

РЕЦЕНЗИИ



Волков Ю.Г. Креативность: творчество против имитации.
М.: Альфа-М, 2013. 432 с.

При оценке монографии Ю.Г. Волкова следует иметь в виду, что в российской социологической традиции креативность воспринимается явно неоднозначно: слишком высока степень риска, да и боязни таких штампов, как социальная памфлетика или публицистика. Вероятно, поэтому, а не только чтобы оценить авторскую идею и предпринятое им исследование, надо особо заметить стремление уйти от идеологических клише, введя обсуждение в рамки научной дискуссии. Прочитав работу, без преувеличения можно сказать, что конкретный вклад Ю.Г. Волкова в социологическую науку и состоит в том, что, преодолевая сомнения по поводу несоциологичности дискурса креативности, формируется самостоятельный оригинальный подход к уже имеющимся в социологической теории парадигмам социальной активности и социального творчества.

Ранее российское социологическое сообщество уже имело возможность ознакомиться с работой американского исследователя Р. Флориды по креативному классу¹. Там автор предельно корректен, рассуждая о существовании и перспективах креативного класса в российском обществе, применяя критерии инновационности и свободы творчества. Однако заметим, что труд Р. Флориды написан для американского общества и для российских ученых если он и имеет ценность, то только в качестве ознакомления с новыми социологическими трендами и с необходимостью заняться научным выяснением вопроса о реальных перспективах креативного класса в нашей стране.

¹Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее = The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Классика-XXI, 2005. 430 с.

Ю.Г. Волков, осмысливая креативность в контексте дискуссии о вариантах исторического развития России, доказывает стойкость своего убеждения в том, что в России уже сформировался социальный слой, обладающий достаточными интеллектуальными, творческими, мобилизационными ресурсами, чтобы квалифицироваться как креативный класс. Для него очевидным является воздействие креативного класса на отношение россиян к перспективам социокультурной модернизации. Подчеркивая, что самым проблемным местом модернизационного проекта в России является дефицит коллективной субъектности, ответственности социально активных слоев за изменения в стране, автор далек от неопределенной идеи Р. Флориды, что креативный класс – это «люди, которые меняют будущее». Для Ю.Г. Волкова более важным является выявить неоднозначность тенденций социального развития России в свете перспектив наиболее модернизационных групп.

По автору монографии логика социальных обстоятельств определяется сужением социального интереса тех групп, которые, казалось бы, призваны осуществлять социальные изменения. Это связано как с непреодоленностью приспособительных стратегий, так и с тем, что социальное творчество замещается социально-имитационными практиками, симулякрами социального созидания, паллиативными инициативами, проектами, направленными на «изменения без изменения».

Эта оценка характеризует не только российскую политическую элиту: имитация, как качество социальных отношений, влияет на социальное самочувствие всех групп, на социальные практики. Сложность реализации креативного потенциала общества выражается не в отсутствии социальной пассионарности, якобы «израсходованной» в предшествующий советский период, а практиками минимизации социальных усилий, стремлением к эффективности, но не результативности проводимых преобразований. В книге подчеркивается, что имитационности в социальной и политической жизни не избежали и страны Восточной Европы, где при внешне проявляемых демократических процедурах устойчиво проявляются образцы социальной архаичности, разделенности и «зряшного» отрицания.

Но в России, и в этом убеждает автор, имитационные практики показывают всю ограниченность «репертуара» новых социальных институтов. Речь идет о том, что концентрация усилий в политико-правовой сфере вне изменений в сфере повседневной жизни создает лишь иллюзию преобразовательства, трансформационной активности элиты на фоне инертности массового сознания. В реальности, как пишет Ю.Г. Волков, внедряемые институциональные инновации не формируют площадок коллективного творчества, а становятся монополией экспертных сообществ, не склонных к позитивной оценке массового сознания, уровня социальной и профессиональной компетентности большинства россиян.

В этой ситуации инициатива, самодеятельность «снизу» неизбежно попадают под подозрения в дилетантстве или своекорыстии. Однако непрозрачность самой социальной экспертизы приводит на деле к расширению пространства имитационности. Это повышает интерес лишь к краткосрочным проектам, конструированию псевдореальности, «обозначению знаками реального нереального».

Как показывает Ю.Г. Волков, возникает ситуация несоотнесенности с действительностью, когда существующие социальные проблемы замещаются различными информационными поводами, «картинками» гламура, театра, перформанса, тем, что противоречит логике повседневности, хотя пытаются предстать истинностью социального творчества. Автор вполне социологичен в своих рассуждениях о том, что социальная имитационность в российском обществе определяется маргинализацией, потерей позиций профессиональности и престижности, переходом в состояние социальной самопрезентации в целях добиться монопольных позиций в политике, науке, культуре, действовать по принципу «тусовочности», деления на «своих» и «чужих» по критерию совпадения интересов, степени «конформности».

Стремление к «единомыслию» воспроизводит состояние имитационности, так как осуществляется запрет на допущение альтернатив, на признание права на творческую самостоятельность и утверждается сакральность реализуемых идей и проектов. В книге последовательно проводится мысль о том, что имитационность, как состояние общественной жизни, вступает в противоречие с запросом массового сознания на самореализацию, интересную работу, общественную пользу.

Приведенные данные социологических исследований позволяют автору считать, что российское общество в целом готово к реальным переменам совершенствования различных сторон общественной жизни. Но общество в то же время в одинаковой степени критически воспринимает «засилье» имитационных форм, структур с латентными функциями, удовлетворяющими интересы «избранных». Объективной помехой развитию креативного класса (40 % россиян) выступает монополия на активность групп, сосредоточивших организационные и информационные ресурсы. Иными словами, социальные отношения нуждаются в реформатировании, введении в реальные социальные взаимодействия критериев профессионализма и взаимответственности.

Этого возможно, считает Ю.Г. Волков, достичь, если принять массовое социальное творчество в качестве действенного инструмента социальных преобразований, демократизировать систему социального управления, развивать инициативу локальных и региональных сообществ. Автор не случайно подмечает, что во многом тенденции креативности сдерживаются всем очевидным разделением между «столицей и провинцией».

К тому же очевиден синдром социального высокомерия, веры в успех манипулирования общественным сознанием.

Для автора стало очевидно бесперспективность имитационных практик, которые, хотя и обеспечивают квазистабильность, по реальным последствиям приводят к постоянному воспроизводству кризисных ситуаций. Для самого носителя имитационности характерно стремление к монополизму, сопровождаемое различными архаичными образцами, традициями, которые хотя и внешне отсылают к непререкаемым социальным авторитетам, но в реальности имитируют прошлое, способствуя тем самым бесплодному чувству социальной ностальгии.

Для автора очевидно, что перспективы креативности в российском обществе определяются переводом творчества в социальные ожидания, в то, что называется состоянием коллективного и индивидуального выбора. Те, кого Ю.Г. Волков относит к креативному классу, несмотря на определенные социально-профессиональные и социально-имущественные различия, обладают установкой на участие в социальных изменениях, на социальную самооценку через реализацию совместных социальных проектов.

В книге подчеркивается, что как раз востребованной традицией является унаследованность талантливости населения российского общества, его способности мыслить нестандартно, творчески, что для него социальное самовыражение издавна «шире» престижного. При всех усилиях российских СМИ забыть традиции, сохранить имитационность чувств и настроений в информационном пространстве, большинство россиян явно не отождествляют образцы гламура со своими повседневными ожиданиями.

При этом довольно отчетливо проявляется оценка Ю.Г. Волковым креативности в качестве необходимого исторического прорыва общества, как способа саморазвития и качественного роста. Продолжая изучение путей гуманизации общественных отношений, к которому автор обратился еще в 80-е гг., демонстрируется ценность для социологической науки дискурса креативности как ввода в творческую социологию, социологию реальных социальных изменений и общественных движений.

Автор довольно скромен в своих ожиданиях, в книге отсутствуют рассуждения о социальных мегатрендах, ее содержание в большей степени посвящено повседневности, казалось бы, микроизменениям, из которых складывается мозаика творчества в российском обществе, из которых просматриваются тенденции будущего гуманистического общества. Именно поэтому автор не выстраивает примитивную схему по принципу «хорошо – плохо» в анализе соотношения креативности и имитационности в развитии российского общества. Для него гораздо важнее убедить читателя в безальтернативности креативного пути развития, не занимаясь при этом социальным предсказательством.

В авторской трактовке в том виде, в каком креативность воспринимается и оценивается в российском обществе, есть и определенное наследие «литературоцентризма», оторванности от повседневных реалий, и ориентация на оппозиционность, противодействие официальным инициативам, и то, что креативные личности проявляют низкую самоорганизацию, и то, что часто за креативностью скрываются ничем не подкрепленные личные и групповые амбиции. Но при этом не подвергается сомнению имманентность креативности идеальному общественному устройству, о чем мечтают россияне, социальным отношениям, которые воплощают принцип сотрудничества.

Вероятно, жизнь в обществе существующей социальной напряженности не устраивает креативный класс, его представители понимают, что ресурс индивидуализма постепенно близится к концу из-за нарастающих внутренних и глобальных вызовов. Собственно, в книге имитационность, несмотря на заявленность в заголовке, только оттеняет круг проблем, интересующих автора, а для него очевидным является анализ перспектив исторического развития России, становления будущего гуманистического общества. Поэтому мы не являемся свидетелями тенденциозной позиции, субъективность автора проявляется лишь в привлечении внимания к тем процессам, которые являются периферийными, пока не осмысливаются как долговременные тенденции, но по направленности являются стратегией социального развития. Убеждаясь в воспроизводстве имитационных практик, Ю.Г. Волков переориентирует наше внимание на развитие возможностей для создания новых творческих практик, описывая их достаточно.

Это обусловлено тем, что выявляется взаимосвязь между изменениями в политической и социальной жизни и ростом креативных настроений в обществе. В формировании креативности выделяются такие важные факторы, как развитие форм экономической и социальной самостоятельности, культурные инициативы, но самое главное для автора – сохранение творческих потенциалов российского «бюджетного» класса, тех, кто, несмотря на ухудшение социальных условий и падение престижа профессионализма, продолжает традицию общественного сподвижничества, сохраняет приверженность традиционным ценностям общественного блага и общественного долга.

Тем самым автор дает ответ по поводу различий между российским и американским креативным классом. В американском варианте, как трактует упомянутый выше Р. Флорида, креативный класс есть модификация «интеллектуалов», для которых социальные и технологические инновации означают повышение социально-статусных параметров, имеют значение для профессиональной карьеры, а для общества предлагает вариант, как «можно улучшить свое положение». Не вступая в полемику по поводу

представленного определения, Ю.Г. Волков обозначает роль российского креативного класса в реализации гуманистических принципов в новых социальных условиях.

К такому убеждению автора приводит логика самоопределения креативного класса, перспективы коллективной субъектности на основе гуманистических принципов. В ином случае – креативный класс становится заложником социальной конъюнктуры, идентифицирует себя с кругом, созданным или предписанным группами-монополистами. Наиболее примечательная черта креативного класса состоит в ожидании социально разумного и справедливо устроенного общества. Даже если признать влияние социального реванша, неудовлетворенности той оценкой профессиональных и социальных качеств, которые господствуют в российском обществе, связанные с этим надежды перемен к повышению социального статуса, в настроениях креативного класса просматривается принятие формулы социальной консолидации, необходимой в условиях усиливающейся глобальной конкуренции, и становления России как одного из интеллектуальных центров современного мира.

Социологическое исследование завершилось диагнозом. И в этом привлекательность проделанной автором обширной работы. Теоретическое осмысление раскрывалось на основе приглашения к коллективному размышлению о судьбах российского народа и государства. В настоящее время отечественная социология испытывает потребность в том, чтобы стать социально активным знанием, воздействовать на настроения и политиков, и общества в целом. Труд Ю.Г. Волкова явно соответствует этой задаче, органично сочетая высокий уровень исследовательской культуры и социальной проективности, устремленности в будущее, без чего даже результативный социологический анализ становится довольно скучной, ни к чему не обязывающей констатацией фактов. Надеюсь, что читатели разделяют мое мнение при том, что автору чужд стиль менторской поучительности и беспрекословности суждений.

А.В. Дмитриев,
член-корреспондент РАН