

Морозова С.С. ¹, Бабюк И.А. ²

¹ Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

² Объединенная судостроительная корпорация (ОСК), Санкт-Петербург, Россия

Развитие креативных пространств как источник роста социального капитала в цифровую эпоху

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Морозова С.С., Бабюк И.А. Развитие креативных пространств как источник роста социального капитала в цифровую эпоху // Креативная экономика. – 2023. – Том 17. – № 2. – С. 527–540. doi: [10.18334/ce.17.2.117228](https://doi.org/10.18334/ce.17.2.117228)

АННОТАЦИЯ:

Статья посвящена раскрытию чрезвычайно важной для эффективного социально-экономического развития мегаполисов и крупных городских агломераций начала XXI века проблемы повышения социального капитала. Особую актуальность ей придает современный контекст цифровых трансформаций, в который оказалась погружена жизнь современного горожанина. Авторы подробно анализируют в статье различные подходы к трактовке концепта «социальный капитал», а также принципы его оценки. Несмотря на выявленные различия, авторы приходят к выводу о том, что объединяющим началом для всех подходов является принцип доверия и сотрудничества, обеспечивающий образование и положительную динамику социального капитала. Этот же принцип закладывается в основу функционирования креативных пространств и кластеров, дополнительным объединяющим началом в которых является свободное творчество и сотворчество. Таким образом, новизна представленной работы заключается в выявлении наличия закономерности активного роста социального капитала в процессе эффективного развития креативных пространств. В результате проведенного анализа авторы пришли к выводу о том, что креативные пространства наряду с публичными могут стать одними из наиболее эффективных источников социального капитала в современных мегаполисах при условии соблюдения ряда условий их функционирования. Данная статья может быть полезна представителям научного сообщества, бизнеса, а также органов государственной власти, заинтересованным в росте социального капитала, преодолении социальной деструкции и устойчивом развитии города.

ФИНАНСИРОВАНИЕ:

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 22-78-10049 «Государство и гражданин в условиях новой цифровой реальности»).

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: мегаполис, социальный капитал, креативный кластер, креативное пространство, публичное пространство, креативные индустрии, социальная сеть

ОБ АВТОРАХ

Морозова Светлана Сергеевна, доцент кафедры российской политики (s.s.morozova@spbu.ru)

Бабюк Ирина Анатольевна, директор департамента по имущественному блоку



Morozova S.S. ¹, Babyuk I.A. ²

¹ St Petersburg State University, Russia

² United Shipbuilding Corporation, Russia

Development of creative spaces as a source of social capital growth in the digital age

CITE AS:

Morozova S.S., Babyuk I.A. (2023) Razvitie kreativnykh prostranstv kak istochnik rosta sotsialnogo kapitala v tsifrovuyu epokhu [Development of creative spaces as a source of social capital growth in the digital age]. *Kreativnaya ekonomika*. 17. (2). – 527–540. doi: [10.18334/ce.17.2.117228](https://doi.org/10.18334/ce.17.2.117228)

ABSTRACT:

The article is devoted to the disclosure of the problem of increasing social capital, which is extremely important for the effective socio-economic development of megacities and large urban agglomerations of the beginning of the 21st century. The current context of digital transformation, in which the life of modern city dwellers is immersed, gives it a special relevance. The authors analyze in detail various approaches to the interpretation of the concept of social capital, as well as the principles of its evaluation. Despite the revealed differences, the authors come to the conclusion that the unifying principle for all approaches is the principle of trust and cooperation, which provides education and positive dynamics of social capital. The same principle is laid down in the basis of the functioning of creative spaces and clusters. The additional unifying factor is free creativity and co-creation. Thus, the novelty of the presented research lies in identifying the existence of a pattern of active growth of social capital in the process of effective development of creative spaces. The authors came to the conclusion that creative spaces, along with public ones, can become one of the most effective sources of social capital in modern megacities, provided that a number of conditions for their functioning are met. The article may be useful to representatives of the scientific community, business, as well as public authorities interested in the growth of social capital, overcoming social destruction and sustainable development of the city.

FUNDING. The research was carried out at the expense of a grant from the Russian Science Foundation (project No. 22-78-10049 "The state and the citizen in the new digital reality").

KEYWORDS: megapolis, social capital, creative cluster, creative space, public space, creative industries, social network

JEL Classification: E24, J24, O15

Received: 30.01.2023 / Published: 28.02.2023

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Morozova S.S. (s.s.morozova@spbu.ru)

Введение

Крупные городские центры в процессе урбанизации, с одной стороны, стали местом притяжения огромных потоков переселенцев из сельских районов, ищущих здесь возможности получения более высокого материального дохода и повышения своего социального статуса, с другой стороны, местом трансформации традиционных социальных укладов, главным источником отчуждения и социальной конкуренции. Учитывая, что урбанизация не только не снижает свои темпы, но растет в геометрической прогрессии (так, по данным ООН, «к 2050 г. городское население вырастет почти до 6,5 млрд человек. К 2100 г. население Земли может достичь 10 млрд, а города могут стать домом уже для 8 млрд человек» [1, с. 5] (*Taunsend, 2019, p. 5*)), все ее деструктивные социальные эффекты будут только множиться и обостряться.

Другим источником социальной деструкции стала цифровизация. Несмотря на существенные позитивные эффекты данного процесса, он несет в себе множество новых угроз и вызовов, имеющих во многом деструктивный социальный и политический эффект, связанный с существенным снижением использования традиционных форм социальной коммуникации, ростом индивидуализма, манипулятивным характером политического процесса, а также снижением доверия к информации, получаемой из онлайн-источников. В этой связи необходим поиск таких институтов, которые были бы в состоянии компенсировать потери социального капитала, способствовать преодолению разобщенности и социальной деструкции.

Отсюда обращение к категории «социальный капитал» и попытка анализа его источников в современных условиях цифрового, сетевого, сверхурбанизированного общества представляется не только уместной, но и действительно актуальной. Цель данного исследования – выявить способы влияния цифровизации (сетевизации) современных коммуникаций на изменение структуры и процесса накопления (приобретения) социального капитала, а также оценить уровень воздействия развития креативных пространств, кластеров и индустрий на динамику его роста. В качестве методологии исследования авторы использовали сочетание компаративного подхода, на основании которого смогли сопоставить различные концепты социального капитала и выявить их особенности, и институционального подхода, который позволил проанализировать креативные пространства в качестве социальной площадки творческой самореализации горожан и центра пересечения и концентрации множества социальных связей, определяющих социальный ландшафт современного города и стратегию его пространственного развития.

Социальный капитал: проблема концептуализации понятия

Социальный капитал вряд ли можно отнести к разряду новых концептов в социальных науках. Впервые этот термин появился более ста лет назад в работе американского социолога и педагога Лайда Дж. Ханифан «Центр сельской школьной общины» [2] (*Hanifan, 1916*). Несмотря на отсутствие фундированного концептуального обоснования данного понятия, Лайда Дж. Ханифан провел различие социального и традиционного экономического капитала, отметив значение позитивных социальных связей, дружеских отношений, эмпатии, в том числе и для обеспечения материального благополучия людей.

Спустя почти пятьдесят лет термин «социальный капитал» вновь появляется в научном обороте в статьях социолога Дж. Джейкобса [3] (*Jacobs, 1961*) и американского экономиста Г. Лоури [4] (*Loury, 1976*). Эти авторы уже более подробно исследуют возможности его применения для анализа социальных взаимодействий, в связи с чем исследуются общинные связи и сетевые формы коммуникаций, а также (в работе Гленна Лоури) было более подробно исследовано влияние социального капитала на рост материального благополучия и доходов. Тем не менее это были отдельные, хотя и, несомненно, яркие работы, не сформировавшие концептуальных подходов, в которых социальный капитал выступал бы в качестве фундаментального понятия.

Более глубокой методологической проработкой понятия и анализом возможностей его измерения и оценки занимались с различных позиций большинство признанных классиков социологической, политологической и экономической мысли XX века: П. Бурдьё [5] (*Burdyo, 2002*), Р. Патнэм [6, 7] (*Putnam, 1995; Putnam, Leonardi, Nanetti, 1993*), Дж. Коулман [8, 9] (*Koulman, 2004; Koulman, 2001*), Р. Иглхарт [10] (*Inglehart, 1997*), Р. Роуз [11] (*Rouz, 2002*) и др.

Пьер Бурдьё выделял социальный капитал наряду с экономическим и культурным и определял его как «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания – иными словами, с членством в группе» [5, с. 60–74] (*Burdyo, 2002, p. 60–74*). Французский социолог «трактует весь социальный мир как символический порядок, базирующийся на признании», которому подчинен в том числе и социальный капитал [12, с. 99–111] (*Blok, Golovin, 2015, p. 99–111*).

Р. Патнэм сформулировал концепт социального капитала в политологическом ключе как уходящие вглубь истории традиции социального взаи-

модействия, предполагающие нормы взаимности и доверия между людьми, широкое распространение различного рода добровольных ассоциаций и вовлечение граждан в политику ради решения стоящих перед сообществом проблем [13, с. 224] (*Patnem, 1996, p. 224*). Базовой для определения структуры социального капитала категорией является по Патнэму категория «доверие»: «доверие генерируется в первую очередь там, где соглашения между людьми вплетены в прочную структуру личных связей и социальных контактов» [13, с. 175] (*Patnem, 1996, p. 175*).

Дж. Коулман, в отличие от Р. Патнэма и П. Бурдые, в первую очередь актуализировал в структуре социального капитала «потенциал взаимного доверия и взаимопомощи», необходимый для «координации действий в обществе и получения взаимной выгоды» [9, с. 151] (*Kouelman, 2001, p. 151*).

Таким образом, Дж. Коулман показал с позиции теории рационального выбора, какие выгоды индивиды могут получать при наличии достаточного социального капитала от кооперативных действий и связал его с неформальными структурами и отношениями: «социальный капитал – это любое проявление неформальной социальной организации, которое выступает как продуктивный ресурс для одного или более акторов» [8, с. 41] (*Kouelman, 2004, p. 41*).

Р. Роуз в близком Дж. Коулману ключе акцентировал роль социального капитала в процессе обеспечения и реализации экономических обменов, актуализировав его важность для снижения транзакционных издержек экономических акторов: «Социальный капитал – совокупность формальных и неформальных социальных сетей, которые индивиды используют для производства или распределения товаров и услуг» [11, с. 25] (*Rouz, 2002, p. 25*).

Р. Инглхарт определил социальный капитал как фундаментальное основание культуры взаимного доверия, формирующее пространство эффективной социальной коммуникации: «Социальный капитал – культура доверия и терпимости, в которой появляются обширные сети добровольных ассоциаций» [10, с. 188] (*Inglehart, 1997, p. 188*).

Несмотря на определенные различия в подходах, обусловленные, прежде всего, амбивалентной природой самого концепта: «с одной стороны его определяют как совокупность атрибутов взаимодействующих индивидов, а с другой стороны – как совокупность атрибутов среды, в которой взаимодействуют индивиды» [14, с. 2] (*Sheina, Paklina, 2015, p. 2*), всех указанных выше авторов объединяет понимание того, что «социальный капитал – способность людей получать выгоду от конкретных социальных структур, в которых они задействованы, основываясь на доверии, общих нормах и ценностях...», [он – прим.

авт.] создан в контексте общества и зависит от истории, особенностей развития и уникального индивидуального опыта участников любого конкретного сообщества» [15, с. 4] (*Vilka, Baumanе-Vitoline, Kovalevskaya, 2014, p. 4*).

В отечественной социологии, экономике и политической науке изучение различных аспектов социального капитала занимает на сегодняшний день значительное место. Роль социального капитала в динамике экономического и социального неравенства в современном обществе исследует в своих работах отечественный социолог Тихонова Н.Е. [16] (*Tikhonova, 2004*). Близкий к Р. Роузу «экономический» подход к концептуализации и анализу социального капитала развивает в своих работах Дискин И.Е. [17] (*Diskin, 2003*), актуализирующий его роль в сокращении транзакционных издержек. С его позицией солидарны также отечественные экономисты Курбатова М.В. и Апарина Н.Ф. [18] (*Kurbatova, Aparina, 2008*).

Место и роль социального капитала в формировании и функционировании социокультурных систем, соответственно, в более близком Р. Инглхарту ключе, исследовал отечественный социолог Епанчинцев А.О. [19] (*Epanchintsev, 2005*), определявший тем самым роль фактора культуры в обеспечении эффективного функционирования экономических систем.

Таким образом, можно отметить, что отечественные авторы развивали классические подходы к концептуализации и анализу социального капитала, дополняя их и иллюстрируя примерами из российской практики.

Однако недостаточно изученным представляется то, каким образом влияет на изменение структуры и процесса накопления (приобретения) социального капитала виртуализация и цифровая трансформация коммуникаций, активно идущая с начала XXI века, а также то, как развитие креативных пространств, кластеров и индустрий влияет на его динамику.

Пространство коммуникаций и социальный капитал в условиях цифровых трансформаций

Понятия пространства и пространственного развития претерпевают существенные изменения в ходе цифровой революции. С одной стороны, благодаря сетевым технологиям, делающим акт информационного обмена практически мгновенным, происходит неизбежная элиминация фактора расстояния, с другой, пространство воспринимается уже не столько в традиционной трехмерной системе координат, сколько как динамичное и изменчивое пространство потоков (в терминологии Мануэля Кастельса). С этой особенностью ре-концептуализации пространства связано появление феномена

контргеографии: «Новые публичные сферы, на которых держатся «контргеографии», должны искать новые формы сотрудничества и налаживать новые связи через расстояния и различия. Они должны способствовать материализации новых общностей и созданию новых картографических пространств, используя буквально те же технологии контроля, которыми пользуются военные и государства, проводящие политику национальной безопасности, для создания повсеместных границ». [20, с. 20] (*Макуаур, 2018, р. 20*).

Одно из неотъемлемых свойств как географического, так и социального пространства современного города – открытость, которая находит свое отражение во многих современных концепциях урбанизма. Именно открытость создает условия, способствующие «неожиданным встречам, случайным открытиям, инновациям» [21, с. 2967] (*Курочкин, Бабуук, 2022, р. 2967*).

С точки зрения приращения социального капитала открытость городских границ для экономических, социальных, культурных интервенций оказывается важным свойством, определяющим его устойчивость и потенциал развития: «Именно проницаемость границ или периметра города создает «лиминальное пространство, то есть пространство на пределах контроля, пределах, которые позволяют возникнуть вещам, проступкам и людям, непредвиденным, но сфокусированным и наделенным определенным местом... На горизонте, на периферии, по периметру различия выступают отчетливее, поскольку есть осознание перехода с одной территории на другую» [22, с. 62] (*Sendra, Sennet, 2022, р. 62*). Таким образом, именно качество открытости городской системы управления, проницаемости периметра города является важнейшим условием его устойчивого развития [21, с. 2967] (*Курочкин, Бабуук, 2022, р. 2967*).

Более того, качество открытости и доступности является одним из условий эффективного развития креативных и общественных пространств, формирующих во многом его социальный и культурный ландшафт. Это «общедоступная территория, предназначенная для свободного самовыражения, творческой деятельности и взаимодействия людей. Его отличительной особенностью является нацеленность на деятельность человека в роли не потребителя или работника, а создателя уникального продукта своей личности» [23, с. 98] (*Тукмакова, 2018, р. 98*).

Креативные пространства как источник динамики социального капитала в современном городе

Креативные пространства в условиях современного мегаполиса выполняют ряд важнейших функций, способствующих в конечном счете росту качества жизни горожан, увеличивающих число траекторий городского развития, его инновационный потенциал и человеческий капитал. К ним можно отнести: ревитализацию депрессивных районов и промышленных зон, совершенствование социально-профессиональной структуры городского сообщества в соответствии с требованиями современной инновационной экономики, трансформацию структуры и повышение эффективности информационно-коммуникативного взаимодействия различных социальных групп, формирование культурной стратегии развития города, ориентированной на активное проектирование будущего, формирование творческой личности в новых условиях цифровых трансформаций и роста престижа и востребованности креативного капитала и пр.

В контексте реализации данных функций креативное пространство может быть определено как «социальная площадка для творческих (креативных) проявлений личности, идущих из индивидуального творческого посыла, формирующих ее интересы в сфере самореализации и самоактуализации и оказывающая неоспоримое влияние на формирование ее ценностных ориентаций. Креативное пространство дает возможности для творческой самореализации с учетом индивидуальных способностей и увлечений жителя городского поселения» [24, с. 14] (*Sukhovskaya, 2016, p. 14*).

Таким образом, публичные и креативные пространства становятся сегодня в цифровом мире аналогами хабов – центров пересечения и концентрации множества социальных связей, плотными коммуникационными узлами, определяющими социальный ландшафт современного города и стратегию его пространственного развития. При этом виртуализация коммуникаций не нивелирует значение собственно места – локуса, обеспечивающего необходимый эмоциональный и смысловой контекст общения и со-творчества: «Функция городского общественного пространства как локуса осуществления определенных практик социального взаимодействия и коммуникации в значительной степени перенастраивается под воздействием новой логики. Вопреки многочисленным прогнозам место не перестало существовать, однако отдельные площадки и практики сегодня привычным образом раскрываются в пространстве и времени, переформатируясь под новые возможно-

сти регистрирования, архивирования, анализа и извлечения разнообразных потоков информации» [26, с. 36] (Маккуайр, 2018, р. 36).

Заключение

В условиях цифровых трансформаций и ускоренной урбанизации креативные и шире – публичные пространства, особенно в крупных мегаполисах, не только не утрачивают свои актуальные функции, но и приобретают дополнительное значение. Общественное пространство сегодня становится полноправным участником и стратегически важным фактором развития гражданского активизма и общественных движений. Так, Зигмунт Бауман отмечает, что «общественные места – это те самые точки, где в настоящий момент решается будущее городской жизни» [25, с. 23] (Бауман, 2008, р. 23), Цит. по: [26] (Маккуайр, 2018). Поэтому очевидным и необходимым условием устойчивого и стабильного развития города, роста социального капитала и преодоления социальной деструкции является переформатирование значения и функций публичных и креативных пространств под новые цифровые реалии, с учетом индивидуальных способностей и актуальных увлечений горожан.

В качестве перспектив дальнейших исследований можно обозначить изучение и аналитику конкретных мер государственной поддержки, направленных на эффективную модернизацию креативных и публичных пространств.

ИСТОЧНИКИ:

1. Таунсенд Э. Умные города: большие данные, гражданские хакеры и поиски новой утопии. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2019. – 400 с.
2. Hanifan L. J. The Rural School Community Centre // *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*. – 1916. – № 67. – p. 130–138.
3. Jacobs J. *The Death and Life of Great American Cities*. – New York: Random House, 1961.
4. Loury G. C. *Dynamic Theory of Racial Income Differences // Discussion Papers*. – 1976. – № 225.
5. Бурдьё П. [Формы капитала](#) // *Экономическая социология*. – 2002. – № 5. – с. 60–74.
6. Putnam R. D. *Bowling Alone: America's Declining Social Capital // Journal of Democracy*. – 1995. – № 6 (1). – p. 65–78.
7. Putnam R. D., Leonardi R., Nanetti R.Y. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. – Princeton University Press, 1993.

8. Коулман Дж. [Экономическая социология с точки зрения теории рационального выбора](#) // Экономическая социология. – 2004. – № 3. – с. 35–44.
9. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – с. 122–139.
10. Inglehart R. Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies. – Princeton, NJ, Princeton University Press, 1997. – 464 p.
11. Роуз Р. Достижение целей в квазисовременном обществе: социальные сети в России // Общественные науки и современность. – 2002. – № 3. – с. 23–38.
12. Блок М., Головин Н.А. [Социальный капитал: к обобщению понятия](#) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. – 2015. – № 4. – с. 99–111.
13. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. / Пер. с англ. А.М. Захарова. – М., 1996. – 287 с.
14. Шеина М.В., Паклина С.Н. [Социальный капитал: подходы к определению и измерению](#) // Российский экономический интернет-журнал. – 2015. – № 3. – с. 1–22.
15. Вилка И., Баумане-Витолине И., Ковалевская В. [Положительные и отрицательные стороны социального капитала: примеры постсоветских стран](#) // Бизнес. Общество. Власть. – 2014. – № 20. – с. 1–27.
16. Тихонова Н.Е. [Социальный капитал как фактор неравенства](#) // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – с. 24–35.
17. Дискин И.Е. [Социальный капитал в глобальной экономике](#) // Общественные науки и современность. – 2003. – № 5. – с. 150–159.
18. Курбатова М.В., Апарина Н.Ф. Социальный капитал предпринимателя: формы его применения и особенности в современной российской экономике // Вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – № 4. – с. 45–61.
19. Епанчинцев А.О. Социальный капитал в западных и российских социокультурных системах. / автореф. дис.,... канд. социол. наук. – Ростов н/Д., 2005. – 23 с.
20. Маккуайр С. Геомедиа: сетевые городаи будущее общественного пространства. – М.: Strelka Press, 2018. – 268 с.
21. Курочкин А.В., Бабюк И.А. [Гражданское участие в системе проектирования развития современного города: синергетический подход к анализу](#) // Креативная экономика. – 2022. – № 8. – с. 2963–2974.
22. Сендра П., Сеннет Р. Проектировать беспорядок: Эксперименты и трансгрессии в городе. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2022. – 280 с.
23. Тукмакова М.И. [Архитектура закрытых креативных пространств: типология и функциональная структура](#) // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. – 2018. – № 2. – с. 98–106.

24. Суховская Д.Н. Креативное пространство российских городских поселений и его влияние на формирование ценностных ориентаций личности. / Автореферат диссертации на соискание степени кандидата наук по специальности 09.00.11 – социальная философия. – Краснодар, 2016.
25. Бауман З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2008.
26. Маккуайр С. Геомедиа: сетевые городаи будущее общественного пространства. – М.: Strelka Press, 2018. – 268 с.

REFERENCES:

- Bauman Z. (2008). *Tekuchaya sovremennost* [Ongoing modernity] (in Russian).
- Blok M., Golovin N. A. (2015). *Sotsialnyy kapital: k obobshcheniyu ponyatiya* [Social capital: towards generalisation of the concept]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ser. 12.* (4). 99–111. (in Russian).
- Burdyo P. (2002). *Formy kapitala* [Forms of capital]. *Economic sociology.* (5). 60–74. (in Russian).
- Diskin I. E. (2003). *Sotsialnyy kapital v globalnoy ekonomike* [Social capital in global economy]. *Social Sciences and Contemporary World.* (5). 150–159. (in Russian).
- Epanchintsev A. O. (2005). *Sotsialnyy kapital v zapadnyh i rossiyskikh sotsiokulturnyh sistemakh* [Social capital in Western and Russian socio-cultural systems] (in Russian).
- Hanifan L. J. (1916). *The Rural School Community Centre Annals of the American Academy of Political and Social Sciences.* (67). 130–138.
- Inglehart R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*
- Jacobs J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*
- Koulman Dzh. (2001). *Kapital sotsialnyy i chelovecheskiy* [Social and human capital]. *Social Sciences and Contemporary World.* (3). 122 –139. (in Russian).
- Koulman Dzh. (2004). *Ekonomicheskaya sotsiologiya s tochki zreniya teorii ratsionalnogo vybora* [Economic sociology in terms of rational choice theory]. *Economic sociology.* (3). 35–44. (in Russian).

- Kurbatova M. V., Aparina N. F. (2008). *Sotsialnyy kapital predprinimatel'ya: formy ego primeneniya i osobennosti v sovremennoy rossiyskoy ekonomike* [The social capital of the entrepreneur: forms of its application and specific features in the modern Russian economy]. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta*. (4). 45–61. (in Russian).
- Kurochkin A.V., Babyuk I.A. (2022). *Grazhdanskoe uchastie v sisteme proektirovaniya razvitiya sovremennogo goroda: sinergeticheskiy podkhod k analizu* [Civic participation in the design system of contemporary urban development: a synergetic approach to analysis]. *Creative economy*. (8). 2963–2974. (in Russian).
- Loury G. S. (1976). *Dynamic Theory of Racial Income Differences Discussion Papers*. (225).
- Makkuayr S. (2018). *Geomedia: setevye gorodai budushchee obshchestvennogo prostanstva* [Geomedia: networked cities and the future of public space] (in Russian).
- Makkuayr S. (2018). *Geomedia: setevye gorodai budushchee obshchestvennogo prostanstva* [Geomedia: networked cities and the future of public space] (in Russian).
- Patnem R. (1996). *Chtoby demokratiya srabotala. Grazhdanskie traditsii v sovremennoy Italii* [To make democracy work. Civic traditions in contemporary Italy] (in Russian).
- Putnam R. D. (1995). *Bowling Alone: America's Declining Social Capital Journal of Democracy*. (6 (1)). 65–78.
- Putnam R. D., Leonardi R., Nanetti R.Y. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*
- Rouz R. (2002). *Dostizhenie tseley v kvazisovremennom obshchestve: sotsialnye seti v Rossii* [Getting things done in a quasi-modern society: social media in Russia]. *Social Sciences and Contemporary World*. (3). 23–38. (in Russian).
- Sendra P., Sennet R. (2022). *Proektirovat besporyadok: Eksperimenty i transgressii v gorode* [Designing the mess: Experiments and transgressions in the city] (in Russian).
- Sheina M.V., Paklina S.N. (2015). *Sotsialnyy kapital: podkhody k opredeleniyu i izmereniyu* [Social capital: approaches to defining and measuring]. *Russian economic online journal*. (3). 1–22. (in Russian).

- Sukhovskaya D.N. (2016). *Kreativnoe prostranstvo rossiyskikh gorodskikh poseleniy i ego vliyaniye na formirovaniye tsennostnykh orientatsiy lichnosti* [The creative space of Russian urban settlements and its influence on the formation of personal value orientations] (in Russian).
- Taunsend E. (2019). *Umnye goroda: bolshie dannye, grazhdanskie khakery i poiski novoy utopii* [Smart cities: big data, citizen hackers and the quest for a new utopia] (in Russian).
- Tikhonova N. E. (2004). *Sotsialnyy kapital kak faktor neravenstva* [Social capital as factor of inequality]. *Social Sciences and Contemporary World*. (4). 24–35. (in Russian).
- Tukmakova M.I. (2018). *Arkhitektura zakrytykh kreativnykh prostranstv: tipologiya i funktsionalnaya struktura* [The architecture of closed creative spaces: typology and functional structure]. *News of the Kazan State University of Architecture and Civil Engineering*. (2). 98–106. (in Russian).
- Vilka I., Baumane-Vitoline I., Kovalevskaya V. (2014). *Polozhitelnye i otritsatelnye storony sotsialnogo kapitala: primery postsovetskikh stran* [Positive and negative aspects of social capital: examples from post-Soviet countries]. *Biznes. Obschestvo. Vlast*. (20). 1–27. (in Russian).

