культуры в данной статье.

Территориальные различия систем ценностей: традиции Вебера и другие. Традиции М. Вебера, связанные с изучением влияния ценностей на экономическое развитие, напрямую продолжают современными социологами, сделавшими массу межнациональных сравнительных исследований. Особенно выделяются работы коллективов, действующих под руководством Р. Инглхарта (широко известное продолжающееся много лет подряд, с 1981 г., «Международное исследование ценностей» [58]), а также Хофстеде [56]. В общем случае речь идет о доминировании ценностей, которые или способствуют, или препятствуют ускоренному экономическому развитию.

Многие исследователи выделяют разного рода *системные сочетания* определенных наборов ценностей, норм и правил: «их называют «полями» (Бурдые), «организационными полями» (Ди Маджио и Пауэлл), «секторами» (Мэйер и Скот), «полями стратегического действия» (Флигстин и МакАдам) или «играми» (Аксельрод)» [34, с. 123]. Нам представляется удобным оперировать понятием «миров» Л. Болтански и Л. Тевено, выделяющих комплексы, целостные наборы ценностей, доминирующих в том или ином обществе на фоне других [2]. «Миры» Болтански и Тевено представляются нам актуальнее, чем религиозные и квази-религиозные системы ценностей («протестантская этика», «конфуцианская этика») или узко-политические «поля». Например, «индустриальный мир», где главной ценностью, мерилом качества выступает стандарт (в результате господства ценности стандарта в разных сферах жизни возникают

типологически схожие конвейеры, ЕГЭ, типовое домостроение, обязательная служба в армии и т. д.); «семейный мир» – мир «Крестного отца», где важнее всего место в иерархии; «рыночный мир», где главной ценностью является обогащение (производные: контрактная армия, платное образование, частная медицина и т. д.).

На сходной концептуальной базе выполнены интересные прикладные работы. Например, близкое «мирам» и «полям» понятие «арен» легло в основу междисциплинарного исследования американки Б. Ферманн [23]. Она выявила, как динамика социально-экономического развития отдельных городов США зависит от того, в соответствии с нормами какой «арены» организованы отдельные сферы муниципального развития. Так, экономическое развитие Питтсбурга было организовано по нормам «гражданской» арены, когда во имя процветания города сумели объединиться различные игроки. В Чикаго экономическое развитие было подчинено нормам поведения, характерным для «электоральной арены»: все силы отдавались борьбе за власть отдельных группировок.

Социальные нормы в региональном развитии: укорененные отрасли и адаптация инноваций. Понятие «социальной укорененности» экономики введено М. Грановetterом, в свою очередь, опиравшегося на работы К. Поланьи ([46], на русском языке [10]).

Однако настоящую революцию в данной сфере произвела американская экономико-географ А. Саксениан. Ее наиболее знаменитая работа посвящена факторам конкурентоспособности производства полупроводников в знаменитой Кремниевой долине США (почти во всех работах по региональным факторам конкурентоспособности инновационных производств содержатся ссылки на ее работу «Региональные преимущества») [54]. Вскрыть глубинные механизмы обеспечения конкурентоспособности отрасли ей позволили качественные исследования – в первую очередь, интервью с десятками калифорнийских предпринимателей в сфере производства компонентов компьютеров. Работа показала, как – в нарушение корпоративной этики – осуществлялись широкие контакты между представителями разных фирм: доверие внутри социальных сетей бывших сокурсников по

Стэнфорду в данном случае оказалось важнее межфирменных барьеров. В результате новые идеи распространялись в целом по региону быстрее, чем в чопорной Новой Англии (ближайший конкурент Кремниевой долины). Интенсивный информационный обмен позволял фирмам быстрее выводить новый продукт на рынок – в сфере производства полупроводников именно это оказалось важнейшим конкурентным преимуществом. После Саксениан культурная среда стала рассматриваться в региональной науке как фактор развития инновационных отраслей.

Погрузившись в изучение факторов развития именно инновационных отраслей, современные регионалисты подняли на щит работы А. Маршалла о специфической «атмосфере» районов локализованной промышленности, обеспечивающей распространение инноваций на местном уровне. Следующий фрагмент, многократно процитированный в последние два десятилетия, оказался удивительно созвучен ситуации в Кремниевой долине: «Когда какое-либо производство выбрало для себя местонахождение, то вероятнее всего, что оно будет оставаться там долго, поскольку уж очень велики выгоды, извлекаемые людьми, принадлежащими к одной квалифицированной профессии, из близкого соседства друг с другом. Тайны профессии перестают быть тайнами, но как бы пронизывают всю атмосферу. <...> если один предложил новую идею, ее подхватывают другие и дополняют собственными соображениями» [24; цитируется по электронной версии].

Отряхнувшие пыль со столетних томов Маршалла⁴ экономисты вскоре выделили и детально описали особый тип промышленных районов, сформированных множеством небольших предприятий схожей специализации (новые промышленные районы, или *районы Бекаттини*), по структуре и среде очень напоминающих Кремниевую долину (в описании Саксениан): множество мелких фирм, между которыми существуют, с одной стороны, отношения конкуренции, с другой – мощный информационный обмен, причем возможность интенсивного информационного обмена обуславливается местной культурной средой⁵. Материал на-

блюдения частично тех же самых районов (в частности, в области Эмилия-Романья, или «Третья Италия») использовался в концепции *кластеров*, оформленной М. Портером. Портер внятно показал, как специфическая местная культурная среда является одним из факторов конкурентоспособности кластеров в целом (например, придирчивость местных покупателей, обусловленный традиционно воспитываемым в Италии художественным вкусом – для кластера производства керамической плитки в Сассуоло) [29].

В результате детальных исследований новых промышленных районов и/или кластеров в региональной науке выкристаллизовалось представление о механизме влияния культуры на современное промышленное развитие. Его можно коротко описать следующим образом. Для некоторых отраслей важным фактором конкурентоспособности является новое знание. Это либо так называемые креативные (творческие) отрасли [12], где важным компонентом себестоимости продукции является творчество (упомянутое производство керамической плитки, или иных товаров с художественной составляющей) – либо инновационные отрасли⁶ (производство полупроводников в Кремниевой долине, описанное Саксениан). При этом важный элемент обмена знанием – неявное, или неcodифицируемое знание (*tacit knowledge*), которое можно передать только при контакте «лицом к лицу», показать «на пальцах» – а не, допустим, через публикацию научной статьи. В силу специфики неявного знания обмен им зависит от интенсивности общения на местах. Интенсивность обмена на местах, в свою очередь, определяется местной культурной средой.

В результате распространения данной точки зрения уже изменились тенденции в организации городского пространства и общественных знаний: считается критически важным организовывать разнообразные коммуникационные пространства, ко-воркинги (места для совместной работы) и др. С другой стороны, на попытках выявить условия и степень важности обмена неявным знанием вырос целый класс работ, связанных с оценкой «знаниевого» фактора агломерацион-

⁴ «Принципы экономической науки» вышли в 1890 г.

⁵ Ряд наиболее значимых работ в данной области представлен в сборнике [30].

⁶ Однако нельзя говорить, что институциональные факторы влияют только на инновационные отрасли. У. Хикл, например, убедительно описывает как именно институциональные факторы сыграли решающую роль в открытии на Аляске нефтяного месторождения Прадхо-Бей [37].

ного эффекта, и, в частности, разных видов экстерналий от совместного расположения фирм одной отрасли (МЭР-экстерналии⁷) и фирм разных отраслей («экстерналии по Джейкобс») [43].

Роль культуры в развитии инновационных отраслей также учитывается в концепциях *инновационной среды* (*innovative milieu*, от фр. «milieu» – среда [40]) и *региональных инновационных систем*. Здесь местная культурная и институциональная среда рассматривается уже очень широко, включая роль региональных правительств, местных банков и др. организаций [22]. Взаимодействие между местными игроками поднимает проблему *доверия и социального капитала* (см. ниже) – и надо полагать, увязка региональных инновационных систем с исторически сложившимися культурными регионами, а их формирования – с регионализмом⁸ имеет в основе именно вопросы доверия и определения круга «своих». Обычно в этой связи пишут о роли *социальных сетей* (вспомним: информационный обмен на раннем этапе развития Кремниевой долины – это обмен внутри сетей бывших сокурсников).

Помимо обмена информацией и особенно неявным знанием, существуют и другие культурные факторы, влияющие на местное экономическое развитие. Это установки на определенные модели поведения, например «одержимость работой» (в общем, близкий «протестантской этике»). Например, в мормонском штате Юта высока значимость ценности семьи, семейного досуга. Здесь модель поведения, замечательно маркированная через образ «спальника под столом»⁹ (работа в офисе в выходные и по ночам, жертва семейным досугом во имя производственного проекта) не столь распространена, как в других районах США. Не удивителен поэтому и результат: эффективность возглавляемых мормонами фирм штата (конкретно: в сфере IT) существенно ниже, чем других [49].

Отдельные ценности и нормы: доверие и креативность. Одна из ключевых ценностей, которая чаще всего рассматривается

как фактор социально-экономического развития – это *доверие*. Одна из наиболее нашумевших работ в данной сфере – работа Ф. Фукуямы [36], однако, с нашей точки зрения, Фукуяма лишь акцентировал внимание на одном из элементов хорошо разработанной концепции *социального капитала*. Среди ключевых теоретиков понятия – Р. Патнем (который, впрочем, называет почти десяток своих предшественников, в разные годы XX в. писавших о социальном капитале: [50]), П. Бурдьё, которому принадлежит более глубокая теоретическая проработка понятия [4]), а также Коулман [19]. Патнем же провел, можно сказать, сравнительное географическое исследование роли социального капитала в экономическом развитии на юге и на севере Италии [28], а также предложил способы измерения социального капитала. С тех пор тема социального капитала прочно вошла в сферу рассмотрения региональной экономики и экономической географии.

Другая ценность, которая активно изучается в экономической географии – это ценность *креативности*. Автор концепции креативного класса Р. Флорида выдвинул несколько способов оценки креативности сообществ городов и стран (для США и других стран¹⁰ – разные методики, в зависимости от наличия статистических данных), рассматривая именно креативность как важнейший фактор опережающего экономического развития ([35]; также [44] и др.). Однако из его работ на первый взгляд не ясно, как именно экономическое развитие ускоряется за счет комбинации в одном месте талантов, толерантности и технологий. Многие описанные Флоридой характерные черты так называемого креативного класса – переход от строгой офисной к свободной форме одежды, работа по свободному графику, толерантное отношение к сексуальным меньшинствам, совмещение работы и хобби и др. сложно напрямую связать с инновационным развитием.

На наш взгляд [11], все становится на свои места, если рассматривать «креативность» по Флориде как один из «миров»

⁷ От первых букв фамилий: Маршалл – Эрроу – Ромер.

⁸ На данную тему писал Ф. Кук, например [22].

⁹ Здесь можно предположить влияние знаменитой работы Саксениан, где в одном из эпизодов описано, как одна из предпринимательниц Кремниевой долины была однажды застукана утром спящей в спальнике в офисе «Хьюлетт-Паккард», куда ее друзья пускали ночью поработать на офисных компьютерах с характерной для Кремниевой долины того времени мотивацией – «по дружбе»: в те годы начинающей предпринимательнице было тяжело купить свой компьютер, но можно было воспользоваться поддержкой бывших однокурсников.

¹⁰ Например, для Китая [45].

Болтански и Тевено – мир, где доминирующей ценностью является *оригинальность*, и именно эта ценность структурирует остальные сферы жизни. Предпочтение футболок пиджакам – не условие эффективной работы в высокотехнологичной отрасли: и то, и другое – следствия системы ценностей, в которой именно оригинальность мышления ценится превыше всего. И представителей богемы, и представителей IT-отраслей много там, где ценность оригинальности доминирует над ценностями эпохи массового производства или «мафиозными» ценностями семейных кланов. Речь идет о власти креативного класса практически в смысле Бурдьё: креативный класс господствует в «креативных городах» в том смысле, что задает систему ценностей и норм поведения для остальных представителей социума (например, обслуживающего персонала). Именно там, где доминируют ценности креативного класса, повышается спрос на современное искусство и продукцию креативных (творческих) отраслей экономики в целом [13].

Современная и разнообразная культурная жизнь становится фактором притяжения «креативно настроенных» мигрантов. Как показали опросы Р. Флориды, для них общий «дух», культурная и историческая среда города не менее (а иногда и более) важны, чем, допустим уровень заработной платы [44] – отсюда радикально возрастает роль городского брендинга, работы с городской средой и городским пространством [18, 7].

В «некреативных» городах – иные культурные установки, которые не в меньшей степени связаны с местной экономикой, чем современная культура – с инновационной. Экономическая концепция *зависимости от пути* описывает, как развитие территории предопределено более ранней ее эволюции – в том числе и в культурном плане. Здесь типичны установки на четкое различие социальных ролей (визуальное проявление: в отличие от «креативных» мест интеллигенция здесь стремится маркировать свое отличие от рабочего класса: креативные футболки и рюкзак «на работе» в такой культуре не приемлемы для «приличного человека»). Нередко именно консервативные установки местного сообщества (разумеется, не отношение к футболкам, но стоящие за ним общие ценности) тормозят диверсификацию, инновационную модернизацию местной экономики.

В работах по реструктуризации старопромышленных районов ситуация описывается через понятие «*когнитивных блокировок*» инновационного развития – когда господствующие в местном сообществе установки не допускают развития какого-либо вида экономической деятельности, кроме работы градообразующего предприятия [32, 48, 52].

Спектр конкретных тем, связанных с влиянием конкретных социально-культурных норм на формирование территориальных различий, пожалуй, безграничен. Так, например, петербургским демографом М.А. Клуптом замечательно охарактеризованы институциональные корни различий в современном демографическом развитии зарубежных стран – например, как и почему традиционные семейные ценности приводят к снижению рождаемости в Италии, а разрушение традиционного института семьи – к увеличению рождаемости в Швеции [17].

Тема человеческого капитала также имеет культурную составляющую: П. Бурдьё даже говорит о «культурном капитале», в основе накопления которого лежит продолжительность обучения (традиционная мера человеческого капитала) – при этом указывая, что само накопление культурного (образовательного, человеческого) капитала требует определенных культурных ценностей, навыков и моделей поведения [4].

Чудеса идентичности. Еще один поворот изучения роли культуры в социально-экономическом развитии связан с когнитивными аспектами культуры, а именно, идентичностью. Американская географ М. Фельдман приводит пример, как возрождение монопрофильного городка Гринвуд «в самом бедном районе самого бедного штата США» было связано с размещением там производства элитной кухонной техники только потому, что городок – место рождения владельца фирмы [42].

Ее соотечественница А. Саксениан показывает, как целые промышленные районы высокотехнологичных производств поднимаются благодаря возвращению на родину предпринимателей-репатриантов. Проведенные ей опросы убедительно показывают, что для подъема Бангалора ни дешевая рабочая сила, ни какие-то иные традиционные факторы размещения не играли определяющей роли – все дело было в том, что для прошед-

ших обучение в Кремниевой долине индийцев «трава зеленее в Индии» [57].

В данной сфере, однако, пока больше вопросов, чем ответов. Так, пока сложно определить, что здесь важнее: экзистенциальная привязанность к родине или возможность опоры на социальные сети, снижающая транзакционные издержки бизнеса благодаря высокому уровню доверия при работе в среде «своих». Здесь, по-видимому, нужны дополнительные исследования – и в первую очередь, качественные¹¹. Тем не менее, сама тема изучения роли идентичности, социальных сетей и локального патриотизма в экономическом развитии представляется нам захватывающе перспективной – как и тема изучения социальной и культурной близости регионов.

Пространство потоков: проксимити, диаспоры и Кремниевые долины. Важным аспектом изучения инноваций является изучение конкретных каналов, по которым происходят перетоки знания. Интуитивное ожидание относительно того, что на короткой географической дистанции обмен знаниями и информацией происходит более интенсивно, чем на длинной, далеко не всегда подтверждается практикой. Напротив, иной раз обмен знанием между экономическими агентами оказывается обусловлен преимущественно их профессиональной или социальной общностью [3]. Изучение такого рода явлений идет в рамках концепции *близости*, или *проксимити* (*proximity*), широко применяемой для изучения диффузии инноваций.

Однако потенциал применения концепции близости значительно шире [51]. По сути, понятие близости аналогично понятию расстояния в классической географии – но проксимити шире, и позволяет географии работать с объяснением явлений на современном уровне, в условиях снижения транспортных издержек и развития глобальных сетей.

И расстояние, и проксимити описывают фоновые, «средовые» условия возникновения и поддержания взаимодействий между двумя объектами. Работая с расстоянием, мы утверждаем, что близко расположенные

объекты имеют больше шансов быть связанными друг с другом – на этом основана классическая теория центральных мест и др. Переходя к проксимити, мы учитываем, что взаимодействия между объектами детерминируются не только физическим расстоянием, но их социальными, институциональными или иными сходствами или различиями. Семейные, диаспорные, земляческие связи становятся важнейшим фактором, определяющим конфигурацию пространства потоков – миграционных, инвестиционных, инновационных. Проксимити как раз и означает расстояние в условном (анаморфированном) социальном, институциональном и др. пространствах. Применяя понятие проксимити, мы переходим к многомерному пространству, в котором физическое расстояние – лишь одно из возможных измерений.

Открытые горизонты. Широта описанного спектра направлений исследования роли культуры в экономической географии свидетельствует об одном: не случайно культура все больше и больше привлекает внимание зарубежных экономико-географов. С переходом ко все усложняющимся технологиям, с развитием коммуникаций и инфраструктуры постепенно снижается роль транспортных издержек и «трения расстояния» – и на этом фоне возрастает роль более «тонких» факторов. Экономическое развитие становится чувствительным к мельчайшим нюансам местной среды, местных поведенческих норм и культурных традиций. Макрорегиональные различия постепенно меркнут между различиями на микро-уровне, от места к месту – и в то же время формируются условные, виртуальные «регионы» связанных различными видами проксимити удаленных на тысячи километров городов и районов. Меняющиеся условия требуют новой географии, новых понятий и методов – и здесь неожиданно продуктивной оказывается интеграция, казалось бы, полярно далеких друг от друга наук о культуре – и о размещении, эконометрики – и антропологии, экономической географии и исследований территориальной идентичности.

¹¹ Общеизвестно, что качественные методы исследования наиболее удачны для выявления механизмов, движущих сил явлений, а количественные – для анализа широты их распространения [16].

Библиографический список

1. Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города // Логос. – 2002. – №3–4. [Электронный ресурс] URL: <http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/amin.html>
2. Болтански Л., Тевено Л. Социология критической способности // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2000. – Т. III. – №3. – С. 66–83.
3. Бреши С., Лиссони Ф. Локализованные перетоки знаний и инновационная среда: пересмотр «неявности» знаний // Синергия пространства: региональные инновационные системы, кластеры и перетоки знания. Отв. ред. А.Н. Пилясов. – Смоленск: Ойкумена, 2012. С. 161–181.
4. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. Т. 3. – №5. – С. 60–74.
5. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание: Пер. с англ. Отв. ред. М.А. Кронгауз. – М.: Рус. словари, 1996. – 416 с.
6. Верлен Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география // Социологическое обозрение. – 2001. – Т. 1. – №2. – С. 25–46.
7. Визгалов Д.В. Брендинг города. – М.: Ин-т экономики города, 2011. – 160 с.
8. Гидденс Э. Социология / При участии К. Бердсолл: Перс. с англ. Изд. 2-е, полностью перераб. и доп. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 630 с.
9. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. – 2-е изд. – М.: Академич. проект, 2005. – 528 с.
10. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – №3. – С. 44–58.
11. Замятина Н.Ю. Креативный класс, символический капитал и территория // Общественные науки и современность. – 2013. – № 4. – С. 130–139.
12. Зеленцова Е., Гладков Н. Творческие индустрии. – М.: Классика-XXI, 2010. – 240 с.
13. Ингледарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 245–260.
14. Ингледарт Р. Модернизация и постмодернизация // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – С. 261–291.
15. Ионин Л. Г. Социология культуры: учеб. пособие для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. – 427 с.
16. Качественные методы. Полевые социологические исследования / Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А.; под ред. И. Штейнберга. – СПб.: Алетейя, 2009. – 356 с. – (Сер. «Качественные методы в социальных исследованиях»)
17. Клупт М.А. Теория демографического развития: институциональная перспектива // Общественные науки и современность. – 2005. – №2. – С. 139–149.
18. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. – 384 с.
19. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – С. 122–139.
20. Кубрякова Е.С., Демьянков В.З. и др. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общей редакцией Е. С. Кубряковой. – М.: Филол. ф-т МГУ, 1997. – 245 с.
21. Кук Ф. Модерн, постмодерн и город // Логос. – 2002. – №3–4. [Электронный ресурс] URL: <http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/kuk.html>
22. Кук Ф. Региональные инновационные системы, кластеры и экономика знаний // Синергия пространства: региональные инновационные системы, кластеры и перетоки знания. Отв. ред. А.Н. Пилясов. – Смоленск: Ойкумена, 2012. – С. 237–264.
23. Ледяев В. Г. Социология власти: исследование Барбары Ферман в Чикаго и Питтсбурге // Российские властные структуры и элиты в трансформации: Мат-лы восьмого Всеросс. семинара «Социологические проблемы институтов власти в условиях российской трансформации» / Отв. ред. А. В. Дука. – СПб.: Интерсоцис, 2011. – С. 72–99.
24. Маршалл А. Принципы экономической науки. – М.: Прогресс, 1993. – 594 с.
25. Найссер У. Познание и реальность. Смысл и принципы когнитивной психологии. – Благовещенск: БГК им. Бодуэна де Куртенэ, 1998. – 230 с.
26. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений / Пер. с англ. К. Мартынова, Н. Эдельмана. – М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2010. – 256 с.
27. Панов П.В. Институты, идентичности, практики: теоретическая модель политического порядка. – М.: РОССПЭН, 2011. – 230 с.
28. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. – М.: Ad Marginem, 1996. – 287 с.
29. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
30. Синергия пространства: региональные инновационные системы, кластеры и перетоки знания. Отв. ред. А.Н. Пилясов. – Смоленск: Ойкумена, 2012. – 760 с.
31. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры: Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Академич. проект, 2001. – 990 с.
32. Стратегии развития старопромышленных городов: международный опыт и перспективы в России / И. Стародубровская и др., под ред. И. Стародубровской. М.: – Изд-во Ин-та Гайдара. 2011. – 248 с.

33. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
34. Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений // Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу. – М.: РОССПЭН, 2002. – 280 с.
35. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. – М.: Классика – XXI в., 2005. – 430 с.
36. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М.: ООО «Изд-во АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.
37. Хикл У. Дж. Проблемы общественной собственности. Модель Аляски – возможности для России? – М.: Прогресс. 2004. – 355 с.
38. Amin A., Thrift N. Cities: Reimagining the Urban. – Cambridge: Polity. 2002. – 184 p.
39. Anderson J. Understanding cultural geography : places and traces. – London & New York: Routledge, 2010. – 212 p.
40. Camagni R. The concept of the innovative milieu and its relevance for the public policies in European lagging regions // Paper in Regional Science. – Vol. 74. – №4. – P. 317–340.
41. Cosgrove D. Social formation and Symbolic Landscape (2nd edition with additional introductory chapter). – Wisconsin Univ. Press, 1998. – 332 p.
42. Feldman M. The character of innovative places: entrepreneurial strategy, economic development, and prosperity // Small Business Economics. –2014. – Vol. 43. Issue 1. P. 9–20. [Электронный ресурс] URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-014-9574-4> (Дата обращения 10.11.2014).
43. Feldman M., Kogler D. Stylised facts in the geography of innovation // Hall B. and Rosenberg N. (eds). Handbook of the Economics of Innovation. – Oxford: Elsevier. P. 382–410. [Электронный ресурс] URL: <http://maryannfeldman.web.unc.edu/research-papers/> (Дата обращения: 10.10.2014).
44. Florida R. Who's Your City: how the creative economy is making where you live the most important decision of your life. – NY: Basic books. 2008. –384 p.
45. Florida R., Mellander Ch., Qian H. Creative China? The university, human capital and the creative class in Chinese regional development. The Royal Institute of Technology. Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS). Electronic Working Paper Series. Paper – 2008. – № 145. – October. [Электронный ресурс] URL: <https://static.sys.kth.se/itm/wp/cesis/cesiswp145.pdf> (Дата обращения 10.11.2014).
46. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. – November. – Vol. 91. – P. 481–510.
47. Hall E. T. Beyond culture. Garden City. – N.Y.: Anchor Press. 1976. –256 p.
48. Hausmann R., Rodrik D. Economic development as self-discovery. NBER Working Paper Series. Working Paper 8952. May 2002. –44 p.
49. James A. Demystifying the role of culture in innovative regional economies // Regional Studies. – 2005. – Vol. 39.9. December. – P. 1197–1216.
50. Putnam R. Bowling alone: the collapse and revival of American community. Simon & Schuster Paperbacks. – NY, Toronto, London, Sydney, 2000.
51. Regional Development and Proximity Relations / Ed. by A. Torre and F. Wallet. – Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar: 2014. –376 p.
52. Rodrik D. Industrial policy for the twenty-first century. – Harvard University, 2004. –57 p.
53. Saxenian AnnaLee. The new Argonauts. Regional advantage in a global economy. – Harvard University Press: Cambridge, Massachusetts and London, England. 2006. – P. 424.
54. Saxenian AnnaLee. Regional advantage. Culture and Competition on Silicon Valley and Route 128. – Harvard University Press, 1994. – 226 p.
55. Sinozic T., Maier G. et al. Topics and actors in regional science: A text mining approach to ERSA conferences 2001–2013. 54th European Congress of the Regional Science Association (ERSA), St Petersburg, Russische Föderation (26. 08-29. 08. 2014) // 54th European Congress of the Regional Science Association: official internet site. [Электронный ресурс] URL: <http://www.ersastpetersburg2014.org/#!page3/cee5> (Дата обращения: 09.11.2014).
56. The Hofstede centre. [Электронный ресурс] URL: <http://geert-hofstede.com/the-hofstede-centre.html> (Дата обращения: 10.11.2014).
57. Wadhwa V., Jain S., Saxenian A. et al. The grass is indeed Greener in India and China for returnee entrepreneurs: America's new immigrant entrepreneurs, Part VI (April 8, 2011). [Электронный ресурс] URL: http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2011/04/grassisgreenerforreturneeentrepreneurs.pdf (Дата обращения 10.10.2014).
58. World value survey [Электронный ресурс] URL: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp> (Дата обращения 10.10.2014).