

Сургуладзе Вахтанг Шотович*, кандидат философских наук, ведущий эксперт Аналитической группы "С.Т.К."

Концепция креативного класса Ричарда Флориды¹

Конкурентные преимущества получают те люди, которые не просто обладают набором интересных и важных знаний, а обладают тем, что сегодня называют soft skills – и креативным, и плановым, и другими видами мышления.

В. В. Путин²

Ричард Флорида – известный американский экономист, урбанист и социолог, автор теории креативного класса. Первое издание самой известной его книги – "Креативный класс" – вышло в свет в 2002 г., однако она уже стала классикой и своеобразной библией креативного класса, его "Коммунистическим манифестом". В России на данный момент вышло три тиража этого труда, а также были опубликованы книги "Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства"³ и "Большая перезагрузка. Как кризис изменит наш образ жизни и рынок труда"⁴. В новое издание его главной работы вошли пять новых глав, а основной её текст был серьёзно пересмотрен и переработан.

Р. Флорида рассматривает творчество как важнейший экономический фактор, благодаря которому возникает новый социальный креативный класс⁵. Его монография содержит много интересных сведений о закономерностях психологии талантливых людей и раскрытия творческого потенциала.

По мнению автора, креативный класс включает в себя технических специалистов, представителей науки, культуры, искусства, СМИ, самых

* bafing@mail.ru

¹ Рецензия на книгу: *Флорида Р.* Креативный класс : Люди, которые создают будущее / Ричард Флорида ; пер. с англ. Н. Яцюк ; [науч. ред. Р. Хусаинов]. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. 384 с.

² *Путин В.В.* Выступление на сессии "Молодёжь–2030. Образ будущего", прошедшей в рамках XIX Всемирного фестиваля молодёжи и студентов 21 октября 2017 г. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/55890> (дата обращения: 16.09.2018).

³ *Флорида Р.* Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства / [Пер. с англ. Е. Лобкова]. М.: Strelka Press, 2014. 366 с.

⁴ *Флорида Р.* Большая перезагрузка: как кризис изменит наш образ жизни и рынок труда / Пер. с англ. М. Неклюдовой. М.: Классика-XXI, 2012. 237 с. См. также: *Florida R.* The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent. N.Y.: Harper Business, 2005. 320 p.; *Florida R., Kenney M.* The Breakthrough Illusion: Corporate America's Failure to Move From Innovation to Mass Production. N.Y.: Basic Books, 1992. 272 p.

⁵ См.: *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 9, 41–45, 58–63 и др.

разных работников интеллектуального труда⁶. По данным, приводимым Р. Флоридой, треть трудовых ресурсов в США относится к этому классу⁷ и от трети до половины – в развитых странах⁸. В Соединённых Штатах обслуживающий класс самый многочисленный (46 %) ⁹, однако именно креативный класс доминирует по уровню благосостояния и дохода, так как его представители в среднем зарабатывают в 2 раза больше, чем представители других классов¹⁰.

Параллельно с процессом упрочения финансового положения этих людей наблюдается упадок института традиционной семьи и увеличивается число низкооплачиваемых рабочих мест сферы обслуживания¹¹. Именно в росте социального неравенства между представителями этих двух классов видит американский исследователь основную причину социально-экономического дисбаланса в США и других странах мира¹².

Уверенность Р. Флориды в экономическом потенциале творческих способностей заставляет вспомнить об утопических концептуальных положениях марксизма, связанных с убеждённостью в возникновении новой творческой личности рабочего, не ощущающего отчуждения своего труда капиталистом¹³.

Для автора "Креативного класса" творчество личности – основа социально-экономического благополучия общества информационной эпохи¹⁴. Но важно отметить, что "креативные" целевые установки, рассматриваемые им в качестве фундамента формирования нового социально-экономического порядка и новой классовой структуры, элементарно не вписываются в пирамиду потребностей А. Маслоу¹⁵: творческое начало в той или иной степени присуще всем, однако спрос на него весьма ограничен, равно как и возможности его развивать и пестовать в условиях социально-экономической нестабильности и низкого уровня благосостояния.

Сам Р. Флорида характеризует себя как оптимиста¹⁶. Однако его оптимистические ожидания уже сегодня не соответствуют действительности, так как постиндустриальное креативное мировоззрение и идентичность сталкиваются с реалиями современной жизни в конкретных странах, вроде Египта или Туниса, где среди большей части населения господствуют традиционные представления и ценностные установки¹⁷.

⁶ См.: *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 9, 33 и др.

⁷ Там же. С. 9, 21, 32–33.

⁸ Там же. С. 10.

⁹ Там же. С. 33, 214.

¹⁰ Там же. С. 63, 66.

¹¹ Там же. С. 65.

¹² Там же. С. 66.

¹³ *Маркс К.* Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1: Процесс производства капитала // *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения: в 50 т. / 2-е изд. Т. 23. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1960. 908 с.

¹⁴ *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 18, 126–127, 353–368 и др.

¹⁵ См.: *Маслоу А.Г.* Мотивация и личность / [Пер. с англ. Т. Гутман, Н. Мухина]; 3-е изд. М.: Питер, 2011. 351 с.; *Сургуладзе В.Ш.* Идеология в иерархии потребностей человека // *Обозреватель-Observer.* 2015. № 10 (309). С. 52–63; *Он же.* Место идеологии в системе мотивации личности // *Свободная мысль.* 2016. № 1 (1655). С. 123–136.

¹⁶ *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 17.

¹⁷ См., напр.: *Клинтон Х.Р.* Тяжёлые времена: автобиография / [Пер. с англ. К.А. Мовчан]. М.: Эксмо, 2016. 732 с.; *Наср В.* Необязательная страна / [Пер. с англ. В. Верченко].

Американский учёный не касается политической плоскости существования креативного класса, но политические риски и последствия роста его влияния вполне определены, и на их основании можно сделать следующие выводы: 1) креативный класс – успешные участники креативной экономики, оторвавшиеся от реалий жизни менее состоятельного большинства общества и претендующие на идеологически близкую им политическую повестку; 2) они требуют новых прав, но не берут в расчёт интересы менее успешной части общества; 3) за счёт высокого уровня образования и своей социальной активности представители креативного класса могут угрожать политической стабильности там, где власти ориентированы на ценностные установки и нужды более традиционных, "некреативных" и менее политически активных и рассеянных на большей территории (в отличие от концентрирующегося в крупных городах креативного класса) слоёв населения.

Р. Флорида считает, что основанием коллективной идентичности представителей креативного класса выступает достаточно широко трактуемое творческое начало¹⁸. Однако трудно согласиться с ним в том, что сегодня креативность гарантирует стабильную занятость¹⁹, так как дизайнеров, программистов и интеллектуальных работников становится всё больше. Относя к креативному классу *востребованных* людей с высшим образованием, автор игнорирует многочисленных безработных с дипломами, а также людей с высшим креативным (в его понимании) образованием, которые трудятся не по специальности и не в креативных секторах экономики. При этом некоторые виды профессиональной деятельности, которые он относит к креативным, не требуют высшего образования²⁰, в связи с чем возникает вопрос об адекватности предложенной Р. Флоридой методологии отбора креативных профессий, так как в приводимой им схеме более-менее жёсткие рамки данного понятия отсутствуют, а искусственно "креатизировать" можно что угодно.

Книга Р. Флориды изобилует благостными пассажами о том, что талант и креативность – залог успеха в обществе информационной эпохи²¹. При этом он ссылается на Р. Инглхарта, описавшего переход современных развитых обществ к "постматериалистической политике"²². Однако Р. Флорида предпочёл не акцентировать внимание на том факте, что в фундаментальных исследованиях Р. Инглхарта отмечаются *обратимость* процесса развития эмансипационной демократии постиндустриального общества с доминирующими в нём *ценностями самовыражения*, возможность

М.: АСТ, 2015. 447 с.; *Сургуладзе В.Ш.* Стратегические тупики ближневосточного направления внешней политики США и отрицательный баланс "мягкой силы" Америки в регионе // *Международная жизнь*. 2017. № 10. С. 145–152.

¹⁸ *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 21, 39.

¹⁹ Там же. С. 10.

²⁰ См., напр.: Там же. С. 82–83.

²¹ Там же. С. 15.

²² Там же. С. 16, 75–78. См. также: *Инглхарт Р., Вельцель К.* Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития / [Пер. с англ. М. Коробочкин]. М.: Новое изд-во, 2011. 462 с.; *Сургуладзе В.Ш.* Запад и "другие": социально-экономическая база формирования ценностной и культурно-политической идентичности (к вопросу об эмансипационной теории демократии Р. Инглхарта и К. Вельцеля) // *Власть*. 2017. № 3. С. 132–136.

вынужденного возвращения к традиционным *ценностям выживания*, которые свойственны менее благополучным в социально-экономическом отношении обществам.

Бросается в глаза, что в работе Р. Флориды отсутствует объективная комплексная оценка уровня развития креативной экономики с точки зрения производительных сил не в рамках США и других стран с развитым третичным сектором экономики, но в контексте глобального общемирового развития. Это значит, что его обобщающие выводы, верные для развитых стран, не обоснованы в отношении мира в целом.

Интересны предлагаемые американским исследователем индексы креативности. Три "Т" (технологии, талант и толерантность)²³, по его мнению, образуют сводный индекс креативности²⁴ – комплексный показатель регионального экономического потенциала, составленный на основе ряда других индексов: 1) гей-индекса (показывает связь между демографией расселения гомосексуалистов и индустрией высоких технологий)²⁵; 2) индекса богемности (показатель плотности населённости региона художниками, писателями и музыкантами)²⁶; 3) индекса таланта²⁷ (учитывает развитие технологий, включая количество патентов на изобретения на душу населения²⁸, а также данные о числе занятых в творческих профессиях и традиционные критерии оценки человеческого капитала, в частности количество лиц с высшим образованием); 4) индекса толерантности²⁹ (учитывает демографическое разнообразие); 5) индекса иммигрантов и 6) индекса интеграции³⁰ (оценивают степень расовой интеграции в противовес разделению общин на отдельные группы). Р. Флорида приводит в книге пример глобального индекса технологий³¹ и глобального индекса таланта³².

В новом издании своей монографии Р. Флорида посвятил отдельную главу глобальному распределению креативного класса³³, в которой отмечается рост популярности использования индекса креативности в разных

²³ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 35, 195, 219–252, 290, особенно с. 223–227.

²⁴ Там же. С. 242–244.

²⁵ Там же. С. 227–230. См. также: *Gates G.T., Ost J. The Gay and Lesbians Atlas* (Urban Institute Press). Rowman and Littlefield Publishers, 2004. 242 p.; *Black D., Gates G., Sanders S., Taylor L. Demographics of the Gay and Lesbian Population in the United States: Evidence from Available Systematic Date Sources* // Center for Policy Research. 1999. Paper 155. URL: <https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1167&context=cpr> (дата обращения: 16.09.2018).

²⁶ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 22, 230–232.

²⁷ Там же. С. 223.

²⁸ Там же. С. 220.

²⁹ Там же. С. 235–238.

³⁰ Там же. С. 236.

³¹ Первые места в нём занимают Финляндия и Япония. Россия находится на 28-м месте, Китай (вместе с Латвией и Болгарией) – на 37-м, Бразилия – на 48-м, Индия (уступая Сербии и Хорватии) – на 49-м месте. См.: Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 258–259.

³² США по этому показателю заняли 8-е место, Финляндия и Швеция оказались на первых местах, Сингапур – на 3-м, Дания – на 4-м, Новая Зеландия – на 5-м, Норвегия – на 6-м, Австралия – на 7-м, Канада – на 17-м месте. См.: Из стран группы БРИКС Россия заняла 13-е место, Бразилия – 66-е, Индия – 75-е, Китай – 76-е место. См.: Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 259.

³³ Там же. С. 253–265.

государствах и даже компаниях. Методология применения указанных индексов спорна, однако открывает широкие перспективы для сравнительных межстрановых исследований и составления глобальных индексов по разным направлениям социально-экономического развития общества в постиндустриальную эпоху.

Основная идея автора – констатация торжества креативного класса в постиндустриальном обществе. Однако в действительности данный вывод можно рассматривать как промежуточный, главным же итогом работы Р. Флориды, который сам автор не акцентирует, можно считать выявление роста доли беднеющих слоёв населения при параллельном увеличении числа представителей креативного класса.

Американский учёный признаёт, что "зарождающаяся креативная экономика – динамичная и неустойчивая система"³⁴. Однако, констатируя тревожные тенденции, он, как это принято среди авторов либерального толка, апеллирует к тезису Й. Шумпетера о созидательном разрушении³⁵. Р. Флорида признаёт комплекс социальных проблем третичной экономики: усугубление социального неравенства, усиление географической изоляции креативного класса от остального общества³⁶, фиксирует тот факт, что социально-экономические риски, которые раньше несли компании, теперь легли на плечи сотрудников³⁷, вынужденных переносить все тяготы гипермобильности рабочей силы³⁸. Автор констатирует рост в США количества фрилансеров за прошедшее с первого издания его работы десятилетие³⁹ и отмечает распад общественного договора, сложившегося в предшествующие десятилетия⁴⁰.

Самым наглядным свидетельством происходящего процесса исчезновения среднего класса в США и поляризации общества служат данные о годовых доходах деловой элиты Америки. Так, 1 % американцев получает четверть годового дохода и контролирует 40 % богатств всей страны. Между тем в 1990-е гг. эти показатели соответствовали 12 и 33 %⁴¹. Эти

³⁴ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 23. О креативной экономике см. также: Хокинс Дж. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги / [Пер. с англ. И. Щербаковой]. М.: Финансовая корпорация "Открытие: Классика-XXI", 2011. 253 с.

³⁵ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 40. См. также: Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007. 864 с.

³⁶ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 35. О других констатируемых автором проблемах современной экономики см.: Там же. С. 41.

³⁷ Там же. С. 100.

³⁸ Там же. С. 98–100. Ср.: Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс / [Пер. с англ. Н. Усовой]. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 326 с.; Сургуладзе В.Ш. Прекариат – новый революционный класс информационной эпохи: глобальная трансформация рынка труда и её социально-экономические и политические последствия // Проблемы национальной стратегии. 2018. № 4 (49). С. 210–227.

³⁹ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 101–104. О тенденциях трансформации рынка труда см. также: Reich R. The Work of Nations. N.Y.: Vintage Press, 1992. 340 p.; Reich R.B. Supercapitalism: the transformation of business, democracy, and everyday life. N.Y.: Knopf, 2007. IX + 251 p.; Пинк Д. Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки / [Пер. с англ. А. Кириченко, Н. Киричуков]. М.: Секрет фирмы, 2005. 327 с.

⁴⁰ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 106–109.

⁴¹ Там же. С. 327. См. также: Стиглиц Дж.Ю. Цена неравенства: Чем расслоение общества грозит нашему будущему / [Пер. с англ. Е. Рождественская]. М.: Эксмо, 2015.

факты позволяют Р. Флориде предсказывать рост социального неравенства, а значит, и беспорядков в крупных городах⁴².

Много внимания автор уделил территориальному распределению классов⁴³, феномену джентрификации⁴⁴, росту социального неравенства, не только в части уровня доходов, но и в связи с неравномерным территориальным распределением классов по городским агломерациям Соединённых Штатов⁴⁵, проблемам размывания социального капитала⁴⁶, ослаблению социальных связей⁴⁷. В частности, он отмечает, что городские агломерации США, занимающие самые высокие места по индексу креативности, отличаются и самым высоким уровнем неравенства. Более того, список городских агломераций страны с самым высоким уровнем неравенства практически совпадает с перечнем центров концентрации креативного класса⁴⁸.

Р. Флорида прогнозирует обострение в современных мегаполисах межклассовых противоречий⁴⁹. Это серьёзное предсказание, так как исторический опыт свидетельствует о том, что социальный антагонизм и революционные настроения в крупных, особенно столичных, городах являются одной из основных причин политической нестабильности и кризисной смены правящих режимов. Однако эти отрицательные социально-экономические последствия становления креативной экономики не влияют на убеждённость автора в том, что креативная экономика способна решать указанные проблемы.

При всей тревожности происходящей эрозии сложившегося в индустриальную эпоху рынка труда Р. Флорида приходит к достаточно странному, но показательным выводам: "Длительная работа и достаточно стабильная карьера в компании – сравнительно новые явления, возникшие вследствие промышленной революции и становления современных профсоюзов и систем управления. До этого люди формировали вполне определённую идентичность в контексте своего рода занятий и своей семьи: они были фермерами, ремесленниками, кузнецами и повитухами; они также были детьми, сёстрами и братьями, родителями, мужьями и жёнами, друзьями и гражданами. <...> Именно к этому мы возвращаемся сейчас: к поиску своей идентичности за пределами компании. <...> Гораздо полезнее и уместнее проявлять самую сильную любовь и преданность по отношению к друзьям и родственникам, к членам сообщества, а также ко всему тому, что действительно нас интересует и имеет для нас большое

255 с.; *Он же*. Великое разделение: неравенство в обществе, или Что делать оставшимся 99 % населения? / [Пер. с англ. Ф.А. Ибрафилова]. М.: Эксмо, 2016. 475 с.

⁴² *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 340–341. См. также: *Bishop B., Cushing R.G.* The Big Sort: Why the Clustering of Like-Minded America is Tearing Us Apart. Houghton Mifflin Company, 2008. 370 p.

⁴³ *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 195–218.

⁴⁴ Джентрификация – реконструкция непрестижных районов городов с последующим превращением их в места концентрации состоятельных слоёв населения, что приводит к общему росту цен, вытеснению местного населения и росту социальной напряжённости. См.: *Флорида Р.* Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 233, 267, 281, 295, 340–341.

⁴⁵ Там же. С. 196, 325–337.

⁴⁶ Там же. С. 268–269.

⁴⁷ Там же. С. 269–271.

⁴⁸ Там же. С. 326, 328.

⁴⁹ Там же. С. 218.

значение. Наше собственное развитие гораздо важнее, чем развитие любой компании, в которой нам довелось когда-либо работать⁵⁰.

Подобные размышления и аргументы разбросаны по всей книге. Хотя в них есть рациональное зерно, они тем не менее не могут не настораживать. С одной стороны, они апеллируют к духовному росту и личностному самосовершенствованию индивида, но, с другой стороны, они асоциальны: *оправдывают многочисленные проявления социального регресса*, в частности фактически идеализируют жизнь доиндустриального мира Средневековья. Подобный ход мыслей ведёт к отказу от величайших социальных достижений индустриальной эпохи и общества всеобщего благосостояния.

Большое внимание в работе Р. Флориды уделено развитию городов с точки зрения их привлекательности для представителей креативного класса⁵¹. С учётом глобальной тенденции роста мегаполисов и их значения в мировой экономике⁵² разделы книги, посвящённые кластеризации талантов и закономерностям развития современных центров третичного сектора экономики, сложно переоценить, в том числе и в контексте задач повышения общей конкурентоспособности, а также туристической привлекательности городов России.

Интересны затрагиваемые американским учёным темы исследования коллективной психологии населения современных городов, в том числе в области психологической географии⁵³. Значение таких изысканий в ближайшей исторической перспективе будет расти параллельно с процессом глобальной урбанизации.

Важной особенностью работы Р. Флориды является то, что автор пытается анализировать классовую структуру современного общества⁵⁴. По большому счёту его креативный класс во многом выступает в роли *успешного прекариата*, концепцию которого обосновал Гай Стэндинг⁵⁵, и заставляет вспомнить о классической теории праздного класса Т. Веблена⁵⁶, а также историю становления буржуазной богемы (*bourgeois bohemian*, "бобо") Д. Брукса⁵⁷, отмечавшего, что если по мнению К. Маркса класс определяется средствами производства, то *сегодня, в информационную эпоху*,

⁵⁰ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 104.

⁵¹ Так же. С. 180–194 и др.

⁵² См., напр.: Мир после кризиса. Глобальные тенденции – 2025: меняющийся мир. Докл. Национального разведывательного совета США. М.: Европа, 2009. 184 с.; Глейзер Э. Триумф города: как наше величайшее изобретение делает нас богаче, умнее, экологичнее, здоровее и счастливее / Пер. с англ. И. Кушнарева. М.: Изд-во Инта Гайдара, 2014. 430 с.; Джекобс Дж. Экономика городов. М.: Культурное наследие, 2008. 294 с.

⁵³ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 238–242. См. также: Andersson D.E., Andersson A.E., Mellander Ch. Handbook of Creative Cities. S. I.: Edward Elgar Publishing, 2011. 576 p.

⁵⁴ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 19.

⁵⁵ Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс; Сургуладзе В.Ш. Прекариат – новый революционный класс информационной эпохи: глобальная трансформация рынка труда и её социально-экономические и политические последствия.

⁵⁶ Веблен Т.Б. Теория праздного класса / Пер. с англ., вступ. ст. и примеч. С.Г. Сорокиной; общ. ред. В.В. Мотылева; 5-е изд. М.: URSS: Ленанд, 2017. 365 с.

⁵⁷ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 56. См.: Брукс Д. Бобо в раю: откуда берётся новая элита. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. 296 с.

можно сказать, что классы определяются потреблением⁵⁸. Р. Флорида также констатирует, что ряд авторитетных авторов утверждал, что классовое общество исчезает и на смену ему приходит концепция социально-экономического статуса, обусловленного уровнями дохода, потребления и самоидентификации⁵⁹. Однако он категорически не согласен с точкой зрения, согласно которой значение классовых различий снижается⁶⁰.

Книга Р. Флориды закономерно американоцентрична и в значительной степени представляет собой продукт либерального американского идеологического мейнстрима⁶¹. Автор воспекает ценности креативного класса: индивидуализм, меритократию, разнообразие и открытость⁶². Однако у этих выделенных им отличительных черт характера коллективной психологии креативного класса можно было бы обнаружить и некоторые другие коннотации, о которых Р. Флорида либо совсем умалчивает, либо упоминает вскользь. К таким негативным чертам относятся: нигилизм в отношении традиционных социальных норм, эгоцентризм и элитарность мышления, а также целый ряд политически опасных тенденций поведения, включающих в себя высокий уровень протестных настроений.

С практической точки зрения основное ценное содержание книги заключается в освещении способов раскрытия творческого потенциала в контексте развития инновационных секторов экономики городов, закономерностей развития городов – лидеров третичной экономики. Книга Р. Флориды может быть полезной для менеджеров, особенно для руководителей творческих коллективов. Большое практическое значение она имеет для ситуационных менеджеров – сотрудников администраций городов, так как предлагает конкретные действия по увеличению конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности и повышению "качества места" городов и муниципальных образований, формированию в них притягательной для других

⁵⁸ Брукс Д. Указ соч. С. 67. Ср.: Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 47. Обращения к К. Марксу см. также: С. 57, 67, 161, 367.

⁵⁹ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 338. См. также: Kingston P.W. The Classless Society. Stanford: Stanford University Press, 2000. 280 p. Ср.: Остряков С.З., Полуянов П. К бесклассовому обществу: рабочей молодежи о 17-й Всесоюзной конференции ВКП(б). М.: Молодая гвардия, 1932. 157 с.; Гальперин Ц.И. На пороге бесклассового общества. М.; Иваново: Партиздат, 1932. 64 с.; Косиор С.В. Создадим бесклассовое общество во второй пятилетке: Речь на XVII конференции ВКП(б). М.: Партийное изд-во, 1932. 16 с.; Пашуканис Е.Б. Пролетарское государство и построение бесклассового общества. М.: Партийное изд-во, 1932. 40 с.; Ермолаев А.И. От классового к бесклассовому обществу: Социальная структура советского общества при переходе от социализма к коммунизму. М.: Знание, 1963. 32 с.; Быков В.С. Бесклассовое общество – это не фантазия: новый взгляд на теорию развития общества, обретённый посредством опоры на природу человека, опыт социализма и капитализма. СПб.: Нестор-История, 2013. 249 с. См. также: Fussell P. Class: A guide through the American status system. N.Y.: Summit books, 1983. 202 p. О социальной и классовой идентичности см.: Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 57, 280–281 и др.

⁶⁰ Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые создают будущее. С. 57.

⁶¹ Там же. С. 71–72 и др.

⁶² Там же. С. 72–78, 84–94, 252 и др. Ср. отношение к корпоративной культуре и креативности в обществе индустриальной эпохи: Whyte W.H. The Organization Man. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2002. 448 p.; Тоффлер Э. Третья волна / Пер. с англ. М.: АСТ, 2002. 776 с.

креативных сообществ среды. В данном контексте монография позволяет по-новому взглянуть и на многие процессы городского управления, и области градостроительного и пространственного развития Российской Федерации.

Ключевые слова: *Р. Флорида – креативный класс – креативная экономика – постиндустриальное общество – человеческий капитал – социальная структура общества – рынок труда – социальная идентичность – теория элит – урбанистика – экономика города – США.*

Keywords: *R. Florida – creative class – creative economy – post-industrial society – human capital – social structure – labor market – social identity – elitism theory – urban planning – urban economics – the USA.*