

ВОЛКОВ Юрий Григорьевич –

д. филос. н., профессор; директор Института по переподготовке и повышению квалификации преподавателей гуманитарных и социальных наук Южного федерального университета.

Россия, Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 160

infoippk@sfedu.ru

КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС И РОССИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

CREATIVE CLASS AND THE RUSSIAN STATE: PROSPECTS OF COOPERATION

В данной статье анализируется проблема взаимодействия креативного класса как новой социальной группы с государственными структурами с точки зрения взаимответственности. Автор приходит к выводу, что на уровне взаимодействия формируется социальное поле интересов креативного класса и, с другой стороны, государство расширяет возможности социального развития путем включения социальной энергии креативного класса. Для изменения будущего требуется консолидация общества в оценке прошлого и настоящего, а это предполагает объединение людей на основе последовательного формирования пространства креативной деятельности.

Ключевые слова: креативный класс, Российское государство, субъект социального действия, формула взаимодействия, социальный проект

This paper analyzes the problem of interaction between creative class as a new social group and government agencies in the context of mutual responsibility. The author concludes that the social field of interests of the creative class is being formed on the level of interaction, and the government, on the other hand, expands opportunities for social development by incorporating social energy of creative class. To change the future we need the consolidation of society in the assessment of the past and present, what means bringing people together on the basis of a coherent formation of creative activity space.

Keywords: creative class, Russian state, subject of social action, formula of interaction, social project

Необходимо отметить, что государство для россиян является особым институтом, определяющим стратегические цели развития общества и обеспечивающим его развитие, смыслозадающим субъектом, думающим и заботящимся о благополучии нации в целом [Россия реформирующаяся... 2012: 70]. Исходя из этого суждения, можно сказать, что государство не может быть субъектом социального действия, социальных изменений без опоры в обществе, без класса, разделяющего с государством ответственность за судьбы страны. Дискуссии по этой проблематике показывают, что сложности в оценке и анализе перспектив сотрудничества государства и общества связаны, во-первых, с тем, что в обществе воспроизводится разделение на элиту как субъект государственной власти и неэлитное большинство населения, что приводит к эффекту ожидания диалога только с российской элитой. Во-вторых, отмечается конфликтность существующих групповых

интересов и неспособность создать условия для рамочного соглашения, чтобы общество выступало достойным партнером государства.

Мы полагаем, что формирующийся креативный класс как класс личностей нуждается в государстве в качестве гаранта надежд на социальное обновление общества. Но и государство в свою очередь начинает видеть в креативном классе группу содействия, взаимодействия с различными слоями населения.

При том, что за государством сохраняется роль политического и правового центра, креативный класс в состоянии стать коллективным генератором новых идей, интеллектуальным оплотом модернизации. Чем больше мы будем анализировать социальные перспективы креативного класса в российском обществе, тем в большей степени станет ясно, что именно модернизационный проект делает креативный класс референтным, придает импульс внутригрупповой консолидации,



определяет возможности кооптации представителей креативного класса в политическую элиту российского общества.

Неразличение креативного класса и других слоев населения, приписывание креативному классу желаемых, а не социально атрибутированных качеств, разумеется, свидетельствует о рецедивирующей модернизации, цикличности модернизации/антимодернизации в российском обществе. Можно сказать, что в российском обществе впервые сформировалась социальная группа, которая, не являясь аналогом зарубежного среднего класса (который практически перестает быть костяком потребительского общества), одновременно не может ассоциироваться и с интеллигентским анархизмом, т.к. характеризуется служением общественному долгу в соответствии с интересами самореализации, удовлетворения творческих интенций, не выступает в оппозиции к власти, демонстрируя моральное превосходство, и готова сотрудничать по различным направлениям социальной деятельности, основываясь на собственном профессиональном и репутационном капитале.

В этом отношении креативный класс нуждается в понимании и поддержке других слоев российского общества, в доверии к социальным инициативам, в заключении неформальных контрактов для реализации социальных, социально-экологических акций, делегировании полномочий по осуществлению взаимодействия с властными структурами. А.Б. Гофман обоснованно отмечает, что есть опасность демодернизации со стороны отвергающих ее антимодернистских идеологов [Россия реформирующаяся... 2012: 31], но также важно видеть реальное сопротивление модернизационным процессам на уровне внешне расплывчатых, но имеющих регрессивную направленность действий со стороны квазирелигиозных, квазитрадиционалистских групп, которые, хотя и охватывают незначительное число россиян, опережают креативный класс в информационном пространстве, придавая чрезмерную публичность собственным действиям, объективно препятствуют преодолению синдрома социального изоляционизма в российском обществе и ориентированы на отрицание практик креативного класса как расходящихся с представлениями о высокой духовности и национальной традиции.

Поэтому креативный класс обязан создать традицию социального творчества, что не означает конструирование символических кодов, внедряемых как мода на социальное творчество, а связано с пониманием роли социального творчества в российской истории. Укрепляющим аргументом является то, что наиболее заметные периоды российской истории характеризуются вертикальной социальной мобильностью, выдвиганием новых социальных слоев, обновлением политических элит. Несмотря на то что традиция государственно-центризма определяет отношение к государству как к институту всеобщего блага, стремление креативного класса «работать и на себя, и на общество» (22%)¹ показывает, что само государство из структуры социального нормирования становится базовой структурой согласования интересов. Можно констатировать, что в представлениях креативного класса доверие к государству основывается на принятии схемы взаимных обязательств. Государство воспринимается как центр координации общественной жизни, т.к. осуществляет стимулирование горизонтальной и вертикальной социальной мобильности, социального поля и создает перспективы для проявления и расцвета индивидуальных задатков всех членов общества [Новые идеи... 2013: 153]. Позиции креативного класса определяются тем, что групповые интересы приобретают общезначимый смысл, поскольку креативный класс разделяет с государством ответственность за ситуацию в стране и воспринимается в обществе как представитель государственных интересов.

В свою очередь, система государственного управления расширяет воздействие на социальную динамику включением креативного класса в качестве надежного партнера, что характеризует переход от понимания государства как гаранта социального минимума к пониманию государства как гаранта равенства возможностей. В противном случае в российском обществе постоянно будет воспроизводиться дилемма «опекунское государство — минимальное государство». С точки зрения развития креативного класса отмеченная ситуация неконструктивна: при изначально равных для всех

¹ Россия, которая возможна. Материалы всероссийского опроса ВЦИОМа, апрель-май. 2013.

возможностях задача государства состоит в том, чтобы создать условия для раскрытия способностей людей, которые или материально преуспели сами, или свобода самовыражения личности является для них приоритетной (28%) [О чем мечтают... 2013: 50]. Понятно, что такая характеристика креативного класса свидетельствует о намерении быть субъектом социального действия, формировать собственные жизненные стратегии и играть активную роль в социальных изменениях общества. Действительно, подавляющее большинство россиян видят надежду на лучшую жизнь в сохранении стабильности, порядка через наращивание человеческого потенциала. В условиях реального ухудшения демографической ситуации сужаются возможности экстенсивного развития путем вовлечения новых демографических ресурсов. Становится очевидным, что возрастает социальная нагрузка на общество и экономические проблемы отражаются на качестве жизни. Совершенно ясно также, что креативный класс, представляя собой наиболее активную, образованную и мобильную часть населения, заинтересован в реализации модели общественного блага. Ему небезразлично положение других слоев населения, т.к. не может быть «оазиса счастья» в бедствующем обществе.

Одновременно с этим нельзя не признать и то, что в настроениях креативного класса сильно представлено о необходимости внимания к нему со стороны государственной власти, ожидание преимуществ с целью большего политического влияния. Этот интересный момент проясняет проблему внутренних барьеров на пути движения креативного класса к социальной субъектности. Речь идет о том, что ожидания и надежды россиян ориентированы на сравнительно короткий период времени, что соответствует доминированию актуализма в российском обществе в оценке социальных перспектив. «Спринтерский забег» на социальной дистанции содержит возможность привлечь внимание и обозначить текущие проблемы, но отвлекает от проблем достижения социальной консолидированности, перехода к позиции экспертного сообщества. Характерно, что в воззрениях российского креативного класса позитивная социальная динамика оценивается по удовлетворен-

ности равенством прав, в то время как перспективные оценки связываются с идеей органической общности [О чем мечтают... 2013: 50], понимаемой как совместная гармоничная жизнь. Это объясняет отличия российского креативного класса от европейского среднего класса, нацеленного на правовое регулирование приватной жизни и совершенствование процедурной демократии. В российском обществе сложилась ситуация, в которой важным приоритетом становится сохранение и повышение качества жизни населения, т.к. в условиях социальных, социально-демографических, социально-территориальных диспропорций резко возрастает значение ресурса социальной активности и в соответствии с этим — заинтересованность креативного класса в повышении социальной и трудовой мотивации других слоев общества.

Как показывают результаты недавно проведенного исследования «Бедность и неравенства в современной России», при том, что в стране четверть взрослого населения может считаться «бедной по лишениям»¹, оформились механизмы постоянного воспроизводства бедности, сопряженной с исключением из социальной жизни или социальным иждивенчеством. Хотя слой людей, впавших в состояние безнадежности и бесперспективности, составляет 13%², главным риском представляется деградация на личностном и групповом уровнях, имеющая последствием не только возрастание затрат на социальную защиту, но и снижение уровня общественной безопасности, ухудшение социально-экологической среды. Для креативного класса негатив связан с тем, что в обществе, где нарастают тенденции социального отчаяния и агрессивности, сужаются возможности созидательной деятельности, реализации инициатив на низовом уровне и формируется восприятие креативного класса как чуждого устремлениям бедных слоев населения.

В этой ситуации также резко снижается готовность к социальному обновлению общества, поскольку основным

¹ Бедность и неравенства в современной России. Общероссийское социологическое исследование. 2013. — *Российская газета*, №133.

² Россия, которая возможна. Материалы все-российского опроса ВЦИОМа, апрель-май. 2013.



запросом общества становится стабильность, которая обеспечивается поддержанием социального минимума для все возрастающего числа людей. Вот почему так важно, чтобы креативный класс осознавал, что он играет роль посредника при взаимодействии общества и государства. Являясь своего рода экспертной властью, он должен ориентироваться на вовлечение в социально активную жизнь представителей и низших слоев общества, но не в качестве «материала» для социально-протестных действий, а путем стимулирования наращивания их социальной ресурсоспособности через хорошее образование, соседскую поддержку, создание новых рабочих мест в мелком и среднем бизнесе. Так как 54% граждан страны считают, что индивидуализм и либерализм не подходят для России и важны чувства общности, коллективизм и жестко управляемое государство [О чем мечтают... 2013:25], то очевидно, что для достижения субъектности креативного класса требуется не только высокий уровень внутригрупповой сплоченности, но и формирование целей, которые могут быть восприняты как коллективные и в то же время направленные на усиление эффективности государства.

Судя по позиции креативного класса, приоритеты, которые дают возможность говорить о претензиях на интеллектуальное и (в будущем) моральное лидерство в российском обществе, определяются не только поддержкой идеи социальной справедливости, но и переносом этого консолидированного запроса на обеспечение равных возможностей. И это очень важно для преодоления проблемы бедности, для интеграции общества, потому что, как свидетельствуют результаты вышеприведенного исследования, сползание к бедности обуславливается низкой оценкой жизненных шансов, неприятием стратегии работы на основе неверия в равные возможности в российском обществе.

К этому надо добавить, что если для большинства россиян изменения, происшедшие в людях, содержат сравнение с предшествующим советским периодом, представители креативного класса отмечают формирование новых социальных качеств (активности, целеустремленности, инициативности), при этом невысоко оценивая внушаемость и резко порицая цинизм

[О чем мечтают... 2013: 27]. Очевидно, что, не принимая патриархальную мораль и не мечтая о возвращении к советскому человеку, они возлагают надежды на современную личность, которой свойственны такие качества, как активность, рациональность, стремление к знаниям, уважение других. Однако было бы упрощением считать, что в этом отношении креативный класс настроен западнически: выражая солидарность с «органической» общностью, с сильным государством, он демонстрирует кредо «самостоятельного коллективизма», выступает с позиции, согласно которой в обществе каждый обязан исполнять свой социальный и профессиональный долг, а коллективизм выражается в том, что самореализация личности включается в массовое социальное созидание.

Таким образом, мы видим, что наблюдается переход от следования частным интересам (своей семьи или личных) к осознанию возможности реализации этих интересов в коллективных формах. Так, российский креативный класс пока начинает реализовывать принципы коллективности в виде объединения усилий для достижения локальных целей, действует в рамках малых инициатив, если речь идет об ориентации на социальную субъектность. Но «маленькие ручейки создают большую реку», и деятельность, направленная на улучшение не только собственной жизни, но и жизни других, является многообещающей в контексте формирования «хорошего общества».

Креативному классу для оправдания собственных надежд предстоит нелегкая и длительная работа по повышению, помимо собственного, социального самочувствия общества в целом. Мы отмечали, что, к сожалению, россияне привыкли полагаться на ближайшие позитивные изменения, такие как наведение порядка в обществе или рост социально-имущественного благосостояния. Ситуация такова, что при том, что в настоящее время глобальные вызовы нарастают, экономическая, политическая, геополитическая конкуренция усиливается, внутри российского общества уровень осознания необходимости социально-стратегической деятельности, деятельности, ориентированной на созидание будущего, невысок. Это выражается в том, что большинство россиян, реально вовлеченных в решение текущих

социальных проблем, прежде всего на личностном и семейном уровнях, если и выражают отношение к будущему, то только по поводу судьбы своих детей. Такая позиция связана и с перемещением интересов на социальный микроуровень, и с тем, что пределы влияния определяются кругом близких людей.

Характерно, однако, что отстранение от решения системных проблем повышает уровень социальной неуверенности: 43% бедных и 25% россиян в целом затрудняются ответить на вопрос о будущем своих детей [О чем мечтают... 2013: 11]. Это является индикатором актуализма социальных настроений, стремления жить настоящим, жертвуя в определенном смысле будущим. Речь идет не только о неуверенности в будущем страны, но и о том, что собственные жизненные стратегии не нацелены на отложенный результат, не связываются с возможностями вложения инвестиций в виде повышения образовательного уровня, расширения жизненных горизонтов, приобретения новых профессиональных навыков и умений. Заметим, что большинство россиян ценят наличие интересной работы, хотя их оценка работы как интересной не связана с ее разнообразием, возможностью творчества, реализацией инициативы или пользы для общества [О чем мечтают... 2013: 70]. Этот «люфт» оценок можно объяснить тем, что для большинства россиян, считающих приоритетной «интересную для меня работу», основным является соответствие работы личной самооценке, подчас вносящей самоуспокоение, в то время как творческая работа ориентирована на отложенное вознаграждение, связывается с нематериальными результатами, репутацией, известностью, уважением коллег. В этом смысле можно сказать, что, хотя ядро креативного класса составляют творчески ориентированные личности (15%), этого достаточно, чтобы говорить о формировании в российском обществе группы людей, которые хотели бы «изменить будущее», но недостаточно, чтобы заявлять о высоком уровне социальной уверенности.

Если сравнить характеристики российского креативного класса с описанным американским исследователем Р. Флоридой креативным слоем, можно отметить, что, во-первых, при том, что есть сходство в нежелании «ниспровергать существующий порядок» [Флорида

2011: 236], российский креативный класс не нацелен на создание сегментов самостоятельной жизни. И если он и представляет новый мейнстрим, то только в соответствии с государственноцентристской традицией. Во-вторых, являясь сторонниками достижительной этики, участники креативных практик осознают императивность коллективизма, того, что в российском обществе намечается перелом настроений пессимизма, иждивенчества, социального эгоизма в пользу чувства социальной ответственности. В-третьих, необходимо отметить, что российский креативный класс апеллирует не просто к большей части общества как арифметической составляющей, а к обществу как к органической целостности. Имеется в виду, что для изменения будущего требуется консолидация общества в оценке прошлого и настоящего, а это предполагает объединение людей на основе последовательного формирования пространства креативной деятельности.

Значимость этого обстоятельства осознается в том, что вера в будущее России имеет в основании коллективную солидарность, солидарность с остальными россиянами как людьми, имеющими единую для всех социальную перспективу. Это следует учитывать при утверждении, что представители креативного класса являются потенциальными эмигрантами. Даже если некоторые из них и высказывают подобные намерения, это не является коллективным выбором креативного класса, т.к. свою социальную миссию он может реализовать только в российском обществе.

Имеется в виду, что, являясь классом, возникшим в условиях перехода российского общества из состояния социального транзита к модели стабилизации нового социального порядка, креативный класс свободен от идеи социального реванша, в отличие от базовых пострадавших от социальных реформ групп, и одновременно не скован устремлением сохранить завоеванные властные и экономические ресурсы, что наблюдается в настроениях российской элиты. Креативный класс достиг преимуществ в том, что сформировал деловые и профессиональные качества, востребованные в современном обществе, и не реализовал свой коллективный потенциал как социально референтный.

Эта цель вполне достижима, если креа-



тивный класс станет государственническим, общностью, для которой лояльность к государству осуществляется через формулу взаимответственности и реали-

зацию массовых творческих интенций на основе формирования и осуществления совместных социальных проектов.

Литература

Новые идеи в социологии: монография (отв. ред. Ж.Т. Тощенко). 2013. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 479 с.

О чем мечтают россияне: идеал и реальность (под ред. М.К. Горшкова, Р. Крумма, Н.Е. Тихоновой). 2013. М.: Весь Мир, 400 с.

Россия реформирующаяся : ежегодник (отв. ред. М.К. Горшков). 2012. Вып. 11. М.: Новый хронограф, 480 с.

Флорида Р. 2011. *Креативный класс: люди, которые меняют будущее*. М.: ИД «Классика-XXI», 432 с.

ЯНИЦКИЙ Олег Николаевич –

д. филос. н., профессор; заведующий сектором социально-экологических исследований Института социологии РАН

oleg.yanitsky@yandex.ru

ПОМОЩНИКИ ДЕПУТАТОВ: РАБОТА РУТИННАЯ ИЛИ ТВОРЧЕСКАЯ?¹

DEPUTIES` ASSISTANTS: IS IT ROUTINE OR CREATIVE WORK?

В статье, основанной на эмпирическом исследовании, опровергается широко распространенное мнение о том, что помощники депутатов региональных парламентов России (законодательных собраний) являются лишь клерками. Напротив, их работа в основном носит творческий, креативный характер. Они – посредники между представительской властью и гражданским обществом. Тем самым они пополняют свой социальный капитал и создают новые возможности для социальной мобильности.

Ключевые слова: региональный парламент (Заксобрание), помощник депутата, его функции, социальный капитал, Россия

The article based on empirical research refuted a widely spread opinion that assistants of deputies of Russian regional parliaments (legislative assemblies) are simply clerks. On the contrary, their work has mainly creative nature. They are mediators between legislative powers and civil society. Thus they replenish their social capital and create new opportunities for social mobility.

Keywords: regional parliament (legislative assembly), deputy's assistant, his/her functions, social capital, Russia

Общественное сознание и реальное положение дел

В общественном сознании жителей столицы о помощниках депутатов мнение скорее отрицательное: чем занимаются эти десятки (а бывает, и сотня) людей, приходящихся на одного депутата Государственной думы? Да к тому же имеющие бесплатный проезд и другие бонусы.

Все равно от этого депутат ближе к рядовому избирателю не становится. Сходное мнение о них высказывают и некоторые социологи и политологи, в особенности те, кто находится в оппозиции к существующему режиму.

Однако в регионах ситуация иная. Проведенный по методике автора экспертный опрос нескольких десятков

¹ Статья написана на материалах интервью (по методике автора), взятых И.В. Родичевой в 2011 г.