

РЕЦЕНЗИИ

Г.Л. Мирошниченко, канд. филос. наук, доц. кафедры истории и теории социологии МГУ имени М.В. Ломоносова*

РАЗМЫШЛЯЯ НАД ПРОЧИТАННЫМ

Статья посвящена критическому анализу современной концепции креативности, представленной в работе Ю. Волкова “Креативность: творчество против имитации”.

Ключевые слова: креативность, творчество, креативная личность, имитация, креативный класс, креативное общество.

The article is devoted to the critical analysis of modern concepts of creativity, presented in the work of Yu. Volkov “Креативность: creativity against imitation”.

Key words: креативность, creativity, creative person, imitation, creative class, creative community.

Креативность сегодня вошла в моду, все вокруг “креативят”. Кавычки не случайны: под словом “креативность” часто скрывается лишь симуляция креативной деятельности. Хотя данный термин уже вошел в социологический дискурс, содержание его до сих пор трактуется неоднозначно, что демонстрирует монография Ю.Г. Волкова “Креативность: творчество против имитации”¹. Надо признать, что в отечественной литературе это первая и во многом новаторская попытка рассмотреть разные ракурсы и проблемы, связанные с этим концептом.

Причину обращения к этой теме автор связывает с наметившимся поворотом общественного сознания к поиску общенационального согласия, достижения справедливости, стабильности. Ю. Волков задается вопросом о субъекте, который мог бы стать мотором преобразований на пути реализации отмеченных социетальных качеств. Он убежден, что в России сформировался такой социальный слой, ориентированный на общественный альтруизм и реализацию общественного блага (с. 5). Именно этот социальный слой автор называет креативным классом, основное предназначение которого он видит в консолидации общества. Какие же признаки этого класса позволяют ему стать такой консолидирующей силой? Эти признаки оформляются через “стремление к поиску интересной работы, профессионализму, творческой самореализации” (с. 6). На

* **Мирошниченко Галина Леонидовна**, e-mail: galami7@mail.ru

¹ См.: *Волков Ю.Г. Креативность: творчество против имитации. М.: Альфа-М, 2013.*

первый взгляд эти, безусловно, похвальные качества слабо, мягко говоря, связаны с солидарными действиями во имя общего блага. Ответ на вопрос: “Несет ли однозначно креативность безусловное благо?” — далеко не очевидный. Хрестоматийный пример яркой креативности демонстрирует небезызвестный герой Ильфа и Петрова, из чего следует, что креативность как социальное качество далека от однозначной трактовки. Впрочем, Ю. Волков отдает себе в этом отчет, отмечая на страницах книги аналогичные примеры негативной креативности.

Творческие люди нередко проявляют качества скорее эгоистические, стремясь реализовать свои творческие амбиции, нежели альтруистические. Но из контекста книги становится понятно, что подобные субъекты, хотя и наделенные творческим потенциалом, по-видимому, к креативному классу не относятся. Именно об этом подробно идет речь во второй главе книги, в которой автор предлагает переформулировать, точнее сказать, размежевать понятия творчества и креативности, понимая под первым удел высокой культуры, сосредоточенность на своем “Я”, в то время как под вторым — способность к массовым социальным практикам, направленным на удовлетворение запросов общества (с. 68). Автор осуществляет обширный исторический экскурс в мир идей относительно творчества, обращаясь к различным эпохам, и приходит к выводу, что для творческой личности характерны проявления известной ограниченности, связанной с узкой специализацией (с. 75), безразличия и безучастности по отношению к обществу. Такая личность не несет в себе “солидаристских интенций”, что снижает статус ее социального влияния (с. 74), поскольку ее социальная позиция воспринимается как периферийная. Более того, творческая личность не вписывается в социальную градацию, в социальную иерархию (с. 80).

Другое дело — личность креативная. Какими же признаками наделяет ее автор? Прежде всего это деловитость, организованность, активность, направленная на решение постоянно возникающих социальных проблем (с. 82). Здесь можно согласиться с автором, что такие качества, как ответственность, организованность и т.п., вне сомнения, остро востребованы сегодняшним российским обществом. Однако вновь зададимся вопросом: “Стоит ли эти качества возводить в ранг креативных?” Впрочем, автор и сам отмечает парадоксальность этого утверждения (с. 82).

Подробно анализируя кризис традиционной модели творческой личности, Ю. Волков отмечает исчезновение моральных регуляторов, нравственного долга перед обществом у творческой личности, что превращает ее в социального аутсайдера. Авторы постмодерна связывают это явление с массовизацией общества, основные устрем-

ления представителей которого направлены на потребление. Однако существует и другая, гуманистическая трактовка творческой личности, которая отмечена у таких авторов, как Р. Инглехарт, А. Этциони, Ф. Фукуяма и др. Последние связывают ее с ориентацией на постматериалистические ценности, с переходом от индивидуалистической к коммунитарной системе социальных ценностей, возрождением нравственности на основе социально-рефлексивного знания (с. 86–87). Ю. Волков всецело присоединяется к изложенному пониманию, полагая, что потенциал творческой (креативной?) личности может реализоваться лишь в контексте согласования с общественными интересами и создания отношений социального соучастия и доверия.

В третьей главе работы автор обращается к анализу перспектив креативной личности в российском социокультурном пространстве и вновь задается вопросом о правомерности определения креативной личности как субъекта массовых социальных практик в российском обществе. Он отмечает неукорененность категоризации креативности в российской культурной традиции, связывая ее с литературоцентристской особенностью отечественной культуры. Отсюда творчество привычно воспринималось как удел исключительно интеллигенции. Но может ли быть иначе? Автор уверен, что не только может, но и должно быть иначе. Для этого нужно переформатировать само понятие творчества, в известной мере снизив градус некой “идеальности” в интерпретации этого феномена, предлагая не ограничиваться его пониманием как достижения трансцендентных целей. Креативность и обыденность, пишет автор, не столь уж несовместимы (с. 101). Ю. Волков видит в креативной личности реальную альтернативу личности потребительской и личности архаичной. Такая личность “предполагает избавление от скептицизма, отщепенства, излишнего критиканства и самолюбования” (с. 99). И в который раз не покидает сомнение: достаточны ли означенные качества в роли маркеров креативной личности? Если даже допустить в известном смысле их необходимость, то стоит также отметить и их явную недостаточность.

Как бы ни определяли российскую креативную личность, а реалии нынешние таковы, что она, по справедливому мнению автора, оказывается в заведомо проигрышном положении, и этот проигрыш детерминирован системой социальных и моральных ценностей. Для креативной личности открываются только два пути: «...либо пребывать на периферии социальной жизни, поддерживая иллюзию творческой свободы, либо присоединиться к “победителям”, действовать по логике включения, пытаться выразить свой креативный потенциал через интересы доминирующих групп» (с. 108). Что же касается ценностей, то в российском обществе се-

годня реальное творчество не соотносится с понятием успеха и не совпадает с установками на жизненные приоритеты, и в этом утверждении автор абсолютно прав.

Коль скоро творческая личность пребывает на периферии социальной жизни, кто же находится в мейнстриме социального пространства? Это личность имитационная, блестящий анализ которой, бесспорно, украшает анализируемую работу. Сегодня такая личность приобрела характер модальности, и этому способствуют масса обстоятельств объективного характера и те сдвиги, которые характеризуют поведенческие и мыслительные практики. Имитационная личность “вырастает” в обществе, в котором нарушены принципы социальной справедливости, соответствия оценки полезности и значимости индивида его реальному вкладу. Это провоцирует уход от реальности в симулятивную деятельность. Рождение имитационности автор оценивает как своеобразный способ адаптации, выживания в условиях кризисного социума и высокой степени неопределенности. “Имитационность дает ощущение активности без приложения усилий... являясь по существу суррогатом деятельности... предполагает результаты, которые бы удовлетворили социальную самооценку человека без рисков, беспокойства, без необходимости перестроить самого себя” (с. 112). Для такой личности существует один критерий — быть успешной или хотя бы создавать видимость, казаться таковой для других. Хочется в подтверждение привести собственное характерное наблюдение, иллюстрирующее последнюю мысль. Сегодня на вопрос: “Как поживаете?” — чаще всего слышишь в ответ: “Лучше всех!” — а так ли это на самом деле, — оказывается, совсем не важно. При этом для оценки успеха личности не используются ни критерии профессионализма, ни критерии компетентности и гражданской зрелости. Удачно подмечена автором и заразительность имитации. Наконец, главный вопрос, который волнует автора: может ли имитационная личность переродиться, преобразиться в личность креативную? Он допускает такую возможность, но при определенных обстоятельствах, при условии реальной социокультурной модернизации, перехода к обществу знания. Какие же качества имитационной личности могут сыграть роль стартового пуска? Возможно, этому могут способствовать гибкость, пластичность, присущие этому типу личности. Определенную надежду внушает и то, что, как показывают социологические опросы, российские граждане независимо от возрастной и социально-профессиональной принадлежности демонстрируют запрос на качественное образование, перспективную и престижную работу. Это, считает автор, может запустить процесс преодоления имитационности и поворот в сторону востребованности качеств, основанных на реальных социально-

профессиональных и образовательных достижениях, а не на симулятивности и использовании нелегитимных способов достижения личного успеха.

Четвертая и пятая главы работы, в которых рассматривается креативный класс и его концептуализация в российском обществе и социальной структуре, вызвали много вопросов. Автор полагает, что стратификационный подход нерелевантен в поисках креативного класса, у этого класса нет оснований в социальной структуре российского общества по признакам материальной обеспеченности, социально-профессиональному положению, самоидентификации (с. 161). По каким же признакам предлагается его вычленять? Это должны быть достаточно строгие и одновременно гибкие и подвижные критерии (с. 135–136). В результате долгих поисков по тексту они нашлись на с. 156. Итак, основным признаком креативного класса является творческая самомотивация, и именно она определяет жизненный выбор и оценку жизненных шансов. Вторым признаком выступает связь креативного класса с инновационными сферами экономики и общественной жизни. Третий признак определяется престижем, авторитетом, общественным признанием, наконец, к четвертому признаку относятся профессионализм и социальная инициативность. Позволим себе отметить, что выделенные признаки почти не отличаются от известных показателей, применяемых при выделении социальной группы (класса) в различных социально-стратификационных схемах. Разве что указание на размер доходов отсутствует. Однако этот показатель не всегда включают в свои схемы социологи, пользующиеся стратификационным подходом. Кстати, М. Кастельс, давая характеристику новому классу, который он предпочитает называть “информационными работниками”, отличительным признаком которых является самопрограммируемый труд с сильной креативной составляющей, отмечает, что “стоит” этот класс очень дорого. Он отмечает уникально высокие доходы этой группы работников, которые им обеспечивает господствующий класс, хотя для “информационных работников” высокие доходы не являются самоцелью.

Заслуживает рассмотрения и авторская аргументация относительно консолидации российского креативного класса, которая может реализоваться при условии его обращения к гуманистической идеологии. При этом отмечается, что креативность как качество может трактоваться вне идеологических рамок, но при снятии идеологических ограничений социальное творчество может приобрести деструктивные формы. Автору видится реальная перспектива поворота российского креативного класса к гуманистической идеологии, что позволит пресечь, нейтрализовать долговременные негативные тенденции поляризации и дезинтеграции, не дать воз-

возможности возникнуть новым социальным неравенствам (с. 167). Как считает автор, позицию социального альтруизма непременно должен принять креативный класс. Бесспорно, пожелание привлекательное. Но есть ли гарантии, что оно станет реальностью? Они, на наш взгляд, весьма призрачны хотя бы по той причине, что идеология интересует творческих людей в последнюю очередь. Их устремления имеют четкий вектор на самореализацию и творческие амбиции. Эти люди очень мобильны, тем более в век глобализации. Если социальная среда не предоставляет им возможности реализовать свои проекты, они перемещаются в более благоприятное для творчества место, что неплохо демонстрирует российский феномен “утечки мозгов”. Позволим себе еще раз обратиться к М. Кастельсу, который не соглашается с тем, что именно новый класс возьмет на себя в будущем ответственность за гармонизацию социальных отношений. Напротив, согласно его прогнозу, социальные конфликты не только не исчезнут, но, вероятно, приобретут больший накал и остроту. Впрочем, Ю. Волков не оставляет без внимания этот вывод М. Кастельса о негативных сторонах информационного общества (с. 232), но склоняется к альтернативному сценарию развития общества, которое он называет “креативным” (о чем в рассматриваемой книге будет сказано в шестой главе). Однако хочется обратить внимание на название подраздела пятой главы: “Креативный класс как субъект модернизационных *ожиданий*”. Возникает закономерный вопрос: от кого активный креативный класс *ждет* модернизации? Понятно было бы, если бы креативный класс позиционировался как субъект модернизационных *преобразований*. Еще хотелось бы обратить внимание на название другого подраздела упомянутой главы — “Региональные элиты: перспективы перехода к креативному состоянию”. В данном случае также возникает вопрос: почему в регионах только элиты (речь идет об управленческих элитах) выступают “субъектами модернизационного процесса” (с. 186)? Можно было бы понять логику автора, если бы получила освещение проблема элиты на федеральном уровне как инициатора, творца модернизации, но о ней в данном контексте не упоминается, поэтому неожиданное смещение акцента рассмотрения креативности на уровень элит выглядит не совсем понятно.

В шестой главе автор предлагает теорию креативного общества как оптимальный вариант развития, полагая, что в креативном обществе устраняются риски социального регресса в противоположность обществу информационному и технотронному, описываемому в трудах многих западных теоретиков. Это новая социальная конструкция, которая не имеет аналогов в прошлом, — так оценивает ее сам автор, замечая при этом, что нельзя исключить определен-

ный риск присутствующего в ней утопизма. Действительно, ощущение утопичности по мере прочтения рецензируемой работы, надо сказать, не только появляется, но и крепнет. Однако если оценивать теорию креативного общества и креативный образ жизни как привлекательный бренд, то здесь нет возражений, но при чем здесь наука? Это все же, скорее, идеология. Как форма общественного идеала она имеет право на существование. Ю. Волков справедливо отмечает, что российскому обществу необходимы новые ориентиры развития, выходящие за границы рыночного (либерального) или коммунистического проекта и предлагает “третий” путь — путь формирования креативного общества (с. 281). Кажется, дело за малым — изменить отношение к креативности, “...убедив население, что это не только интересно, но и является базисным элементом развития личности” (с. 230). Автор и сам прекрасно понимает, как сложно сломить негативизм, усталость, безразличие, недоверие, накопившиеся в общественном настроении и сознании российских граждан за годы реформ. И он аргументированно это показывает в главе седьмой, в которой идет речь о российской модернизации, тем самым автор демонстрирует трезвый взгляд на те процессы, во многом имитационные, которые являются серьезным тормозом на пути выведения страны на новый уровень развития. Ю. Волков обоснованно отмечает неготовность элит к проявлению реальной политической роли и налаживанию диалога с обществом для достижения национального согласия (с. 282).

Несмотря на многочисленные барьеры, которые стоят на пути обновления российского общества, автор верит в гуманистический выбор России. В то же время он задается вопросом: “Имеем ли мы дело с придуманной или реальной ситуацией в виде желаемого, но практически не реализуемого проекта?” (с. 375). Что ж, определенно эти сомнения не лишены основания. Можно и дальше множить сомнения, но надо признать, что работа в целом получилась интересная, она заставляет задуматься над многими проблемами нашего общества и побуждает к поиску адекватных решений. В заключение хотелось бы напомнить обращение Э. Гидденса к социологическому сообществу, в котором он с сожалением говорит об отсутствии в современной социологии утопических проектов, которые придали бы направленность социальным реформам и мотивирующим их идеям. Э. Гидденс полагает, что немножко больше утопического мышления нам не повредит: “Нам нужно больше позитивных идеалов в мире. Но не пустых: скорее это должны быть идеалы, связанные с реально возможными переменами”².

² Гидденс Э. К социологическому сообществу! // Социологические исследования. 2007. № 9. С. 3.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Волков Ю.Г. Креативность: творчество против имитации. М., 2013.
(*Volkov Ju.G.* Kreativnost': tvorcestvo protiv imitacii. M., 2013.)

Гидденс Э. К социологическому сообществу! / Социологические исследования. 2007. № 9. (*Giddens Je.* K sociologicheskomu soobshchestvu! / Sociologicheskie issledovanija. 2007. N 9.)