

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

П. Асперс, С. Коль, Д. Пауэр

# Экономическая социология открывает для себя экономическую географию



**АСПЕРС Патрик** (Aspers, Patrik) — научный сотрудник Института общественных исследований им. Макса Планка (Кёльн, Германия).

Email: [aspers@mpifg.de](mailto:aspers@mpifg.de)

**КОЛЬ Себастиан** (Kohl, Sebastian) — научный ассистент Института общественных исследований им. Макса Планка (Кёльн, Германия).

Email: [ko@mpifg.de](mailto:ko@mpifg.de)



**ПАУЭР Доминик** (Power, Dominic) — профессор факультета социальной и экономической географии Университета Упсалы (Упсала, Швеция).

Email: [Dominic.Power@kult-geog.uu.se](mailto:Dominic.Power@kult-geog.uu.se)

*В статье<sup>1</sup> представлен обзор поля экономической географии в свете возможностей теоретико-методологического обмена с экономической социологией. Обзор открывает краткое описание исторического развития географии как научной дисциплины и основных исследовательских вопросов; далее приводятся сведения о ряде классических и современных концепций географии в их связи с экономической географией. В завершение авторы обсуждают соотношение экономической географии и социологии и намечают перспективные направления междисциплинарного сотрудничества.*

**Ключевые слова:** экономическая география; новая экономическая география; пространство; теория размещений; поворот к культуре.

Задача этой небольшой статьи — познакомить читателя с экономической географией и дать краткий обзор ключевых идей данного научного направления, а также показать, чему географы могут научить социологов.

Экономическая география имеет два источника происхождения: экономика и география (см., например: [Peet 2002; Barnes 2001]); отношения между экономистами и географами можно описывать в терминах как соперничества, так и диалога [Duranton, Storper 2006]. Экономическая наука изучает производство, распределение, потребление и обмен. География исследует человеческую среду обитания и пространственные размещения (*spatialities*), сходства и различия территорий, а также перемещения людей, вещей и идей в пространстве. Простое и лёгкое для понимания определение предмета экономической географии таково: «Исследование сходств, различий и связей, наблюдаемых в производстве, обмене, трансфертах и потреблении благ и услуг, осуществляющихся внутри и между различными территориями» [Thoman 1968: 123].

Одна из ключевых идей экономической географии состоит в поиске модели, объединяющей столь противоположные понятия, как сближение и расхождение, центробежные и центростремительные силы; задача дисциплины заключается также в поиске закономерных связей между этими категориями. Географы выполняют описание пространственных размещений, например, с целью объяснить их возникновение или показать, как определённая конфигурация размещений в пространстве воздействует на другие явления. Ключевое понятие здесь —

<sup>1</sup> *Источник:* Aspers P., Kohl S., Power D. 2008. Economic Sociology Discovering Economic Geography. *The European Electronic Newsletter Economic Sociology*. 9 (3): 3–16.

пространство; в центре исследований находится вопрос о том, как пространственное измерение *влияет* и опосредует хозяйственную деятельность. Таким образом, как уже заметил Т. Хегерstrand (Т. Hägerstrand), большинству экономгеографов неинтересны отношения человека и земной поверхности (на что указывает приставка «гео»). Эти вопросы относятся к ведомству физической географии, которая не рассматривается в данной статье. Интерес для экономической географии представляют отношения между людьми, находящимися в разных географических точках [Hägerstrand 1967: 6]. Хегерstrand напоминает нам, как значимо понятие пространства для любой науки об обществе: «В обществе, где взаимодействие человека с любыми другими индивидами не предполагает существенных временных или материальных издержек, ограничения геометрического пространства не оказывают воздействия на *социальное пространство*... тогда мы приближаемся к условиям *точечного общества* (*a one point society*), в котором пространственное объяснение социальных явлений более не требуется. Однако пока такие условия невыполнимы; пространственный анализ сохраняет свою значимость» [Hägerstrand 1967: 7].

Учитывая существование двух традиций — экономической и географической, — можно говорить о наличии определённого *напряжения* внутри экономической географии. Это напряжение даже закреплено институционально: журнал по экономической географии с самым высоким импакт-фактором («*Journal of Economic Geography*») разделён на две части — экономическую и географическую<sup>2</sup>. В данном обзоре будет рассмотрено географическое направление в экономической географии (экономической теории посвящён выпуск «*Economic Sociology: The European Electronic Newsletter*» от марта 2008 г.)<sup>3</sup>.

Тема пространства затрагивается в нескольких дисциплинах, в том числе в социологии. Э. Дюркгейм (É. Durkheim) в своём социологическом объяснении процесса разделения труда учитывал влияние географических показателей, таких как плотность населения. В «Самоубийстве» он также обращается к картам для выявления пространственного распределения параметров<sup>4</sup>. Впрочем, Дюркгейм полагал, что воздействие географических различий на конкретную систему разделения труда имеет случайный, эпизодический характер.

Наиболее чёткую концепцию пространства в классической социологии предложил Г. Зиммель (G. Simmel), в этом отношении опиравшийся на кантовскую традицию [Simmel (1908) 1983]. В работе «Социология: Исследование форм обобществления» (обобществление (*Vergesellschaftung*) — процесс объединения формы и содержания и возникновения взаимодействия между ними) Зиммель особо акцентирует пространственное измерение социального взаимодействия и ключевую роль пространств для социологического анализа [Simmel (1903) 1983]<sup>5</sup>.

Много внимания уделял собственно географической проблематике М. Вебер (M. Weber), чей брат А. Вебер (A. Weber) внёс значительный вклад в экономическую географию. Внимание М. Вебера к географии особенно заметно в работе «История хозяйства», основанной на одноименном курсе лекций

<sup>2</sup> См., например, четыре очень разных и полемичных обзора подхода П. Кругмана (P. Krugman): *Journal of Economic Geography*. 2001. 1 (1): 131–152.

<sup>3</sup> Углубление в запутанный лабиринт подходов периода после 1980-х годов отвлечёт наше внимание. Отсутствие у географии чёткой дисциплинарной границы может быть связано с тем, что в ходе научной деятельности здесь конструируется не традиционный объект (наподобие общества), а целое измерение (пространство). Рассмотрение пространства в необъективистских терминах раскрывает амбивалентность трактовок пространства.

<sup>4</sup> См. также переписку Дюркгейма с Полем Видалем де ля Бланшем (P. Vidal de la Blanche), основателем географии населения (*la géographie humaine*). Можно сказать, что в то же время возникло разделение социологии и географии [Gregory, Urry 1985a]. Хотя Дюркгеймов проект социологии был междисциплинарным, соперничающая с ним социологическая школа Лепле (Le Play) свой проект начала с социальной географии [Lukes 1973: 394].

<sup>5</sup> Впрочем, Зиммель не рассматривал понятие пространства применительно к исследованию хозяйства.

[Weber (1923) 1981]: географическое положение выступает как один из факторов, объясняющих различия в экономических результатах и разнообразие моделей капитализма в Европе [Swedberg 2005: 105].

Тема пространства, особенно городского пространства, была ключевой в работах представителей Чикагской школы; в своей социологии города они непосредственно изучают пространство. По сути, социология города дала начало развитию геоурбанистики (географии городов) [Duranton, Storper 2006: 3]. На географов также повлияли работы Дж. Якобс (J. Jacobs). Исследовательская область *городское планирование* находится на пересечении социологии, географии и архитектуры. Социологические исследования глобализации, начатые И. Валлерстайном (I. Wallerstein) и его теорией миросистемного анализа, также в той или иной степени затрагивают тему пространства и пространственных размещений. И конечно, устойчивая традиция изучения пространства существует в экономической антропологии (см. выпуск «Economic Sociology: The European Electronic Newsletter» от ноября 2007 г.<sup>6</sup>). В связи с этим поиск сходств и различий между экономической географией и экономической социологией представляет особый интерес и позволит нам понять, чему экономсоциологи могут научиться у экономгеографов.

Исходная посылка географии — допущение о значимости пространственных различий<sup>7</sup>. Это означает, что при объяснении хозяйственного поведения или структур необходимо принимать во внимание фактор пространственных размещений. Учёные античности воспринимали мир как единое целое<sup>8</sup>, тогда как современные авторы исходят из модернистского различения природного и социального. Геологические аспекты пространства в этом случае не рассматриваются, и необходимо отметить роль создаваемых человеком артефактов — итогов его технологической, политической, социальной и культурной деятельности<sup>9</sup>.

Поле экономической географии можно разделить на область теоретической работы, эмпирические и политико-инженерные исследования [Schatzl 1974]. Также можно выделить ряд исследовательских тем, отражающих историю хозяйственного развития, — от классической географии сельского хозяйства (ресурсной географии) и промышленности до географии услуг и маркетинга. Сегодня поле экономической географии охватывает множество тем и представлено целым набором различных подходов. Тем не менее можно выделить темы, ключевые для этой научной дисциплины: глобализация, региональная динамика, промышленные районы, знание, инновации, гендерные вопросы, потребление. Кроме того, географы обращаются и к более общим вопросам развития капитализма.

В этой статье мы начнём с краткого описания исторического развития географии как научной дисциплины и охарактеризуем темы, занимавшие исследователей. Затем расскажем о ряде классических концепций и о развитии *новой экономгеографии*, а также о том, как упомянутые концепции соотносятся с географическим направлением в экономической географии. Наконец, мы обсудим соотношение экономической географии и социологии и выделим темы, применительно к которым взаимодействие может оказаться полезным для обеих дисциплин.

<sup>6</sup> Economic Sociology: The European Electronic Newsletter. 2007. 9 (7). November. [http://econsoc.mpifg.de/archive/econ\\_soc\\_09-1.pdf](http://econsoc.mpifg.de/archive/econ_soc_09-1.pdf) — Примеч. перев.

<sup>7</sup> Даже использование наиболее продвинутых служб виртуальной телекоммуникации не отменяет значения географии; см. некоторые примеры из деловой практики [Goddard, Richardson 1996; Graham, Marvin 1996; Zook 2005; Graham 2008]. Даже в эпоху глобализации заявление о конце географии представляется безосновательным.

<sup>8</sup> Как отмечает П. Саундерс (P. Saunders), классики социологии не рассматривали пространство в качестве самостоятельного понятия, обращаясь к нему лишь в контексте других вопросов [Saunders 1987].

<sup>9</sup> В культурной географии широко используется введенное Б. Латуром (B. Latour) понятие неодушевлённых агентов [Pratt 2001].

## Краткая история экономической географии как исследовательского направления

Как и любые другие науки, география и экономическая география подвержены воздействию со стороны общества, в котором они укоренены. Появлению географической науки предшествовали картографические изыскания Геродота, Страбона, Птолемея и путешественников древности. Происхождение термина восходит к «Космологии» Аристотеля. Однако систематическое развитие современной географии началось в эпоху Великих географических открытий, когда роли завоевателя, первооткрывателя и учёного зачастую исполнял один и тот же человек. Столь же значимой стала научная революция. Ранее географы опирались на традиционные представления о мире как данности, постижимой только в божественном Откровении. Основателем современной географии можно назвать А. фон Гумбольдта (A. von Humboldt) [Livingstone 1990: 748], отказавшегося от теологической географии в пользу экспериментального изучения конкретных состояний природы и причин, их вызывающих. Для донаучного этапа развития характерно тесное переплетение этнографической, геологической, политической и социологической проблематик. Более того, обсуждение собственно географических тем началось лишь после определённого укрепления капиталистической формы хозяйствования. Важная роль колоний в этом процессе также положительно сказалась на развитии географии. С научной точки зрения сильное влияние на обществоведов XIX в. оказывали принципы телеологии и природного детерминизма<sup>10</sup>. Гуманистическая и культурная географии основывались на противоположных постулатах: например, структуру населения предлагалось объяснять не только воздействием окружающей среды, но и влиянием независимых культурных факторов.

В XIX столетии, особенно после основания в Лондоне *Королевского географического общества* (The Royal Geographical Society; 1830), развитие *дисциплины* начали поддерживать гражданские географические общества, члены которых сочетали научный интерес к географии с любознательностью к новым, неизведанным землям. Постепенно география превращалась из предприятия, ориентированного на хронографию и картографирование (в том числе впервые открываемых территорий), в объяснительную науку.

Первые кафедры географии в университетах появились в 1871 г. [Schätzl 2003: 14]. Именно тогда, с началом институционализации дисциплин, экономическая география отделилась от классической экономической теории. Представители экономической теории, сложившейся после появления работ А. Смита (A. Smith), использовали преимущественно холистские подходы и стремились к построению абстрактных теорий; географы избрали путь эмпирических исследований на базе индуктивных обобщений, с опорой на принципы природного детерминизма, и двигались в этом направлении вплоть до 1920-х годов, когда география подверглась сильному воздействию со стороны социальных наук.

Характеризуя представления экономистов о пространстве, отметим, что ещё до появления работ А. Смита и Д. Рикардо (D. Ricardo) исследователи учитывали роль географических условий — таких, как различия в пространственном размещении факторов производства [Schumpeter (1954) 1981: 373–376]. Они изучали источники сравнительных преимуществ стран в торговле, а также сокращение транспортных расходов в условиях централизованного производства. Когда А. Маршалл (A. Marshall) впервые ввёл в научный оборот понятие индустриальных районов, роль географических условий стала непосредственно учитываться при анализе — будь то изучение текстильной промышленности Великобритании или индустрии моды Парижа. Распределение ресурсов на территории США, характер которого задавал направление миграционных потоков, Маршалл рассматривал в свете возникающих возможностей развития страны, причём не только в сфере хозяйства [Marshall 1920].

<sup>10</sup> Ещё первые исследователи проблем окружающей среды придерживались детерминистских взглядов, указывая на определяющее воздействие природы на чувства человека; эта традиция мысли была продолжена дарвинистами и сторонниками современных механистических моделей оптимизации местоположения.

Престиж дисциплины и индуктивный характер теоретизирования были подкреплены идеями Дж. М. Кейнса (J. M. Keynes) о принципах непосредственного регионального планирования. После *Второй мировой войны* география пребывала в глубоком кризисе<sup>11</sup>. Почти прекратилось изучение отдельных регионов; эти преимущественно идиографические исследования возобновились только в 1980-х годах. В США и Швеции приоритет отдавался теоретической работе; количественно-номологический пространственный анализ У. Гэрисона (W. Garrison) существовал одновременно с начатыми У. Изардом (W. Isard) так называемыми региональными исследованиями, в которых фактор пространственных размещений встраивался в неоклассические модели равновесия<sup>12</sup>. Конечной единицей анализа в обоих подходах был *homo economicus* (человек экономический), хотя Изард попытался по меньшей мере сблизить позиции географии и экономической теории [Barnes 2004]. Итак, уже в 1960-х годах представители поведенческой экономической теории стремились расширить набор факторов, влияющих на *принятие решений*, за счёт таких компонент, как научение, доступ к информации и способность ею распорядиться [Pred 1967]. Впрочем, вплоть до 1990-х годов экономисты не уделяли географической проблематике особого внимания.

В Европе гораздо в большей степени, чем в США, сохранился формат традиционного идеографического подхода, и многие авторы отвергали аналитическую теорию равновесия<sup>13</sup>. Среди концепций, заимствованных экономической географией, назовём, во-первых, ряд идей теории развития, таких, как круговая и кумулятивная причинности. Суть идеи накопления стимулов к инвестициям состоит в следующем: приток капитала запускает процесс устойчивого роста благосостояния в регионе, в ходе которого предшествующее событие (инвестиции) благоприятствует последующему. Аналогичная логика применима и к другим явлениям, например к бедности. А. Хиршман (A. Hirschman) отошёл от основного направления в экономической теории, которое считал слишком формальным, и обратился к анализу последствий и взаимодополняющих эффектов, возникающих после ввода в оборот ранее неизвестного ресурса (источника капитала) [Hirschman (1958) 1967].

Ещё одним новым подходом стала возникшая в 1960-х годах радикальная экономическая география марксистского толка, где акцентировались такие ранее не привлекавшие внимания исследователей темы, как урбанизация, структурные кризисы и неравномерность развития [Harvey 1985]. В рамках этого направления политэкономии регионов [Sheppard 2000: 109ff] пространство выступает как эндогенный параметр развития хозяйственных процессов и нередко определяется борьбой интересов, сопровождающейся ситуациями неравновесия. В этот ход рассуждений укладывается также *мур-системный* анализ И. Валлерстайна. Третье направление, отражающее критическую реакцию европейских авторов на номотетические подходы, можно назвать гуманистической (*humanistic*) географией [Johnston 2001: 6195], которая включает ряд феноменологических, идеалистических и экзистенциалистских идей.

Наконец, в 1980-х годах марксистское направление исследований подверглось критике за чрезмерный структурализм, что наряду с угасанием интереса к вопросам пространственного размещения лишило его былой популярности. Эпистемический подход Э. Гидденса (A. Giddens)<sup>14</sup>, учитывающий и надстройку, и индивидуальные практики [Giddens 1985: 110ff], оказал значительное воздействие на некоторые описательные исследования размещений, чьи авторы вернулись к анализу индустриальных

<sup>11</sup> Обзор послевоенного состояния географии и литературу см.: [Scott 2000].

<sup>12</sup> Говорят также о *количественной революции* 1960-х годов.

<sup>13</sup> Хотя рассмотрение этого вопроса выходит за рамки данной статьи, отметим, что науки о пространстве в США преимущественно ориентированы на количественные исследования и работают в рамках теории размещений. Их результаты широко применяются на практике, например, в разработке географической информационной системы (ГИС).

<sup>14</sup> Э. Гидденс считал полезным междисциплинарные заимствования и часто обращался к географической литературе.

районов в Италии или межотраслевых сетей в Калифорнии [Scott 2000: 27]<sup>15</sup>. Теория Гидденса положила начало направлению в экономической географии, которое развивается под воздействием социологической теории (в отличие от наук о физическом пространстве) и сосредоточено на изучении взаимодействия пространства и социальных акторов; это направление также включает множество элементов постструктуралистских подходов<sup>16</sup>.

Примерно в то же время, когда географы обратились к изучению глобализации, возникли новые направления исследований, связанные с трансформацией фордистской системы производства в экономику знания. В 1990-х годах географы заинтересовались явлением растущей отдачи от масштаба, то есть ситуацией, когда, попросту говоря, ваши заработки растут по мере увеличения вашей доли на рынке (эффективность производства становится выше, а величина прибыли по-прежнему зависит от структуры рынка), что время от времени случается по меньшей мере в индустрии программных продуктов<sup>17</sup>. Эти идеи уже повлияли на теории новых отраслевых рынков, теории роста и торговли [Krugman 1998]. Так называемая *новая экономическая география* — это продукт практически одного автора, П. Кругмана, чья работа «География и торговля» стала краеугольной для всей парадигмы [Krugman 1991a]<sup>18</sup>. С одной стороны, данный формализованный подход к предмету противостоит более субстантивному экономико-географическому [Pesch 2000]. С другой стороны, такой подход до сих пор не вполне признан в мейнстриме экономической теории [Krugman 1998]. Кроме того, несмотря на значительную работу по построению теоретических моделей, они не получили достаточной эмпирической проверки. Наряду с империалистически настроенным формально-экономическим направлением в географии, начиная с 1980-х годов проводилось много междисциплинарных исследований, и в некоторых из них отправной точкой анализа стало изучение постфордистских институтов. Эти изменения иногда обозначают как интерпретативный культурологический поворот (*cultural turn*), произошедший в большинстве социальных наук. В географии его выражением стало переопределение многих экономико-географических явлений в качестве культурно обусловленных конструкторов и дискурсов, изучать которые предлагалось средствами этнографии и семиотики [Thrift, Nigel 2000] или по меньшей мере в отношенческих терминах [Harvey 2006: 146]. Часть авторов говорят об отношенческом повороте (*relational turn*) [Dicken, Malmberg 2001; Boggs, Rantisi 2003; Yeung 2005] — это явление, знакомое большинству социологов. Результатом упомянутых поворотов стало размывание дисциплинарных границ географии<sup>19</sup> и заимствование ряда постмодернистских концепций. В следующем разделе мы попытаемся выявить основные подходы и ключевые идеи в современной экономической географии, которые следует рассматривать в свете описанного здесь процесса развития географии как науки.

<sup>15</sup> М. Сторпер (M. Storper) выделяет три различных школы, заново открывшие значимость изучения отдельных регионов [Storper 1997: 1–26].

<sup>16</sup> Среди других социологов, рассматривавших пространственный аспект глобализации, назовем Д. Хелда (D. Held) и Г. Терборна (G. Therborn).

<sup>17</sup> Растущая отдача здесь понимается согласно концепции монополитической конкуренции Э. Чемберлина (E. Chamberlin), предполагающей повышение прибылей по мере увеличения занимаемой фирмой доли рынка. Явление возрастающей отдачи противоречит закону Ж. Б. Сэя (J. B. Say): чем крупнее производство (например, чем больше работников на предприятии), тем меньший вклад вносит каждый последующий нанимаемый работник. Даже экономия от масштаба не способна отменить этот закон [Schumpeter (1954) 1981: 584–588].

<sup>18</sup> Более новую версию этого подхода см.: [Fujita, Krugman, Venables 1999].

<sup>19</sup> Критический обзор культурологического направления см.: [Barnett 1998]. Как отмечает А. Баттимер (A. Buttimer), гуманистическая, критическая, радикальная и социальная географии нередко пересекаются и в целом опираются на субъективистские представления с элементами нормативности [Buttimer 2001: 7074].

## Теоретические концепции: от классической географии к новой, экономической

Как говорилось ранее, поле экономической географии включает теоретическую, эмпирическую и прикладную формы научной работы. Но если эмпирическая деятельность экономгеографов породила множество работ, выполненных методом *case study* и охватывающих разнообразные проблемы и территории, то всеобъемлющая макротеория так и не была создана [Ritter 1998: 1]. Напротив, географы, как правило, сознательно избегали макротеоретизирования, сосредоточившись на изучении специфики отдельных территорий и процессов в современном мире. Отчасти это объясняется сравнительно большей ролью нормативных, политически обусловленных постулатов в географии по сравнению с социологией. Большинство теорий могут быть интерпретированы (правильно это или нет) как подразумевающие существование оптимального (равновесного) распределения объектов в пространстве, что вкупе с типичным для географии интересом к особенностям, проблемам и планированию развития отдельных регионов обусловило широкое привлечение экономгеографов к нормативному консультированию по вопросам регионального планирования (например, на уровне Европейского союза)<sup>20</sup>.

Перейдем к предмету нашего разговора. И. фон Тюнен (J. Thünen) предложил первую экономико-географическую модель, объясняющую принципы территориального размещения хозяйственных объектов [Thünen (1809) 1826]<sup>21</sup>. Эта модель сводит идею абстрактного пространства к расстоянию между центральным городом и окружающими его территориями. Модель Тюнена учитывает издержки транспортировки, что делает значимым параметр расстояния. Предположим, что периферия снабжает город товарами разного характера; тогда место производства того или иного товара определяется расстоянием до города. Географическое расположение задаёт специализацию района. Принцип пространственного размещения подразумевает определённую отдачу от земли, одинаковую для всех территорий любого устойчивого государства. В результате вокруг города концентрическими кольцами располагаются области производства товаров, причём самым дешёвым оказывается производство, находящееся в непосредственной близости к границам города. Хотя многие допущения этой модели основаны на упрощённом представлении о хозяйстве и пространственных различиях, ключевой вопрос и сам подход воспроизводились и в дальнейшем — в работах В. Кристаллера (W. Christaller), А. Лёша (A. Lösch) и, много позже, П. Кругмана по проблемам теории пространственных размещений.

В 1909 г. А. Вебер в работе «Чистая теория размещения промышленности» развил учение о пространственных размещении, введя понятие предпринимательского решения. Оптимальное место для производства определяется здесь по трём параметрам: дифференцированные издержки оплаты труда для немобильной рабочей силы; издержки транспортировки, зависящие от расстояния и массы

<sup>20</sup> История географии переплетается с империалистическим движением. Рекомендации по литературе по данной теме см.: [Friedman 2003: 109]. Изучением этого вопроса по большей части занимается политическая география. Например, Ф. Ратцель (F. Ratzel) ввёл термин *Lebensraum* (жизненное пространство), обозначающий особую среду, подходящую для проживания одной этнической группы. При нацистском режиме этот термин использовался в качестве геологической концепции [Sprout 1968].

<sup>21</sup> Фон Тюнен, родившийся в 1793 г., уже в 1803 г. разработал базовую модель равновесия, впоследствии использованную в работе «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономике» [Thünen (1809) 1826]. Он не только сам сделал важные научные открытия, но заложил основания для появления работ Т. Мальтуса и Д. Рикардо. Работы учёного остаются недооценёнными, отчасти поскольку они написаны на немецком языке, отчасти вследствие нелицеприятной интерпретации, данной ему Е. Бём-Баверком (E. von Böhm-Bawerk), и отчасти ввиду неоднозначности предложенной Тюненом концепции естественной заработной платы. Подробнее об этом, а также дополнительную литературу и разбор базовой модели Тюнена см.: [Samuelson 1983]. Как бы то ни было, эта модель — лишь часть вклада Тюнена в науку. В своих работах (и обширной переписке) он предложил множество институциональных (кооперативное производство, разделение прибыли) и нормативных социально-философских идей [Engelhardt 1993]. Собственное поместье Тюнена служило ему площадкой для практической проверки идей и представляло эмпирический материал для одного из первых (до работ Ф. Энгельса) социальных исследований.

грузов; подразумеваемые позитивные эффекты агломерации производств. Расположение предприятия смещается от первоначальной точки с минимальными издержками транспортировки в область, где выигрыш от сокращения издержек оплаты труда превышает проигрыш от растущих издержек транспортировки. Затем в модель вводится фактор размещения многих других предприятий, что снова сдвигает точку оптимального размещения — на этот раз в направлении самых крупных агломераций. Новаторство А. Вебера состояло в том, что он не просто применил макроэкономические принципы к географическим проблемам, но указал на перспективу эмпирических исследований решений о размещении предприятий. Заложенный А. Вебером ход рассуждений продолжили У. Изард и Д. Смит (D. Smith).

Теория пространственных размещений (*location theory*) опирается на два ключевых фактора — транспортировку и образование агломераций, обусловленное существованием экстерналий (внешних эффектов)<sup>22</sup>, и изучает принятие решений относительно размещения предприятий [Gorter, Nijkamp 2001]. Это роднит её с теориями отраслевых рынков и торговли. Теория торговли затрагивает ещё одну важную тему экономической географии: экономический рост и региональное развитие в более широком смысле. В рамках теории торговли представлены субдисциплины с разнообразными трактовками экономического роста и регионального развития — от неоклассической теории, новой теории роста, регионалистики, теории развития до марксистских и постколониальных подходов. Если в классической экономической теории предполагается, что согласно закону накопления капитала неограниченный приток капитала и рабочей силы приведёт к сопоставимому росту, то Г. Мюрдаль (G. Myrdal) указывал на то, что процессы кумулятивной причинности экономических и неэкономических факторов могут приводить также и к возникновению порочных кругов бедности. По сути, полные оптимизма теории модернизации так и не прижились в географии. В 1980-х годах намного популярнее были модели центра — периферии и марксистские концепции [Glassman 2001]. В марксистских исследованиях подчёркивалось неравное распределение доходов и власти между странами и внутри отдельных стран. Так, в развивающихся странах можно выделить исторические городские центры, где ранее размещались колониальные администрации, и прилегающие к ним районы, которые отстают в развитии, тогда как городские центры переживают колоссальный экономический рост с сопутствующими ему проблемами перенаселения и загрязнения окружающей среды<sup>23</sup>. Стремление марксистов уйти от *пространственного фетишизма*<sup>24</sup> (тенденции объяснять социальные явления не социальными, а географическими факторами) привлекло внимание географов к таким параметрам, как гендер, расовая и этническая принадлежность. Согласно марксистскому подходу пространство является продуктом общественных отношений, обусловленных материальными производственными отношениями. Пространственные отношения между обществами рассматриваются в категориях эксплуатации, ведущей к росту неравенства. Географы-марксисты также подчёркивают отчуждённость капиталистического производства от человеческого взаимодействия с природой (ресурсами), оказывающую решающее воздействие на изменения системы производства. Марксистские идеи лежат в основе подхода, изучающего *глобальные товаропроводящие цепи*, или *цепи создания стоимости*, с опорой на социологические, политэкономические и географические концепции. В этом подходе рассматривается роль пространственных связей и потоков в развитии и распределении выигрышей и проигрышей.

Представители культурной географии разделяют описанную выше структуралистскую критику представлений о детерминирующей роли факторов среды, но дополняют её критикой самого структурализма. Взамен они предлагают субъективный подход, учитывающий, что люди являются региональными географами в своей повседневном сознании [Wood 1968]. Основатель культурной

<sup>22</sup> Обсуждение внешней экономии см.: [Marshall (1920) 1961].

<sup>23</sup> Изучение этих проблем составляет задачу одного из направлений в географии городов.

<sup>24</sup> Его опасность заключается в том, что объективации могут быть подвернуты *ложные* социальные конструкты, что придаст географической дисциплине идеологический характер.

географии К. Зауэр (C. Sauer) изучал способы восприятия людьми территорий, на которых они проживают, например, культурные различия в восприятии людей, живущих вдоль границы США и Мексики; после лингвистического поворота ландшафт начали рассматривать как текст, который пишут, переписывают и интерпретируют подобно тексту, написанному на бумаге (см., например: [Duncan (1990) 2004])). Представители ранней марксистской культурной географии подвергли критике объективистское понятие культуры и указали на скрывающийся за ним процесс социального конструирования [Cosgrove 1985]. Другие рассматривали корпус географических исследований как своего рода культурную репрезентацию. Эта литература охватывает множество тем [Pratt 2001] (таких, как изучение тесной связи между конструированием места и идентичности в гетто-культурах). Поселяясь в определённом месте, люди начинают создавать его коллективные репрезентации (образы), а сама территория становится символом этих репрезентаций и атрибутом живущих там. Люди извне принимают решение о присоединении или неприсоединении к местному сообществу на основе той самоинтерпретации, которую символизирует занимаемая им территория. Так репрезентации мест и их объективации способствуют дальнейшей сегрегации. Ещё одной темой является изучение роли картографической деятельности в создании современных государств и формировании представлений колонизаторов о дальних странах.

В последние годы ключевой проблемой экономической географии стало выяснение отношений с представителями других наук, претендующими на право называться экономгеографами. Ряд экономистов обратились к изучению вопросов, которые, по их мнению, являются центральными для *экономико-географического подхода* к изучению хозяйства. Работы этих *новых* экономгеографов вызвали много дискуссий и раздумий среди представителей *старой* экономико-географической традиции. До сих пор идут споры о том, кем считать этих новых авторов — интервентами, безразлично топчущими плодородные почвы других дисциплин, или участниками продуктивного диалога по вопросам экономической географии [Martin 1999a; Krugman 2000; Martin 1999b; Power 2001].

Хотя работы П. Кругмана остаются в рамках экономической эпистемы, от основного направления экономической теории его отличают акцент на росте отдачи от использования факторов производства (сокращение предельных издержек), возникающей в результате экономии на масштабе, эффектов агломерации и т. п. Это ведёт к несовершенной конкуренции и в конечном счёте усиливает кластеризацию и межстрановую поляризацию производства. Социолог заметит некоторое сходство этих рассуждений с концепцией монополистической конкуренции и формирования рыночных ниш Маршалла—Чемберлина—Уайта с той разницей, что Кругман подчёркивает роль пространства в создании продуктовых ниш. Модель Кругмана «центр — периферия» может выступать отправной точкой для построения экономических моделей, учитывающих возможность пространственной дифференциации и роста отдачи [Krugman 1991b]. Кругман моделирует экономику, состоящую из двух регионов, где немобильное сельскохозяйственное производство с неизменной отдачей от масштаба и нулевыми издержками транспортировки сочетается с мобильным промышленным производством с растущей отдачей от масштаба<sup>25</sup> и резко возрастающими издержками транспортировки<sup>26</sup>. Теоретические разработки Кругмана, ориентированные на построение формальных моделей и основанные на относительно жёстких предпосылках и идее иммобильности одного из факторов производства, вызвали глубокое беспокойство в рядах географически ориентированных экономгеографов. В частности, *новую экономическую географию* упрекают в абстрактном универсализме, редукционизме и математическом детерминизме. По словам Д. Пауэра (D. Power), этот подход «не в состоянии охватить всю полноту и все реалии пространственного аспекта хозяйствования и в результате мало помогает нам справляться с

<sup>25</sup> Это частный случай стандартной модели монополистической конкуренции [Dixit, Stiglitz 1977].

<sup>26</sup> По условиям модели, издержки транспортировки считаются растущими — транспортируемый объект уподобляется айсбергу, который постепенно тает в пути.

такими насущными проблемами, как неравномерное развитие, депрессивные регионы и реконструкция городских районов» [Power 2001: 55].

Возможно, критический настрой экономгеографов по отношению к новым версиям теории пространственных размещений вкупе с очевидным отходом от марксизма, столь характерного для географической науки 1970–1980-х годов, обусловлены тем, что эти концепции не способны объяснить бурное развитие феноменов постфордистской экономики. Чистые модели центра и периферии не объясняют возникновение таких явлений, как параллельная интернационализация производства и финансовой деятельности, возникновение совершенно новых индустриальных районов, подъём развивающихся стран, нарастание виртуально опосредованных пространственных процессов. В конце 1980-х годов усилилось понимание сложности и несогласованности пространственных потоков и процессов в эпоху глобализации, что сочеталось с возрождением интереса к изучению региональной динамики, в том числе в свете идеи о возможности задержек в региональном развитии или даже оборачивании его вспять [Scott, Storper 1986]. М. Сторпер указал на необходимость пересмотреть наше понимание региона и отметил, что механизм принятия предпринимательского решения о пространственном размещении не был раскрыт до конца. По Сторперу, регионализация является не побочным продуктом хозяйствования, а частью нового способа координации, подразумевающего неравномерное развитие регионов. Его подход объединяет концепции географического размещения организаций и развития территорий. Начальное размещение фирмы в определённой точке привлекает к ней другие фирмы, предоставляющие дополнительные услуги. Это вызывает урбанизацию, сопровождаемую ростом рынков и, как следствие, повышением цен на землю в центре района. Ответная реакция фирм провоцирует дальнейшую дезинтеграцию и географическое рассеивание областей, предлагающих дешёвую рабочую силу, а также, согласно идеям А. Смита, усиливает разделение труда. В то же время эти процессы приводят к росту *транзакционных издержек* (см. также: [Storper, Scott 1995]), что стимулирует возникновение новых агломераций. Таким образом, анализ территориального развития и особенностей пространственных размещений позволяет подробно описать, каким образом социальные процессы приводят к развитию капитализма [Storper 1989: 10]. Помимо промышленных рынков и пространственных размещений, важным фактором изменений в способе производства и его пространственном распределении являются технологии.

Работы, подобные исследованиям Сторпера, отвечают на ключевой вопрос современной экономической географии: почему, невзирая на глобализацию и прогресс в сфере телекоммуникаций, в глобальной экономике усиливается роль региональных отраслевых агломераций? Неудивительно, что экономгеографы проявили особый интерес к изучению ряда региональных производственных центров, имеющих глобальное значение, но при этом относительно специализированных: Голливуд [Christopherson, Storper 1986; Scott 2002; Scott 2005; Currah 2006], финансовый район лондонского Сити [Thrift, Leyshon 1994; Tickell 1996; Tickell 2000; Thrift 2000a], Силиконовая долина [Angel 1991; Saxenian 1994], центр биотехнологий в Кембридже, США [Keeble et al. 1999; Lawton-Smith et al. 2001; Cooke 2002]. В последние годы этот интерес к развитию и источникам формирования региональных агломераций связан с понятием региональной конкурентоспособности. Особое влияние приобрела теория промышленных кластеров М. Портера (М. Porter), вызвавшая много теоретических дискуссий и породившая целое направление эмпирических исследований [Porter 2000; Malmberg, Maskell 2002; Martin, Sunley 2003; Malmberg, Power 2005; Malmberg, Power 2006].

Вне зависимости от того, какое пространственное явление становилось объектом изучения — кластеры производств, индустриальные районы, региональные инновационные системы, локализованные среды, блоки компетенций, регионы, глобальные города и т. д., неизменным оставался акцент на важности знания и инноваций в пространственных процессах и на роли пространства в распространении знания и инноваций. Нет сомнений в значимости вклада экономгеографов в наше понимание взаимоотношения

знания и территориального расположения, а также тесной связи знания и инноваций с различными пространственными процессами [Braczyk, Cooke, Heidenreich 1998; Feldman 2000; Gertler 2001; Malmberg, Maskell 2002; Gertler 2003; Amin, Cohendet 2004; Bathelt, Malmberg, Maskell 2004; Gertler 2004; Maskell, Malmberg 2007; Weller 2007]. Значительный интерес для интересующихся темой знания и инноваций представляют обзорные работы [Gertler 2003]. На страницах журналов «Economic Geography», «Journal of Economic Geography» и «Global Networks» экономгеографы также активно обсуждали и исследовали вопросы совершенствования технологий в цепях поставок.

Помимо упомянутых выше вопросов, экономгеографы касались и других тем, многообразие которых сложно уложить в единую классификацию. Впрочем, в последние годы наметились следующие значимые направления: культурная экономика и производство культуры [Pratt 1997; O'Connor 1998; Banks et al. 2000; Scott 2000; Power, Scott 2004; Rantisi 2004]; альтернативные системы обмена и торговли [Leys-hon, Lee, Williams 2003; Hughes 2005], проектная работа [Grabher 2001a; Grabher 2001b; Grabher 2002a; Grabher 2002b; Vinodrai 2006], потребление [Crang 1996; Wrigley, Lowe 1996; Crewe, Beaverstock 1998; Crewe, Gregson 1998; Jackson et al. 1998; Crewe 2000; Crewe 2001; Aoyama 2007], фирмы [Taylor, Ashem-im 2001; Yeung 2001], гендерные различия в деятельности и хозяйственном пространстве [McDowell, Court 1994; McDowell 1997; Crewe 2001; Leslie, Reimer 2003], кластеры биотехнологий [Cooke 2002; Waxell 2005; Mattsson 2007], глобальные товаропроводящие цепи и цепи создания стоимости [Leslie, Reimer 1999; Hughes, Reimer 2004; Power, Hallencreutz 2007].

Конечно, здесь упомянуты лишь немногие вопросы, территории, пространства и явления из тех, которые рассматриваются в экономической географии. Однако среди них есть проблемы и объекты, изучаемые и в экономической социологии, в связи с чем стоит посмотреть, взаимодействуют ли эти две дисциплины в той мере, которую подразумевает подобная близость исследовательских тем.

## Взаимодействие экономической географии и экономической социологии

Как говорилось ранее, цель этой статьи заключается не столько в полном обзоре тем и исследований в экономической географии, сколько в привлечении внимания к необходимости междисциплинарного обмена. Такой обмен — не новость для экономической географии; даже беглого взгляда на её историю достаточно, чтобы заметить активность экономгеографов в поиске и заимствовании новых идей. Однако взаимодействие географии и экономической социологии пока что происходит в виде заимствования географами экономсоциологических идей. Нельзя сказать, что социология совершенно не уделяет внимания пространственному аспекту. Например, работы Э. Гидденса затрагивают историко-географические вопросы, весьма абстрактные и одновременно близкие к социологической теории<sup>27</sup>. К. Поланьи (K. Polanyi), хотя и не был социологом, принимал в расчёт пространственное измерение, а его субстанционалистская критика применима и к социологическим концепциям (например, к классовому детерминизму). П. Бурдьё (P. Bourdieu), вводя понятие поля, подчёркивал роль пространственных размещений не только в масштабе всего общества, но и, например, в различиях между галереями искусства на левом и правом берегах Сены. Более того, гипотезы абстрактной теории торговли едва ли прошли бы эмпирическую проверку, если бы не учитывали размер и особенности исторического развития конкретных экономик и специфику товаров; как сказал Поланьи, «подобными различиями

<sup>27</sup> Э. Гидденс в своём понимании роли повседневных практик как основания всего устройства социальных систем близок к подходу временной географии. По Гидденсу, пространство не только ограничивает деятельность (например, тем, что тело человека не может избежать какого-либо размещения в пространстве), но и делает её возможной (взаимодействия могут происходить только в пространстве).

можно было пренебрегать в теории, но их последствия нельзя было с таким же успехом игнорировать на практике» [Polanyi (1944) 2001: 216]<sup>28</sup>.

После произошедшего в 1980-х годах поворота к культуре пространство рассматривается как социальный конструкт, что позволяет даже говорить о социологизации географии<sup>29</sup>. Однако лишь в начале 1990-х годов в культуре стали видеть фактор возникновения пространственных различий и тему для специальных исследований, и только в это время учёт культурных факторов начал оказывать существенное воздействие на развитие экономической географии [Scott 2004: 488].

В социологии распространена также более феноменологическая концепция пространства, которую можно применить для анализа географических проблем пространства и пространственности. Наиболее ярко она выражена в работах А. Шюца (A. Schütz), говорившего об областях значений. Область значений определяется свойственным ей *когнитивным стилем* и *шоками*, испытываемыми людьми при перемещении между областями значений [Schütz 1962: 230–234]. Эта концепция представляет собой один из видов когнитивно-пространственных подходов.

Многочисленность концептов пространства в экономической географии затрудняет для представителей других наук вычленение чётких идей, которые можно было бы заимствовать (подобно тому как географам удалось перенять из социологии понятие сетей). В экономической географии понятие пространства может изменяться от абстрактного до конкретно-исторического, от относительного размещения конкретных объектов до субъективно конструируемой реальности пространства [Wardenga 2002]. В свете этого можно усмотреть некую связь между более метафорической и зачастую более социологической трактовкой пространства у некоторых географов (см., например: [Hauge 2007]) и социологическими идеями о пространственном характере распределения знания и значений [Aspers 2006]. Разнообразие смыслов, охватываемых понятием пространства, ведёт к тому, что оно всё реже используется для обозначения физического пространства, и вопрос о том, что есть пространство, заменяется, по словам Д. Харви (D. Harvey), «вопросом о том, каким образом люди через различные практики создают и применяют различные концептуализации пространства» [Harvey 2006: 126]. Эта социологическая идея предполагает возможность непосредственного изучения многих объектов, которыми занимаются географы, без хождения окольными путями пространственного анализа [Harvey 2006: 119–120].

Социологизация географии проявляется также в текстах, цитируемых географами. Тот факт, что географы, мягко говоря, часто ссылаются на социологов, отмечен не только нами, но и самими географами [Boggs, Rantisi 2003: 109]. Некоторые авторы даже непосредственно обсуждают новые разработки экономической социологии. Так, Г. Грабхер (G. Grabher) проследил ход заимствования экономгеографами социологического понятия сетей [Grabher 2006]. Особенно активно сотрудничают географы и социологи Великобритании (см., например: [Gregory, Urry 1985b]).

Мы не оспариваем возможность взгляда на экономическую географию как на *синтетическое, междисциплинарное поле* [Peet 2002: 387]. Для социологов, которые стремятся с помощью экономической географии лучше разобраться в устройстве хозяйства, в этом есть как позитивные, так и негативные стороны. Нам представляется сомнительным, что социологи сумеют извлечь из экономической

<sup>28</sup> См. также: Поланьи К. 2002. *Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени*. СПб.: Алетей; 228. — *Примеч. перев.*

<sup>29</sup> Меньший масштаб географии делает её более восприимчивой к *заимствованию* новых идей. Измерить размер поля можно, посчитав количество журналов, учитываемых в индексе цитирования социальных наук: мы обнаруживаем 175 журналов по экономике, 93 социологических, 53 антропологических и 39 географических журналов. Если исключить исследования в рамках экономической науки, то остается 5–15% журналов, более или менее значимых для исследователей *хозяйства*.

географии пользу для теоретической работы, возможно, в этом отношении более плодотворно заимствование идей экономической антропологии. Чисто идеографические описания пространственных распределений полезны, но мало что дают в плане теоретизирования. Для того чтобы рассматривать пространственные размещения как результаты социальной активности или трактовать их последствия как социальные параметры, теоретику необходима опора на более широкие социологические понятия, по меньшей мере использование таких теоретических рамок, которые не ограничивают его анализом лишь объективных потоков и перемещений. Основная причина того, что, как мы показали в этом кратком обзоре, экономическая география немного может предложить социологии в плане теоретического обмена, заключается в большей ориентированности географии на объект исследования, чем на развитие теоретико-методологических подходов. Другая причина видится в масштабе этих дисциплин: поле географии, несомненно, более узкое по сравнению с полем социологии<sup>30</sup>. Впрочем, нет оснований сомневаться в значимости таких изученных экономгеографами аспектов хозяйства, как глобализация, инновации, знание и многих других. Междисциплинарность имеет свои позитивные следствия, делая доступными наработки экономической географии для социологов. Конечно, общее представление о значимости пространства и пространственности верно, и в этом отношении экономсоциологи могут многому научиться у географов. Многообразие методов географических исследований особенно ценно для социологов, ищущих новые идеи, но не стремящихся либо не готовых к более радикальным переменам в своем мировоззрении.

Таким образом, мы видим, что тематики исследований социологии и географии во многом пересекаются; возможно, география — это наука об обществе, которая наиболее близка к социологии, по меньшей мере в плане изучения хозяйства. Кроме того, экономсоциологи и экономгеографы разделяют ряд общих теоретических концепций. Другими словами, коммуникация между этими двумя дисциплинами не должна встречать особых затруднений, учитывая такое изобилие вопросов, ещё ожидающих своего тщательного изучения.

Теперь давайте посмотрим на то, какие ключевые вопросы одинаково важны и для географов, и для социологов. Экономсоциологам, как это не прискорбно, пока не удалось ответить, что является, а что не является *хозяйством*; ответ на этот принципиальный вопрос остаётся на уровне неявных допущений [Sklair 1997]. Возможно, ответить на него было бы легче учёным, пришедшим из другой дисциплины, способной тесно взаимодействовать с социологией. А поскольку понимание сути хозяйства необходимо всем изучающим этот объект дисциплинам, поиск точных определений должен стать их общей исследовательской задачей.

Другой вопрос возникает не только в исследованиях хозяйства, хотя и для них является очень важным. Его формулировка настолько же проста, насколько сложен ответ. *Что есть время?* Значение этого вопроса обусловлено тем, что в сфере хозяйства очень многое связано с соблюдением временных интервалов, инновациями, неопределённостью и ожиданиями, а все эти понятия тесно сопряжены с понятием времени. Т. Хегерstrand был одним из географов, попытавшихся учесть роль временного фактора в исследованиях пространства, при разработке своей временной географии [Hägerstrand 1967]. Хотя его весьма натуралистичный подход и рассмотрение времени и пространства в сугубо объективистских категориях можно критиковать, очевидно, что включение фактора времени в изучение инноваций является большим достижением, позволяющим рассматривать пространство и время как ресурсы [Mattsson 2007].

Представляется полезным последовать примеру Хегерstrandа в предпринятом им совместном изучении времени и пространства, но на основе более философского подхода [Harvey 2006: 123]. Ведь

<sup>30</sup> Согласно Б. Варфу (B. Warf), именно заимствование элементов социологической теории сделало географию теоретической наукой [Warf 2001].

пространство, как и время, — одно из самых сложных понятий в социальных науках, и усилий одной дисциплины недостаточно для его прояснения. Д. Харви подчеркивал эту сложность, говоря о том, что «пространство оказалось чрезвычайно непростым ключевым термином. Ни один из его многочисленных смыслов невозможно понять, не обращаясь к прочим смыслам. Но именно поэтому, особенно при совместном рассмотрении с понятием времени, оно столь плодотворно» [Harvey 2006: 148]. На наш взгляд, социологам и географам предоставляется замечательная возможность совместной работы над фундаментальными вопросами пространства и времени. При этом удалось бы избежать кантианского априоризма в пользу зиммелевского подхода, указывающего на необходимую связь социального с пространством и временем. Кроме того, для понимания онтологии времени и пространства могут быть полезны работы некоторых философов (ср.: [Harvey 2006]). Особенно важны в этом отношении идеи М. Хайдеггера (M. Heidegger), акцентировавшего связь бытия с пространством и временем [Heidegger (1927) 2001]. Работы Хайдеггера, конечно же, ничего не скажут о том, как проводить эмпирические исследования, но его теоретические рассуждения способствуют пониманию онтологии пространства. Этот подход, на наш взгляд, пока не использовался применительно к социально-пространственным процессам.

В целом после изучения экономической географии, экономической антропологии, экономической теории и, косвенно, социологии у нас возникло следующее впечатление: развитие всех этих дисциплин ограничено их собственной историей. Разработанные в рамках каждой дисциплины представления о бытии по-прежнему держат каждую «на коротком поводке» и затрудняют появление новых идей. Все дисциплины оказались в ловушке идеала объясняющей науки, истоки которого лежат в помещении учёного-наблюдателя в центр изучаемого им мира. Возможно, избавлением станет феноменологический подход, способный прояснить основания обеих дисциплин и тем самым выявить их ограничения. Он поможет снять мешающие нам пласты принимаемых как данность представлений и идей, созданных социальными науками за последние 100–150 лет. Коротко говоря, мы хотим снова видеть вещи такими, какие они есть.

### **Направления**

Социальная география, Германия

География населения (Human Geography), Великобритания

Культурная география, США

Марксизм, Франция

Регионалистика, США

### **Основные фигуры**

Иоганн Генрих фон Тюнен (Johann Heinrich von Thünen; 1783–1850)

Август Лёш (August Lösch; 1906–1945)

Вальтер Кристаллер (Walter Christaller; 1893–1969)

Альфред Вебер (Alfred Weber; 1868–1958)

Торстен Хегерstrand (Torsten Hägerstrand; 1916–2004)

Дэвид Харви (David Harvey; род. 1935)

Пол Кругман (Paul Krugman; род. 1953)

**Основные понятия:** пространство, место, среда

**Журналы**

Journal of Economic Geography

Economic Geography

Global Networks

Annals of the Association of American Geographers

Antipode: A Radical Journal of Geography

Geographical Review

Journal of Regional Science

Environment and Planning

Regional Studies

**Основная справочная литература**

The Dictionary of Human Geography

The Oxford Handbook of Economic Geography

The Blackwell Companion to Economic Geography

*Перевела с англ. Е. Б. Головляница.*

**Литература**

Amin A., Cohendet P. 2004. *Architectures of Knowledge: Firms, Capabilities, and Communities*. Oxford: Oxford University Press.

Angel D. 1991. High-technology Agglomeration and the Labor Market: The Case of Silicon Valley. *Environment and Planning A*. 23: 1501–1516.

Aoyama Y. 2007. The Role of Consumption and Globalization in a Cultural Industry: The Case of Flamenco. *Geoforum*. 38: 103–113.

Aspers P. 2006. Contextual Knowledge. *Current Sociology*. 54: 745–763.

Banks M. et al. 2000. Risk and Trust in the Cultural Industries. *Geoforum*. 31: 453–464.

Barnes T. J. 2001. Rethorizing Economic Geography: From the Quantitative Revolution to the Cultural Turn. *Annals of the Association of American Geographers*. 91: 546–565.

- Barnes T. 2004. The Rise (and Decline) of American Regional Science: Lessons for the New Economic Geography? *Journal of Economic Geography*. 4: 107–129.
- Barnett C. 1998. Reflections: The Cultural Turn: Fashion or Progress in Human Geography? *Antipode*. 30: 379–394.
- Bathelt H., Malmberg A., Maskell P. 2004. Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation. *Progress in Human Geography*. 28: 31–56.
- Boggs J., Rantisi N. 2003. The Relational Turn in Economic Geography. *Journal of Economic Geography*. 3: 109–116.
- Braczyk H.-J., Cooke P. Heidenreich M. (eds.). 1998. *Regional Innovation Systems*. London: UCL Press.
- Buttimer A. 2001. Humanistic Geography. In: Baltes P. B., Smelser N. J. (eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier; 7062–7067.
- Christopherson S. Storper M., 1986. The City as Studio — the World as Back Lot — the Impact of Vertical Disintegration on the Location of the Motion-Picture Industry. *Environment and Planning D (Society & Space)*. 4: 305–320.
- Cooke P. 2002. Regional Innovation Systems: General Findings and Some New Evidence from Biotechnology Clusters. *Journal of Technology Transfer*. 27: 133–145.
- Cosgrove D. 1985. *Social Formation and Symbolic Landscape*. Totawa, NJ: Barnes and Noble.
- Crang P. 1996. Displacement, Consumption, and Identities. *Environment and Planning A*. 28: 47–67.
- Crewe L. 2000. Geographies of Retailing and Consumption. *Progress in Human Geography*. 24: 275–290.
- Crewe L. 2001. The Besieged Body: Geographies of Retailing and Consumption. *Progress in Human Geography*. 25: 629–640.
- Crewe L., Beaverstock J. 1998. Fashioning the City: Cultures of Consumption in Contemporary Urban Spaces. *Geoforum*. 29: 287–308.
- Crewe L., Gregson N. 1998. Tales of the Unexpected: Exploring Car Boot Sales as Marginal Spaces of Contemporary Consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers*. 23: 39–53.
- Currah A. 2006. Hollywood versus the Internet: The Media and Entertainment Industries in a Digital and Networked Economy. *Journal of Economic Geography*. 6: 439–468.
- Dicken P., Malmberg A. 2001. Firms in Territories: A Relational Perspective. *Economic Geography*: 345–363.
- Dixit A. K., Stiglitz J. E. 1977. Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity. *American Economic Review*. 67: 297–308.
- Duncan J. S. 2004 (1990). *The City as Text: The Politics of Landscape Interpretation in the Kandyan Kingdom*. Cambridge: Cambridge.

- Duranton G., Storper M. 2006. Agglomeration and Growth: A Dialogue Between Economists and Geographers. *Journal of Economic Geography*. 6: 1–7.
- Engelhardt W. W. 1993. Sozialphilosophische, Sozialwissenschaftliche und Praxisbezogene Sozialpolitische Ansätze bei Johann Heinrich von Thünen. *Schriften des Vereins für Socialpolitik*. 222 (I): 11–31.
- Feldman M. 2000. Location and Innovation: The New Economic Geography of Innovation, Spillovers, and Agglomeration. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 373–394.
- Friedman S. W. 2003. Historical Geography and Historical Sociology: Our Honest Toil and the Spatial Turn. In: Delanty G., Isin E. F. (eds.). *Handbook of Historical Sociology*. London: SAGE Publications; 108–131.
- Fujita M., Krugman P., Venables A. J. 1999. *The Spatial Economy*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Gertler M. 2001. *Local Knowledge: Tacitness and the Economic Geography of Context*. Paper presented at Conference on Annual Meeting of the Association of American Geographers. New York. March 1.
- Gertler M. 2003. Tacit Knowledge and the Economic Geography of Context, or The Undefinable Tacitness of Being (There). *Journal of Economic Geography*. 3: 75–100.
- Gertler M. 2004. *Manufacturing Culture: The Institutional Geography of Industrial Practice*. *Oxford Geographical and Environmental Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Giddens A. 1984. *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Glassman J. 2001. Development Theory in Geography. In: Baltes P. B., Smelser N. J. (eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier; 3599–3604.
- Goddard J., Richardson R. 1996. Why Geography Will Still Matter: What Jobs Go Where? In: Dutton W. H. (ed.). *Information and Communication Technologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Gorter C., Nijkamp P. 2001. Location Theory. In: Baltes P. B., Smelser N. J. (eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier; 9013–9019.
- Grabher G. 2001a. Ecologies of Creativity: The Village, the Group, and the Heterarchic Organisation of the British Advertising Industry. *Environment and Planning A*. 33: 351–374.
- Grabher G. 2001b. Locating Economic Action: Projects, Networks, Localities, Institutions. *Environment and Planning A*. 33: 1329–1331.
- Grabher G. 2002a. Cool Projects, Boring Institutions: Temporary Collaboration in Social Context. *Regional Studies*. 36: 205–214.
- Grabher G. 2002b. The Project Ecology of Advertising: Tasks, Talents and Teams. *Regional Studies*. 36: 245–262.
- Grabher G. 2006. Trading Routes, Bypasses, and Risky Intersections: Mapping the Travels of Networks between Economic Sociology and Economic Geography. *Progress in Human Geography*. 30: 1–27.

- Graham M. 2008. Warped Geographies of Development: The Internet and Theories of Economic Development. *Geography Compass*. 2: 771–789.
- Graham S., Marvin S. 1996. *Telecommunications and the City: Electronic Spaces, Urban Places*. London: Routledge.
- Gregory D., Urry J. 1985a. Introduction. In: Gregory D., Urry J. (eds.). *Social Relations and Spatial Structures*. London: MacMillan; 1–8.
- Gregory D., Urry J. (eds.). 1985b. *Social Relations and Spatial Structures*. London: MacMillan.
- Hägerstrand T. 1967. *Innovation Diffusion as a Spatial Process*. Chicago: Chicago University Press.
- Harvey D. 1985. The Geopolitics of Capitalism. In: Gregory D., Urry J. (eds.). *Social Relations and Spatial Structures*. London: MacMillan; 128–163.
- Harvey D. 2006. *Spaces of Global Capitalism*. London: Verso.
- Hauge A. 2007. *Dedicated Followers of Fashion. An Economic Geographic Analysis of the Swedish Fashion Industry*. Uppsala: Uppsala University.
- Heidegger M. (1927) 2001. *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Hirschman A. O. (1958) 1967. *The Strategy of Economic Development*. New Haven; London: Yale University Press.
- Hughes A. 2005. Geographies of Exchange and Circulation I: Alternative Trading Spaces. *Progress in Human Geography*. 29: 496–504.
- Hughes A., Reimer S. 2004. *Geographies of Commodity Chains. Routledge Studies in Human Geography*. London: Routledge.
- Jackson P. et al. 1998. *Consumption, Place and Identity*. London: Routledge.
- Johnston R. J. 2001. Geography. In: Baltes P. B., Smelser N. J. (eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier; 6194–6199.
- Keeble D. et al. 1999. Collective Learning Processes, Networking and Institutional Thickness in the Cambridge Region. *Regional Studies*. 33: 319–332.
- Krugman P. 1991a. *Geography and Trade*. Leuven: Leuven University Press.
- Krugman P. 1991b. Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*. 99: 483–499.
- Krugman P. 1998. What's New About the New Economic Geography? *Oxford Review of Economic Policy*. 14: 7–17.
- Krugman P. 2000. Where in the World is the «New Economic Geography»? In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 49–60.

- Lawton-Smith H. et al. 2001. University-Business Interaction in the Oxford and Cambridge Regions. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*. 92: 88–99.
- Leslie D., Reimer S. 1999. Spatializing Commodity Chains. *Progress in Human Geography*. 23: 401–420.
- Leslie D., Reimer S. 2003. Gender, Modern Design, and Home Consumption. *Environment and Planning D: Society and Space*. 21: 293–316.
- Leyshon A., Lee R., Williams C. (eds.). 2003. *Alternative Economic Spaces*. London: Sage.
- Livingstone D. N. 1990. *Geography, Companion to the History of Modern Science*. London: Routledge.
- Lukes S. 1973. *Émile Durkheim*. London: The Penguin Press.
- Malmberg A., Maskell P. 2002. The Elusive Concept of Localization Economies: Towards a Knowledge-based Theory of Spatial Clustering. *Environment and Planning A*. 34: 429–449.
- Malmberg A., Power D. 2005. (How) Do (Firms In) Clusters Create Knowledge? *Industry and Innovation*. 12, 409–431.
- Malmberg A., Power D., 2006. True Clusters: A Severe Case of Conceptual Headache. In: Asheim B., Cooke P., Martin R. (eds.). *Clusters in Regional Development*. London: Routledge; 50–68.
- Marshall A. 1920. *Industry and Trade, A Study of Industrial Technique and Business Organization; of Their Influences on the Conditions of Various Classes and Nations*. London: Macmillan.
- Marshall A. (1920) 1961. *Principles of Economics*. Edited with annotations by C. W. Guillebaud. 2 Volumes. London: Macmillan and CO.
- Martin R. 1999a. Editorial: The New Economic Geography: Challenge or Irrelevance? *Transactions of the Institute of British Geographers*. 24: 387–391.
- Martin R. 1999b. The New Geographical Turn in Economics: Some Critical Reflections. *Cambridge Journal of Economics*. 23: 65–91.
- Martin R., Sunley P. 1996. Paul Krugman's Geographical Economics and Its Implications for Regional Development Theory: A Critical Assessment. *Economic Geography*. 73: 259–292.
- Martin R., Sunley P. 2003. Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea? *Journal of Economic Geography*. 3: 5–35.
- Maskell P., Malmberg A. 2007. Myopia, Knowledge Development and Cluster Evolution. *Journal of Economic Geography*. 7: 603–618.
- Mattsson H. 2007. Locating Biotech Innovation: Places, Flows and Unruly Processes. *Geografiska regionstudie*. 73. Uppsala: Uppsala University Department of Social and Economic Geography.
- McDowell L. 1997. *Capital Culture: Gender at Work in the City*. Oxford: Blackwell.
- McDowell L., Court G. 1994. Missing Subjects: Gender, Power, and Sexuality in Merchant Banking. *Economic Geography*. 70: 229–251.

- O'Connor J. 1998. Popular Culture, Cultural Intermediaries and Urban Regeneration. In: Hall T., Hubbard P. (eds.). *The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation*. Chichester: Wiley; 225–240.
- Peck J. 2000. Doing Regulation. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 61–80.
- Peet R. 2002. Book Review: The Oxford Handbook of Economic Geography. *Economic Geography*. 78: 387–392.
- Polanyi K. (1944) 2001. *The Great Transformation*. Boston: Beacon.
- Porter M. 2000. Locations, Clusters and Company Strategies. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 253–274.
- Power D. 2001. The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade. *Review of International Political Economy*. 8: 548–556.
- Power D., Hallencreutz D. 2007. Competitiveness, Local Production Systems and Global Commodity Chains in the Music Industry: Entering the US Market. *Regional Studies*. 41: 377–389.
- Power D., Scott A. J. 2004. Cultural Industries and the Production of Culture. *Routledge Studies in International Business and the World Economy*. London: Routledge.
- Pratt A. 1997. The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain 1984–1991. *Environment and Planning A*. 29: 1953–1974.
- Pratt G. 2001. Cultural Geography. In: Baltes P. B., Smelser N. J. (eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier; 3070–3075.
- Pred A. 1967. *Behavior and Location. Foundations for a Geographic and Dynamic Location Theory*. Part 1. Lund Studies in Geography Series B. 27.
- Rantisi N. 2004. The Designer in the City and the City in the Designer. In: Power D., Scott A. J. *Cultural Industries and the Production of Culture*. London: Routledge; 91–109.
- Ritter W. 1998. *Allgemeine Wirtschaftsgeographie*. München: R. Oldenbourg Verlag.
- Samuelson P. A. 1983. Thünen at Two Hundred. *Journal of Economic Literature*. XXI: 1468–1488.
- Saunders P. 1987. *Soziologie der Stadt*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Saxenian A. 1994. *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Schätzl L. 1974. Zur Konzeption der Wirtschaftsgeographie. *Die Erde*. 105.
- Schätzl L. 2003. *Wirtschaftsgeographie. Theorie*. München: Ferdinand Schöningh.
- Schumpeter J. (1954) 1981. *History of Economic Analysis*. London: Routledge.
- Schütz A. 1962. *Collected Papers I, the Problem of Social Reality*. The Hague: Nijhoff.

- Scott A. J. 2000. *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-producing Industries*. London: Sage.
- Scott A. J. 2002. A New Map of Hollywood: The Production and Distribution of American Motion Pictures. *Regional Studies*. 36: 957–975.
- Scott A. J. 2004. A Perspective of Economic Geography. *Journal of Economic Geography*. 4: 479–499.
- Scott A. J. 2005. *On Hollywood: The Place, the Industry*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Scott A. J. 2000. Economic Geography: The Great Half-Century. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 18–44.
- Scott A. J., Storper M. 1986. Overview: Production, Work, Territory. In: Scott A. J., Storper M. (eds.). *Production, Work, Territory*. Boston: Allen&Unwin; 1–16.
- Sheppard E. 2000. Geography or Economic? Conceptions of Space, Time, Interdependence, and Agency. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 99–119.
- Simmel G. (1903) 1983. Soziologie des Raumes. In: Simmel G. *Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; 221–224.
- Simmel G. (1908) 1983. Soziologie, Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. In: Simmel G. *Gesammelte Werke*. 2. Berlin: Duncker und Humblot.
- Sklair L. 1997. Review Essay: The Nature and Significance of Economic Sociology. *Review of International Political Economy*. 4: 239–247.
- Sprout H. 1968. Political Geography. In: Sills D. L. (ed.). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: The Macmillan Company & The Free Press.
- Storper M. 1989. *The Capitalist Imperative. Territory, Technology, and Industrial Growth*. New York: Basil Blackwell.
- Storper M. 1997. *The Regional World*. New York: The Guilford Press.
- Storper M., Scott A. J. 1995. The Wealth of Regions — Market Forces and Policy Imperatives in Local and Global Context. *Futures*. 27: 505–526.
- Swedberg R. 2005. *The Max Weber Dictionary. Key Words and Central Concepts*. Stanford: Stanford University Press.
- Taylor M., Asheim B. 2001. The Concept of the Firm in Economic Geography. *Economic Geography*. 77: 315–328.
- Thoman R. 1968. Economic Geography. In: Sills D. L. (ed.) *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: The Macmillan Company & The Free Press.
- Thrift N. 2000a. Less Mystery, More Imagination: The Future of the City of London. *Environment and Planning A*. 32: 381–384.

- Thrift N. 2000b. Pandora's Box? Cultural Geographies of Economies. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press; 689–704.
- Thrift N., Leyshon A., 1994. A Phantom State? The Detraditionalisation of Money, the International Financial System and International Financial Centres. *Political Geography*. 13: 299–327.
- Tickell A. 1996. Making a Melodrama out of a Crisis: Reinterpreting the Collapse of Barings Bank. *Environment and Planning D: Society and Space*. 14: 5–33.
- Tickell A. 2000. Finance and Localities. In: Clark G. L., Feldman M. P., Gertler M. S. (eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press: 230–247.
- Thünen J. H., von. (1809) 1826. *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Hamburg: Frederich Perthes.
- Vinodrai T. 2006. Reproducing Toronto's Design Ecology: Career Paths, Intermediaries, and Local Labor Markets. *Economic Geography*. 82: 237–263.
- Wardenga U. 2002. Geographiedidaktik Aktuell. *Geographie Heute*. 23: 8–11.
- Warf B. 2001. Space and Social Theory in Geography. In: Baltes P. B., Smelser N. J. (eds.). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier; 14743–14749.
- Waxell A. 2005. The Uppsala Biotech Cluster. Economic-Geographical Studies of Interaction, Knowledge Spill over and Labour Mobility. *Geografiska regionstudier*. 62. Uppsala: Uppsala University.
- Weber M. (1923) 1981. *General Economic History*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Weller S. 2007. Fashion as Viscous Knowledge: Fashion's Role in Shaping Transnational Garment Production. *Journal of Economic Geography*. 7: 39–66.
- Wood G. 1968. Regional Geography. In: Sills D. L. (ed.). *International Encyclopedia of the Social Sciences*. New York: The Macmillan Company & The Free Press.
- Wrigley N., Lowe M. (eds.). 1996. *Retailing, Consumption and Capital: Towards the New Retail Geography*. Harlow: Longman.
- Yeung H. W. 2001. Regulating the Firm and Sociocultural Practices in Industrial Geography II. *Progress in Human Geography*. 25: 293–302.
- Yeung H. W. 2005. Rethinking Relational Economic Geography. *Transactions of the Institute of British Geographers*. 30: 37–51.
- Zook M. 2005. *The Geography of the Internet Industry: Venture Capital, Dot-Coms and Local Knowledge*. Oxford: Blackwell.