

На правах рукописи



ПЕТРОВСКАЯ ОЛЬГА ВАСИЛЬЕВНА

**ЦЕННОСТИ «КРЕАТИВНОГО КЛАССА» В КУЛЬТУРЕ
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА**

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

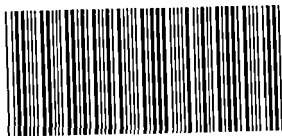
АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

5 ДЕК 2013

Ростов-на-Дону

2013 год



005543245

Диссертация выполнена на кафедре исторической культурологии
факультета философии и культурологии
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»

Научный руководитель - **Заковоротная Маргарита Вилоровна**
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты: **Штомпель Людмила Александровна**
доктор философских наук, профессор
Южный Федеральный университет,
заведующий кафедрой культурной
антропологии города

Шаповалов Сергей Викторович
кандидат философских наук,
Южно-Российский Гуманитарный
Институт, преподаватель кафедры
философии и культурологии

Ведущая организация: **Донской государственный технический
университет (ДГТУ)**

Защита состоится **«26»** декабря 2013 года в 15. 00 на заседании
диссертационного совета Д 212.208.11 по философским наукам при Южном
федеральном университете по адресу: 344038, г. Ростов-на-Дону, пр.
Нагибина, 13, факультет философии и культурологии, ауд. 434.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ЮФУ
(г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 148).

Автореферат разослан **«25»** ноября 2013 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Иващук О.Ф.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

В период с 70-х гг. двадцатого столетия международная конкуренция в глобальном масштабе приняла качественно новые формы в областях производства, распределения и потребления материальных и нематериальных благ. Прогресс в развитии инновационных технологий, массовых коммуникаций и коммуникационных сетей в период 1980-2010 гг., снижение стоимости транспортных услуг, ускорение финансовых и торговых взаимодействий на мировом уровне, появление «креативных индустрий», существенные политические трансформации, серьезные перемены в моделях распространения знания и, соответственно, перемены в системах образования по всему миру создают новый тип экономики, который в современном общественном сознании принято называть «экономикой знания», «креативной экономикой»¹.

В этой связи в первое десятилетие двадцать первого столетия требуется серьезное переосмысление постиндустриального этапа развития культуры и общества, начало становления которого относится ко второй половине XX века. Это необходимо для определения путей дальнейших перспектив развития в экономическом, социальном и культурном планах как для развитых, так и для развивающихся стран. Такая сложная задача может реализоваться на междисциплинарном уровне и требует привлечения различных теоретических и методологических подходов. Данное исследование предполагает изучение культуры постиндустриального

¹ Schultz T. The emerging Economic Science and Its Relation to High School Education// The High School in a New Era. 1958; Becker, G. S. Human Capital. N.Y.: Columbia University Press, 1964; Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States Princeton, NJ : Princeton University Press, 1962; Drucker P. The Age of Discontinuity. Guidelines to Our Changing Society. NY, 1969; Howkins. J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin Global, 2004. - 288 p; Machlup F. The Production and Distribution of Knowledge in the United States Princeton, NJ : Princeton University Press, 1962; Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005 - 421 с.; Лэндрн Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011 - 399 с.

общества через призму рассмотрения и анализа нового социокультурного образования - "креативного класса"² и его ценностей. Актуальность проблемы ценностей "креативного класса" в культуре постиндустриального общества обусловлена рядом причин.

Во - первых, возникает необходимость изучения культурных, социальных, познавательных процессов, стимулирующих креативный потенциал как отдельного индивида, так и сообществ, команд, групп, работающих над проектами, требующими новых подходов, инновационных идей. В последние десятилетия обществоведами, политиками, управленцами, урбанистами широко обсуждается тема "креативного класса", и это связано, прежде всего, с тем, что креативность стала все более востребованной в передовых секторах экономики. Человеческая креативность существует с давних времен, но именно в современный период она приобретает особую экономическую значимость в обществе, является целью и средством инновационного производства.

Во - вторых, обращение к данной теме обусловлено тем, что с расширением индустрии сервиса претерпели изменения структура общества и сама профессиональная деятельность. Изменились роль и функции человека на производстве, интеллектуальный и творческий труд вытесняет физический и монотонный труд индивидуума, непосредственно включенного в процесс производства, как это было в индустриальном обществе.

В постиндустриальном обществе начала двадцать первого века на первое место выходит производство услуг и знаний, обеспечить которые может лишь только высокообразованный и высококвалифицированный

² В теории Р. Флорида, основа "креативного класса" - это люди, занятые в научной и технической сферах, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке, индустрии развлечений, то есть те люди, результатом работы которых является новая идея, технология, продукт. Также причисляются те специалисты, которые обладают высоким уровнем независимого и нестандартного мышления, высоким уровнем образования - те люди, которые занимаются решением сложных задач (специалисты, работающие в сфере бизнеса, права, здравоохранения и т.д.)

специалист, мыслящий при этом не по шаблонам, неординарно, т.е. креативная личность. "Креативный класс", создавая инновационный продукт, принимает тем самым активное участие в системе производства, одновременно создавая новые стили жизни, формируя и распространяя новые жизненные установки, мировоззренческие ориентиры и ценности.

В - третьих, для более глубокого понимания специфики культуры постиндустриального общества необходимо обращение и к мировоззренческой опоре данной культуры, важной компонентой которой выступают ценности. Действительно, наряду с трансформациями в технологической, экономической, социальной сферах, начавшихся с середины прошлого столетия, происходят глубинные изменения в ценностных ориентациях общества и индивида. Переход к «обществу знания» задает новые параметры и стили жизни, что напрямую взаимосвязано со становлением новых ценностей.

Ценности являются центральным, можно сказать, высшим звеном в цепи культуры, результатом динамики социокультурной практики. Поэтому анализ ценностей «креативного класса» позволит прояснить системообразующие факторы жизнедеятельности современного общества и культуры, определить приоритеты политики развития постиндустриального общества, задать «идеальный тип» движения в обществе.

Степень разработанности проблемы исследования

На сегодняшний день как в зарубежной, так и в отечественной научной литературе существует множество работ, посвященных изучению изменения ценностей современного общества. Так, можно выделить ряд концепций и авторов, по-разному определяющих сущность общества конца XX века – начала XXI века и выявляющих определенные стороны и аспекты данной проблематики. Их можно разделить на следующие группы:

1. Исследования, касающиеся становления постиндустриального общества. В зарубежной научной литературе следует выделить следующих исследователей: А. Турена, Ж. Бодрийяра, Ю. Хабермаса, Э. Гидденса, Д. Бэлла, Дж. Бенигера, Й. Масуда, Ф. Махлупа, Т. Умесао, З. Бжезинского, А. Горца, Р. Дарендорфа, Г. Перкина, Р. Райха, У. Дизарда, Ф. Вебстера, А. Тоффлера, М. Маклюэна, Дж. Нейсбита, З. Баумана, М. Кастельса, Д. Брукса, Р.Флорида, Р. Инглхарта.

Среди отечественных исследователей выделим работы А. Н. Абдулова, М.Г. Абрамова, Р.Ф.Авдеева, А.В. Айламазяна, Е.Л. Вартановой, О.Н. Вершинской, С.А. Дятлова, В. Гнедовского, В. И. Глушкова, Т.В. Ершовой, М.В. Заковоротной, А.Ф. Зотова, Д.В. Иванова, В.Л. Иноземцева, В.З. Кагана, В. А. Красильщикова, В. К. Королева, А.Н. Кулькина, И.Н. Курносова, В.А. Кутырева, И.С. Мелюхина, Н.Н. Моисеева, И.А. Негодаева, И. Пригожина, И.А. Ракитова, А.И. Смирнова, А.П. Суханова, В.А. Уханова, Д.С. Чернавского, В.Г. Федотовой.

2. Исследования трансформации социокультурных структур.

В данном вопросе диссертантом были использованы достигнутые социально-философской мыслью подходы, которые рассматривали общетеоретические проблемы истории, культуры и общества, социокультурной ментальности. Это работы К. Маркса, М. Вебера, Т. Веблена, Э. Дюргейма, В. Зомбарта, Ю. Хабермаса, Э. Шмоллера, Л. Уайта, К. Поппера, М. Блока, Л. Февра, Л. Ладюри, Ж. Дюби, А. Я. Гуревича.

Также рассматривались работы Д. Белла, Ф. Вебстера, О. Гоулднера, П. Дракера, В. Иноземцева, М. Кастельса, Р. Райха, Г. Перкина, Э. Тоффлера, У. Уайта, В.Г. Федотовой. Особое внимание уделяется теории "креативного класса" Р. Флорида. В рамках отечественной науки рассмотрена концепция "класса интеллектуалов" В.Л. Иноземцева.

3. Исследования ценностных установок постиндустриального общества рассматривается таким исследователями, как Р. Флорида, Г. Хофстеде, Р. Инглхарт, Ч. Лэндри, М. Иссерман, М. Казин.

В качестве одной из центральных ценностей диссертант выделяет ценность «времени на самовыражение и креативность», что обусловило обращение к работам таких теоретиков, как Д. Белл, Р. Миллз, К. Брамсон и У. Крнхаузер, К. Райт, Р. Мертон, М. Маклюэн, М. Кастельс, Р. Линг, К. Монтгомери, П. Сорокин, Р. Мертон, Л. Г. Ионин, Л.А. Штомпель.

4. Исследования креативности, креативных индустрий, креативного пространства. Отдельная глава в исследовании посвящена теме креативности в социокультурном пространстве.

Проблема становления креативных индустрий получила развитие в рамках теории Франкфуртской школы социологии (Т. Адорно, М. Хоркхаймер³), а также в исследованиях Г. Беккера⁴, в концепции "культурного капитала" П. Бурдьё⁵, в работах А. Маккроби⁶, Е. В. Зеленцовой⁷. Диссертантом в данной связи проанализированы теории урбанизма начала и второй половины XX века в работах Р. Парка, Л. Вирта, Л. Мэмфорда, Д. Джейкобс. Изучены современные концепции американских⁸ и европейских⁹ урбанистов как модели построения постиндустриального

³ Adorno T., Horkheimer M. *Dialectic of Enlightenment*, London: Verso, 1979

⁴ Bourdieu, P. *The Field of Cultural Production*, Cambridge: Polity Press, 1993

⁵ Becker, H. *Art Worlds*, Berkeley and Los Angeles: Un. Of California Press, 1984

⁶ McRobbie, A. *British Fashion Design*, London: Routledge, 1998

⁷ Зеленцова Е., Гладких Н. *Творческие индустрии: теории и практики*. М.: Классика - XXI, 2010, 240 с.

⁸ Oldenburg R. *The Great Good Place: Cafes, Coffe, Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York: Marlowe & Company, 1999, 384 p.; Oldenburg R. *Celebrating the Third Place: Inspiring Stories about the "Great Good Places" at the Heart of Our Communities*. Da Capo Press, 2002, 336 p.; Ллойд Р., Кларк Т. Р. *Город как машина развлечений*// Вестник Удмурдского университета. Вып. 1, 2010, с. 33

⁹ Гейл Я. *Города для людей*. Изд. на русском языке - Концерн "КРОСТ", пер. англ. - М.: Альпина Паблшер, 2012. - 276 с.; Гейл Я., Гемзо Л. *Новые городские пространства*. М.: Альпина Паблшер, 2012. - 254 с.; Гейл Я., Гемзо Л. *Новые городские пространства*. М.: Альпина Паблшер, 2012. - 254 с.

общества. Особо выделены современная теория "креативного города" Ч. Лэндри¹⁰ и концепция "географии креативности" Р. Флорида¹¹.

Для более полного и объективного понимания трансформации социальной структуры и ценностей нового класса автором был рассмотрен ряд критических взглядов относительно теории "креативного класса" Р. Флорида. В этой связи диссертант опирается на работы американских (Д. Коткин, Д. Пек) и европейских ученых (С. Кратке, Х. Мартин - Брело, М. Гросетти, Д. Экерт, О. Грицай, З. Ковакс).

Объектом исследования является история формирования ценностей в культуре.

Предметом исследования выступает становление ценностей "креативного класса" в культуре постиндустриального общества, формирующихся во второй половине двадцатого – первой половине двадцать первого веков.

Целью исследования является теоретико – культурологический анализ ценностей "креативного класса".

Поставленная цель потребовала решения следующих задач:

- показать историко – культурный и теоретический контекст становления ценностей "креативного класса";
- проанализировать основные характеристики социальной жизнедеятельности "креативного класса" как основного носителя системы постматериалистических ценностей в культуре постиндустриального общества;
- проанализировать сформированные ценности в рамках пространства жизнедеятельности "креативного класса", показать их динамическое взаимодействие;

¹⁰ Лэндри Ч. Креативный город. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011 - 399 с.

¹¹ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005 - 421 с.

- представить сложившиеся в Европе и США подходы к развитию креативного социокультурного пространства – среде жизнедеятельности «креативного класса».

Теоретико-методологические основы исследования

Рассматривая ценности "креативного класса" в культуре постиндустриального общества, необходимо отметить всю сложность и многомерность предмета исследования. Потому представляется важным привлечение различных методов исследования, но особо стоит выделить три теоретико - методологических подхода:

- деятельностный анализ культуры;
- ценностный анализ культуры;
- «смешанный» (mixed) подход к анализу культуры, сочетающий качественный и количественный анализ.

Также автор диссертации опирается на междисциплинарный подход. Привлекаются источники из разных областей знания таких, как социология, философия, история культуры и искусства, культурология, экономика.

В данной работе мы основываемся на понимании культуры с точки зрения деятельностной концепции. Согласно данной концепции культура есть способ человеческой жизнедеятельности, целью которой является сохранение и развитие общественной целостности, ее структуры.

Важное место в контексте рассмотрения деятельностной концепции занимают работы представителей ростовской философско - культурологической школы (В.Е. Давидович, Ю.А. Жданов, Г.В. Драч, Е.Я. Режабек, О.М. Штомпель, А.Н. Ерыгин, В.К. Королев, Л. А. Штомпель).

При этом в рамках этой концепции признается, что культура должна развиваться через предоставление человеку возможностей саморазвития.

При анализе функционирования в обществе ценностной системы мы опираемся на "понимающую социологию" М. Вебера, сосредоточенную на

понимании целей и субъективно понимаемых смыслов человеческой деятельности¹², формируемых не извне, а внутри культуры. Подходу М. Вебера свойственна особая концентрация внимания на духовной микрокультуре и индивидуальном уровне - на ценностях и установках индивида. М. Вебер использовал объясняющий, интерпретирующий метод для объяснения социальных действий, считая, что необходимо основываться на понимании субъективных целей, смыслов, которые индивиды могут придавать своим действиям.

Также в трактовке ценностей мы опирались на отечественную философскую теорию ценности М.С. Кагана, в которой рассматривается как внутренняя, так и внешняя детерминация ценностного отношения. При изучении строения аксиосферы профессор Каган уделяет немалое значение тому, что происхождение ценностей и их функционирование в обществе всецело обусловлены социокультурной практикой.

В понимании динамики и смены ценностной парадигмы мы пытаемся сочетать «качественные» методы исследования культуры, представленные, например, у М. Вебера, с «количественными», и, таким образом, представляем «смешанный» подход, который, с нашей точки зрения, лучше подходит для объяснения и понимания переходных этапов в культуре. Именно поэтому мы также исходим из методологии компаративного изучения культур Г. Хофстеде и метода кросс - культурного анализа системы ценностей Р. Инглхарта. Данная методология основана на опросах, анкетировании и методах статистического анализа. Через «количественный» метод появляется возможность относительно точного измерения различных ценностных установок общества.

Междисциплинарный подход в диссертационном исследовании предполагает привлечение теории социологии и теории урбанизма. Так, при

¹² Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990. - 808 с.

рассмотрении социокультурной среды, стимулирующей свободу самовыражения и творчество, использовались подходы и работы урбанистов начала и середины XX века и современных теоретиков построения благоприятной городской среды (Л. Мэмфорд, Л. Вирт, Р. Парк, Я. Гейл, Л. Гемзо, К. Халинен, Ч. Лэндри, Р. Флорида, Р. Роджерс). Последние исследования, в первую очередь, посвящены исследованию взаимосвязи «города», «креативности» и «инноваций».

Научная новизна исследования

- Показано, что становление постматериалистических ценностей, присущих "креативному классу", происходило в тесном взаимодействии с формированием основ культуры постиндустриального общества. Зарождение такой системы ценностей можно проследить внутри механизмов "оповседневнивания" новых форм деятельности постиндустриального общества, внутри формирования новой пространственно-временной ментальности «креативного класса».

- Проанализированы постматериалистические ценности «креативного класса». В качестве фундаментальных ценностей автором выделены ценности: креативность, стремление к перманентному образованию и самообразованию, разнообразие в социокультурных порядках. Показано, что время, потраченное на творчество, самообразование и саморазвитие, предстает как основополагающий ресурс и одновременно ценность в деятельности субъекта культуры.

- Исследовано социокультурное пространство ряда современных городов, в которых «культивируются» постматериалистические ценности в деятельности нового субъекта культуры.

- Проанализирован объективно - ценностный подход к изучению ценностных установок общества в работах Г. Хофстеде, Р. Инглхарта, где предпринимается попытка количественного измерения нематериальных

ценностей. Методология компаративного изучения культур Г. Хофстеде и кросс - культурного анализа системы ценностей Р. Инглхарта, основанная на опросах, анкетировании и методе статистического анализа, закладывает основу новой парадигмы изучения культуры, где культура предстает как главный ресурс развития креативности общества. Показано, что такой подход должен быть дополнен качественными методами исследования культурных ценностей.

Положения, выносимые на защиту:

1. В контексте культуры постиндустриального общества, где важнейшим фактором производства и экономического роста и благополучия являются знания и креативная деятельность, формируется новый социальный класс - "креативный класс", являющийся системообразующей движущей силой экономической и культурной жизни общества. Данный класс формирует новые модели занятости, мотивации, виды деятельности и ценностные ориентиры. Деятельность данного "класса" опирается на такие культурные ресурсы, как интеллект, знание, креативность.

2. "Креативный класс" выступает главным транслятором и носителем постматериалистических ценностей. Существенным моментом является то, что "креативный класс" реализует эти ценности через и посредством своей профессиональной деятельности, в которой самосовершенствование; самореализация; самообразование; время, потраченное на творчество и самообразование; «применение» творческого потенциала стали возможными именно в ее рамках, в отличие от предшествующих этапов развития общества.

3. Ценности выступают как важный фактор, определяющий ход социально - культурного развития. Так, ценности "креативного класса" закладывают основу дальнейшего развития постиндустриального общества, инициируют появление новых способов жизнедеятельности "креативного

класса", способствуют формированию креативных пространств в современной городской культуре.

4. Культура постиндустриального общества характеризуется новым типом «не-линейной темпоральности»: меняется отношение ко времени, происходит его реструктуризация как на общественном уровне, так и на индивидуальном. Данные изменения инициированы широким вовлечением в повседневную жизнь и профессиональную деятельность средств массовой коммуникации: происходит, с одной стороны, компрессия пространства и времени, с другой стороны, появляются возможности «вернуть время», осуществлять его рефлексивный обзор на постоянной основе. Это даёт возможность более гибкого устройства повседневной деятельности и более качественной координации действий. Меняется специфика деятельности индивида, которая уже не может осуществляться по определенному алгоритму и шаблону. Повседневное упорядочивание этой деятельности идет по новым принципам организации времени: потребности его синхронизации, учета его виртуальных состояний, насыщения и персонализации.

5. Формирование и культивирование ценностей "креативного класса" происходит в определенном социокультурном пространстве городской среды, где основополагающим принципом является создание благоприятных для креативности социокультурных условий. Благоприятные условия городской среды предполагают воспитание и общественное взаимное признание таких ценностей, как толерантность, инновационные технологии, талант, разнообразие социокультурных порядков.

Теоретическая и практическая значимость работы

Разработанные теоретические положения связаны с процессами осмысления становления новых ценностных установок в современной культуре, а также с анализом трансформации социальной структуры. Так, можно продвинуться в изучении социокультурных вопросов, которые связаны с анализом роли и места человека в современном обществе. Результаты исследования могут быть использованы в культурологических, политических, экономических исследованиях и программах, при планировании социологических исследований, а также в преподавательской, педагогической, идеологической работе.

Полученные результаты можно использовать в преподавании общих и специальных курсов по культурологии, истории и теории культуры, истории философии, социологии. Они имеют значение для работников культуры, политиков, управленцев и преподавателей в области гуманитарных наук.

Степень достоверности и апробация результатов

Достоверность результатов исследования определяется изучением фундаментальных работ по тематике диссертации, опорой на методологию, основанную на применении качественных и количественных методов, статистического анализа.

Результаты исследований были апробированы на научно - практической конференции «Социально – политические, исторические и культурные аспекты модернизации России (XIX- нач. XXI) 19 октября 2012 года. Диссертация прошла обсуждение на кафедре исторической культурологии факультета философии и культурологии Южного федерального университета.

Основные положения диссертационной работы были также апробированы при чтении специального курса "Креативный класс:

социальная география, культурные тенденции" (Л. - 16 ч., пр. - 16 ч.), а также при чтении курса "Культура информационного общества" (Л. - 32 ч., пр. - 16 ч.) на факультете философии и культурологии ЮФУ.

По теме диссертации было опубликовано семь статей (общим объемом 3 п.л.), три из которых входят в перечень журналов, рекомендованных ВАК.

Структура и объем диссертации

Структура работы соответствует целям и задачам исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих 16 параграфов, заключения и списка литературы, включающего в себя 164 источника, из них 77 на английском языке. Общий объем диссертационной работы составляет 155 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень её разработанности, определяются объект и предмет исследования, формулируются его цель и задачи, определяется научная новизна и практическая значимость работы, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе "Теоретико - методологические основы исследования ценностей "креативного класса" показан культурно - исторический контекст становления основ культуры постиндустриального общества. Проанализированы методологические и теоретические предпосылки формирования теории "креативного класса" Р. Флорида, в качестве которых были представлены "понимающая социология" М. Вебера, методология школы "Анналов", теория "праздного класса" Т. Веблена. Проведен анализ работ, посвященных становлению нового социального порядка с приходом постиндустриального общества, сделан акцент на

теорию "креативного класса" Р. Флорида. Для более объективного анализа деятельности "креативного класса" был дан критический анализ данной теории.

В первом параграфе "Постиндустриальное общество»: основные характеристики развития" рассмотрены теории и концепции, рассматривающие становление постиндустриального общества.

Концепция постиндустриального общества построена на основе теории индустриального общества. Движущей силой постиндустриального общества, в отличие от индустриального общества, является производство услуг, а приоритетными целями в обществе такого типа являются развитие науки и образования, стимулирование новаций и исследований¹³.

Во втором параграфе "Влияние ценностей на содержание культуры" анализируется методологический подход Макса Вебера к проблеме ценностей в культуре. Макс Вебер показывает, каким образом происходило постепенное формирование нового мировоззрения через функционирование идей, становление новых ценностей, оповседневнивание новых форм деятельности¹⁴. Показано, как М. Вебер прослеживает связь между экономическими условиями, религиозными убеждениями и социальными факторами, отмечая, что ценности человека имеют приоритетное влияние на экономическое и социальное развитие общества. Формирование нового мировоззрения, или новой ментальности, происходит через оповседневнивание новых форм деятельности, данный процесс носит длительный характер.

Во третьем параграфе "Ценность как «верхушка айсберга» ментальности" анализируются идеи представителей школы "Анналов" (М. Блок, Л. Февр, Ф. Бродель, Ж. Дюби, Ж. Ле Гофф, Л. Ле Руа Ладюри)¹⁵. В

¹³ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М.: "Аспект Пресс", 2003 - 351 с.

¹⁴ Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990.- 808 с.

¹⁵ Блок М. Апология истории, или ремесло историка - М. Наука, 1973. 232 с.; Февр Л. Бои за историю. М.: изд-во Наука, 1991, 632 с.; Бродель Ф. Структуры повседневности: возможное и невозможное

данном параграфе представлено исследование ментальности как способа видения мира, который меняется очень медленно, и такое изменение носит подсознательный и часто нерелексивный характер. Ценности заложены в ментальность культуры: они рождаются в "ткани" культуры с изменением ментальности. Таким образом, автор рассматривает ценность как некую кульминацию ментальности, как "верхушку" изменений, происходящих в рамках культуры.

Четвертый параграф "Методологическая предпосылка становления теории "креативного класса": "праздничный класс" Т. Веблена посвящен рассмотрению и анализу теории "праздного класса" Т. Веблена¹⁶. Под праздным классом понимаются верхние слои общества, не занятые в экономической жизни (производстве) общества - эта черта и выступает как выражение их высокого положения.

Т. Веблен рассматривает экономические процессы через призму нематериальных факторов, а именно через становление ценностей праздного класса. Показано, как происходило постепенное становление этих ценностей через специфику отношения к производственному труду. Пренебрегая участием в производственном труде, праздный класс направляет свою деятельность на развитие таких сфер культуры, как образование, управление, спорт, развлечения - сферы, которые будут составлять основу индустрии сервиса в постиндустриальном обществе. Теория "праздного класса" рассматривается как методологическая предпосылка теории "креативного класса", так как Р. Флорида, как и Т. Веблен, вводит категорию "класса" в описании социокультурной действительности.

(Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV–XVIII вв.) / Пер. с фр. М.: Прогресс, 1986; Бродель Ф. Структуры повседневности: возможное и невозможное (Материальная Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV–XVIII вв.) / Пер. с фр. М.: Прогресс, 1986; Дюби Ж. Европа в средние века. Смоленск: Полиграмма, 1994; Ле Руа Ладюри Э. История климата с 1000 года / Пер. с фр. Л. 1971; Ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада: Пер. с фр. / Общ. ред. Ю.Л. Бессмертного; Послесл. А. Я. Гуревича. — М.: Издательская группа Прогресс, Прогресс-Академия, 1992. — 376 с.

¹⁶ Веблен Т. Теория праздного класса. Изд.: Либроком, 2011, 368 с.

В пятом параграфе "Новый класс как движущая сила постиндустриального общества" автор синтезирует и анализирует теории конца XX века, в рамках которых в контексте рассмотрения культуры постиндустриального общества выделяется новый социальный класс (Г. Перкин, Р. Райх, Д. Белл, П. Дракер, Ф. Вебстер). Общим моментом в данных теориях является признание факта, что движущей силой современной экономической и культурной жизни в обществе является сообщество профессионалов, заинтересованных в реализации творческого потенциала, в получении инновационного результата, часто в рамках проектной и непостоянной деятельности.

В качестве одной из предпосылок социальных трансформаций автором выделяется технологический прорыв как фактор, способствующий интеллектуальному развитию человека и позволяющий расширить возможности человеческой деятельности, сменить ее характер.

В шестом параграфе "Теория "креативного класса" рассматривается и анализируется теория, предложенная американским экономистом, социологом, культурологом Ричардом Флорида¹⁷, которая определяет постиндустриальное общество через признание креативности как движущей силы развития. Р.Флорида выделяет новый экономический "класс" в культуре постиндустриального общества. Идентичность нового "класса" основана на его экономической функции, при этом его собственность есть знания, умения, креативность. Высшая степень деятельности данного "класса" – создание качественно новых форм и моделей для широкого распространения и использования.

Автором прослеживается преемственность научной позиции Ричарда Флорида со взглядами Макса Вебера. Установлено, что и в теории М. Вебера, и в работах Р. Флорида отправным пунктом в развитии общества и его

¹⁷ Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2005 - 421 с.

структуры является формирование определённых ценностей. Носители новых ценностей (субъекты общества) распространяют эти ценности, увеличивая своё влияние на общественно - культурный и экономический процессы.

Также показана связь между теорией "креативного класса" и теорией "праздного класса" Т. Веблена, проанализировано общее и различное в ценностных установках креативного и праздного "классов", и в этом контексте можно говорить о трансляции "креативным классом" ценностей праздного. Но, вместе с тем, с приходом постиндустриального общества происходит изменение в понимании целей, ориентиров индивида и способов деятельности. Потому "креативный класс" определяется диссертантом как совершенно новое образование, процесс формирования которого напрямую связан со становлением постиндустриального общества.

В седьмом параграфе "Критика теории Р. Флорида" делается аналитический обзор критических взглядов по отношению к теории "креативного класса". Рассматривается критика американских (Д. Коткин, Д. Пек) и европейских ученых (С. Кратке, Х. Мартин - Брело, М. Гросетти, Денис Экерт и др.). При этом диссертант приходит к выводу о том, что данные исследования в большей степени помогли уточнить и изучить современные тенденции, углубив анализ и конкретизируя выводы Р. Флорида, нежели явились работами, которые серьезно ставят под вопрос его теорию. Также данные исследования использованы с целью показать, что различия в тенденциях развития "креативного класса" в Европе и США дают новые эмпирические данные и расширяют поле исследования "креативного класса" и перспектив развития городов.

Во второй главе "Ценности "креативного класса" выявляются и анализируются ценности, культивируемые "креативным классом".

Представлена философская теория ценностей М.С. Кагана¹⁸, в которой представлена как внутренняя, так и внешняя детерминация ценностного отношения. М.С. Каган утверждает, что происхождение ценностей и их функционирование в обществе всецело обусловлены социокультурной практикой. Только в процессе социокультурной практики возможно ценностное осмысление. В современной культуре деятельность "креативного класса" является системообразующим звеном для возникновения новых ценностей.

В первом параграфе "Ценности «креативного класса»" отмечается, что появление нового класса и изменение ценностей в культуре имеют двустороннюю связь: с одной стороны, новые ценности стимулируют изменения в жизненной ориентации общества и, как следствие, оказывают существенное влияние на поведение и образ деятельности индивида, с другой стороны, новый класс культивирует эти ценности и является своеобразным катализатором в процессе своей повседневной деятельности. Автором выделяются такие ценности "креативного класса", как креативность, постоянное образование, самообразование, разнообразие в социокультурных порядках, а также ценность времени для саморазвития.

В параграфе 2.1.1 "Креативность" автор различает понятия "креативности" и "творчества": креативность является вторичной по отношению к творчеству - она носит более инструментальный, практический характер и ориентирована на успешный результат и коммерческий успех. Делается обзор теоретических подходов и методов исследования креативности и попыток ее измерения¹⁹. В рамках данных исследований дается более

¹⁸ Каган М. Философская теория ценности. - Санкт - Петербург, ТОО ТК "Петрополис". - с. 205

¹⁹ Csikszentmihalyi, M. Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention. New York: Harper Collins, 1996; Feist, G. J. The influence of personality on artistic and scientific creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), Handbook of creativity (pp. 273–296). Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1999; Root-Bernstein, R., & Root-Bernstein, M. (1999). Sparks of genius: The thirteen thinking tools of the world's most creative people. Boston: Houghton-Mifflin; Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects

широкое определение креативности как особенности человеческого интеллекта в целом, тесно связанной с жизненным опытом²⁰. Данные исследования базируются на идее о том, что креативность есть сила, ведущая общество по пути развития.

В параграфе 2.1.2 "Время на самовыражение и креативность" исследуется специфика отношения ко времени в культуре постиндустриального общества. Раскрывается связь между использованием средств массовой коммуникации (на примере интернета и мобильной связи) и трансформацией социального и индивидуального времени. Рассматривается уровень повседневной жизни.

В параграфе 2.1.3 "Образование как оповседневнивание" рассматривается различие теорий "человеческого капитала"²¹, "креативного класса"²², концепции "образованного класса"²³, в которых отмечается особая роль знания как главного ресурса развития постиндустриального общества. Главным источником знаний и выработки "механизмов" получения знания является образование. Оно становится ценностью с точки зрения экономической эффективности и культурного развития как на уровне государства, так и на уровне индивида. Потому актуализируется непрерывное повышение уровня образования. Постоянное образование и самообразование рассматриваются автором как оповседневнивание в культуре постиндустриального общества.

and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 3–15). Cambridge, UK: Cambridge University Press; Plucker, J. A., & Renzulli, J. S. Psychometric approaches to the study of human creativity. In R.J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 35–61). Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1999; Gardner, H. *Creating minds: An anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham and Gandhi*. New York: Basic Books, 1993; Dewey, J. *Art as experience*. New York: Berkeley Publishing Group, 1934; Runco, M. A., & Sakamoto, S. O. *Experimental studies of creativity*. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 62–92). Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1999

²⁰ Boden, M. *Creativity and artificial intelligence*. Artificial Intelligence, 1998

²¹ Schultz, T. *Investment in Human Capital*. N.Y., 1971; Becker, Gary S. *Human Capital*. N.Y.: Columbia University Press, 1964

²² Флорида Р. *Креативный класс: люди, которые меняют будущее*. М.: Классика-XXI, 2005 - 421 с.

²³ Брукс Д. *Бобо в раю. Откуда берется новая элита*. ООО "АдМаргинем Пресс", 2013

В параграфе 2.1.4 "Разнообразии в социокультурных порядках" анализируется ценность разнообразной социокультурной среды в жизнедеятельности "креативного класса". В теории Р.Флорида рассматривается прямая корреляция между уровнем технологического развития регионов и степенью разнообразия, основанного на толерантности общества по отношению к представителям иных этнических, расовых и национальных групп, к сексуальным меньшинствам, а также на степени представленности в обществе богемы - людей, которые способствуют процветанию художественной сферы культуры.

Во втором параграфе "Проблема измерения ценностей постиндустриального общества: объективно - ценностный подход" представлена научно - исследовательская попытка определения сдвига в ценностных установках, количественного измерения нематериальных факторов в культуре постиндустриального общества. Автором выделяются две модели, которые пытаются быть объективными при анализе общества и культуры через различные статистические данные и показатели: методология компаративного изучения культур Г. Хофстеде и кросс - культурного анализа системы ценностей Р. Инглхарта.

Рассмотрена теория постматериализма Р. Инглхарта, в которой показывается, как коррелируют социально-экономическое развитие и общественные ценности²⁴. Новые ценности, согласно Инглхарту, носят нематериалистический характер. Определенный уровень материального благополучия, обеспеченного экономическим развитием, может стать фактором возникновения постматериалистических ценностей - ценностей свободы, самовыражения, самоактуализации.

²⁴ Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. - 464 с.

Также устанавливается связь между теорией постматериалистических ценностей Р. Инглхарта и теорией "креативного класса" Р. Флорида. Автор полагает, что "креативный класс" является не только носителем постматериалистических ценностей, но и "классом", который их формирует, создавая новые стили, формы, принципы творческой профессиональной деятельности.

Третья глава "Креативность в социокультурном контексте" посвящена рассмотрению среды, в которой происходят социокультурные изменения, становление "креативного" класса, процессы, стимулирующие креативность и экономический рост. В качестве такой среды автор рассматривает город как место, которое помогает создать и реализовать в полной мере креативную идентичность. В постиндустриальном обществе города становятся своеобразными не-линейными пространствами, стягивающими разнообразные экономические и культурные ресурсы. Некоторые города, выделенные в работах Р. Флорида, становятся более самостоятельными по отношению к государствам и конкурентоспособными движущими силами современности. Лидерами в инновационных индустриях и сфере создания высокотехнологических проектов становятся города с наибольшей концентрацией "креативного класса".

В первом параграфе "Социокультурное пространство "креативного класса" представлена история интеллектуальной теории, занимающейся исследованием города как социокультурного явления, с целью показать, каким образом формировалась идея о том, что город – это место для креативности и инноваций в виду культурного разнообразия. Рассматриваются исследования, которые затрагивали тему города как средоточения творческих, эксцентричных личностей, начиная с исследований начала XX века -

Чикагской социологической школы²⁵, теории Льюиса Мэфморда, концепции Джейн Джейкобс. Данные теоретики сходятся на мнении о том, что разнообразие, порождённое городской средой, служит необходимым условием для развития креативной деятельности и стимулом для новых идей. Процесс развития города – это часть процесса развития цивилизации, потому актуализируется развитие теории урбанизма в контексте изучения вопросов экономического и культурного развития.

Во втором параграфе "Условия развития креативного социокультурного пространства: опыт Америки" проводится анализ концепций современных американских исследователей (Р. Флорида, Р. Ольденбург, Р. Ллойд, Т. Кларк), посвященных проблеме формирования и развития социокультурного пространства, в котором концентрируется деятельность "креативного класса", направленная на развитие индустрии сервиса. Представлена "теория креативного капитала" Р. Флорида, которая сводится к следующему положению: творческие люди как владельцы креативного капитала при выборе места жительства руководствуются такими критериями, как разнообразие, терпимость и открытость новым идеям. Рассмотрена взаимосвязь технологии, таланта и толерантности как трех составляющих регионального экономического успеха (Р. Флорида).

Р. Флорида вводит такой термин, как "география креативности" - это новая география, выстраивающаяся с опорой на две тенденции. С одной стороны, география креативности является классовой по своему содержанию, поскольку выстраивается по классовым признакам - имеется в виду расселение различных классов по определённым районам. С другой стороны, показательным выступает лидерство креативных центров в экономическом

²⁵ Park R.E., Burgess E., McKenzie R. (1925, 1986.) *The City*. The University of Chicago Press, 1992, 142 p.; Wirt L. *Urbanism as Way of Life*. // *The American Journal of Sociology*, Vol. 44, No. 1 (Jul. 1938), p. 1-24.

смысле. В этих центрах наблюдается максимальная концентрация "креативного класса".

В третьем параграфе "Как построить креативное пространство: европейский опыт" представлен ряд концепций современных европейских урбанистов. Показана специфика европейского взгляда (Ч. Лэндри, К. Халлнен, Л. Гемзо, Я. Гейл, Р. Роджерс) на проблему формирования креативного пространства как фактора экономического развития. В отличие от американского взгляда, концентрирующегося на привлечении "креативного класса" в города и на различные количественные показатели, европейский подход делает акцент на внутренние ресурсы городов и потребности их жителей в конструировании новых форм общественного пространства.

В концепции "креативного города" Ч. Лэндри центральным понятием выступает "культура". Он видит тесную связь между культурной эволюцией и формированием города, креативностью и развитием культуры. Традиция и культурное наследие выступают как значимые ресурсы, которые дают механизмы для развития креативности. Культура должна быть основой для развития города и его планирования, так как представляет собой отличительный знак любого места. Таким образом, культура и ее ресурсы - это базовый, исходный материал города, а креативность - способ эти ресурсы возобновлять и приращивать.

В Заключении суммируются и обобщаются основные выводы и результаты, полученные в ходе диссертационного исследования.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

Статьи из перечня журналов ВАК

1. Петровская О.В. "Цифровое поколение": условия самореализации в современной культуре// Известия Волгоградского государственного технического университета. Изд.: Волгоградский государственный технический университет. Том 13, № 9 - 2013 - с. 102 – 104 - 0,4 п.л.

2. Петровская О.В. Современные средства массовой коммуникации как фактор реализации личной свободы// Научная мысль Кавказа - 2013. - № 1 (73) - с. 38 – 43.- 0,5 п.л.

3. Петровская О.В. Социокультурные ресурсы современного города в концепциях Р. Флорида и Ч. Лэндри// Научная мысль Кавказа - 2013. - № 2 (74) - с. 66 – 71. - 0,5 п.л.

Научные статьи, доклады, тезисы

4. Петровская О.В. Рассмотрение понятия «свободы» в историко – философском контексте// Труды аспирантов и соискателей Южного федерального университета, Том 17, 2012 - с. 268 – 271. - 0,2 п.л.

5. Петровская О.В. Теории возникновения нового класса или новые пути модернизации // Вестник РМИОН. Проекты российской модернизации. – Ростов н /Д: Изд-во Южного Федерального Университета, 2012 - с. 164 – 173. - 0,4 п.л.

6. Петровская О.В. Ценности креативного класса// Сборник докладов научно - практической конференции "Социально – политические, исторические и культурные аспекты модернизации России (XIX- нач. XXI)". Ростов н /Д: Изд-во Южного Федерального Университета, 2013, с. 86 - 98. - 0,5 п.л.

7. Заковоротная М.В., Петровская О.В. Зачем России информационное общество? // Вестник РМИОН. Проекты российской модернизации. Изд-во ЮФУ. 2013. 0, 5 п.л.

Сдано в набор 25.11.2013. Подписано в печать 25.11.2013.

Формат 60x84 1/16. Цифровая печать. Усл. печ. л. 1,2.

Бумага офсетная.

Тираж 100 экз. Заказ 2511/01.

Отпечатано в ЗАО «Центр универсальной полиграфии»

340006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 140,

телефон 8-918-570-30-30

www.coryb1.ru

e-mail: info@coryb1.ru