



КРЕАТИВНОЕ ОБЩЕСТВО КАК АРГУМЕНТ ПОСТМОДЕРНА

Мащитько С.М.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Беларусь,
iashchik@yandex.ru*

Abstract. The question of how far the practices of creative society correspond to the understanding of modern society (late) is discussed in paper.

Понятие креативности с 60-х гг. XX в. приобрело статус одного из наиболее употребляемых и исследуемых понятий в социально-гуманитарной мысли. Оно стало вездесущей меткой современности, явившись во всевозможных связках: «креативная личность», «креативное мышление», «креативная экономика», «креативные технологии» «креативная индустрия», наконец, наиболее масштабное – «креативное общество». Одним из компонентов креативного общества является дистанционное обучение, когда при помощи компьютерных средств интегрируются компоненты не просто деятельности, а творчества участников образовательного процесса. Цель этой работы осмыслить соответствие практик креативного общества характеристикам общества модерна и постмодерна.

При всей популярности понятия креативности вкуче с его вариациями исследователи далеко не всегда рискуют давать их определения, ограничиваясь дескрипциями. Особенно это касается понятий, ставших концепциями. В первую очередь концепции креативного общества как наиболее ёмкой, собирающей смыслы практически всего спектра «креативностей» и, вместе с тем, связанного многочисленными коннотациями с концепциями информационного общества, постиндустриального общества, общества знаний.

Т. Качераускас выделяет семь научных ареалов и восемнадцать субареалов, тематизирующих креативность, половина из них приходится на долю философии и социологии [1]. Вместе с тем, в рамках философии и социальных наук задействуется большое количество методологических программ при исследовании креативности и креативного общества. Хотя синтезировать эти подходы, избегая эклектизма, конечно, не представляется возможным, И. Я. Мацевич-Духан отмечает, что «при всем многообразии современных подходов к понятию «креативное общество» все они сходятся на одном тезисе: императив творчества задает главный вектор и формы дальнейшего развития социальной действительности» [2]. Творчество, в свою очередь, невозможно помыслить без понятия новизны. Коренной религиозный архетип «творчества» посредством данного понятия транслирует смысл волюнтаристски обусловленного возникновения небывшего. Академический словарь определяет креативность как «способность творить, способность к творческим актам, которые ведут к новому необычному видению проблемы или ситуации» [3].

Это означает, что креативное общество может существовать только в рамках модерна (ныне

поздней или радикализованной), т.к. постмодерн исключает новизну, как новое, отрицая наряду с этим понятие прогресса. Выразимся сильнее: креативное общество самим фактом своего существования (а нас активно убеждают в его существовании) обосновывает незавершенность модерна. Однако попытка оценить (не объективно и не безпристрастно) практики и нормы, лежащие в основании креативности, указывает на отсутствие связи между креативностью и новизной. Современный императив, обращенный к каждому индивиду, – «будь креативным», отнюдь не предполагает на выходе оригинального и качественного произведения или даже продукта. Он всего-навсего поощряет определенный стиль жизни, манеру оценок, ориентацию на перформативность и эстетизм. Тотализация в познавательной сфере и универсализация в моральной при этом исключаются в качестве ориентиров. Это те характеристики, которые усваиваются именно состоянию постмодерна. Здесь упомянем также процессы сингуляризации и дедифференциации, характерные для креативного общества. Так понимаемая креативность реализуется, прежде всего, в рамках соцсетей, медиаплатформ, не виртуальных креативных локусов типа хаба, коворкинга, промзоны и т.п. Эти локусы децентрированы, сетеобразны и ризоморфны, что вновь отсылает к постмодерну. А новизна этой креативности реализует себя скорее как многообразие того же самого, напоминая делезовское Различие и Повторение.

Таким образом, сквозь креативное общество просвечивают важнейшие характеристики постмодерного состояния. Хуже то, что так существующая и ценствующая креативность не способствует действительной реализации творческих способностей человека. Напротив – препятствует, а ее прогрессирующее навязывание порождает новые формы отчуждения и перверсий.

Литература

1. Качераускас, Т. Креативность и концепция креативного общества в социологии// Социологические исследования. 2017. № 10. С. 26-35.
2. Мацевич-Духан, И. Я. От понятия к концепту креативного общества/ И. Мацевич-Духан. – Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2020. № 2. С. 25–37
3. Философия: Энциклопедический словарь. — М.: Гардарики. Под ред. А.А. Ивина. 2004. [Электронный ресурс] – Режим доступа: philosophy.niv.ru/doc/dictionary/encyclopedic/articles/604/kreativnost.htm