

Секция «Социология»

К вопросу о возможности использования категории "креативный класс" в российских исследованиях среднего класса

Сачук Денис Игоревич

Аспирант

Петрозаводский государственный университет, Социально-политических наук,

Петрозаводск, Россия

E-mail: sachuk_ptz@mail.ru

Одной из наиболее обсуждаемых в обществе тем, посвященных стратификационной картине российского общества, является формирование в России обширного, независимого, способного выполнять свои функции, среднего класса. Признаком этого обсуждения можно считать появление темы выращивания российского среднего класса в политической риторике. В частности, В.В. Путин неоднократно высказывал мнение, что российскому обществу необходимо радикально увеличить количество представителей среднего класса до 50-60 % от общего числа россиян к 2020 году [3].

В контексте изучения предвыборных программ кандидатов на пост Президента Российской Федерации можно также обнаружить другое понятие, используемое при описании средних слоев. Речь идет о категории «креативный класс», которая упоминается в одной из статей В.В. Путина «Строительство справедливости. Социальная политика для России» [9]. При этом стоит отметить, что используется данная категория для обозначения тех же социальных групп, которые ранее описывались как представители среднего класса [8]. Возникает вопрос: насколько тесно пересекаются категории «средний класс» и «креативный класс», а также насколько актуально использование последней категории в российских реалиях.

Начать краткий сравнительный анализ следует с этимологии представленных категорий. Можно смело заявить, что обе категории имеют методологические корни в марксизме и в марксистском толковании понятия «класс». Средние слои, послужившие основой для полноценного среднего класса двадцатого века, исторически рассматривались именно как промежуточные слои между двумя основными классами общества [2], что наводит нас именно на марксистское прочтение данной категории. Марксистское же толкование категории «креативный класс» можно усмотреть уже в работах Э.О. Райта, посвященным развитию «профессионально-административного класса» [6].

Следующая плоскость сравнения – ключевая характеристика категории. Средний класс, по общему признанию, является социально-экономической категорией, что следует из наиболее распространенного определения понятия [2]. Однако категория «креативный класс» также является, по уверению авторов, прежде всего, экономической категорией, а сам креативный класс можно представить, как совокупность людей, производящих экономические ценности в процессе творческой деятельности [5]. Соответственно, социальные и культурологические характеристики представленных категорий являются вторичными.

Тем не менее, необходимо отметить, что ключевые критерии для определения принадлежности индивида к среднему классу отличны от аналогичных критериев принадлежности к креативному классу. Для среднего класса характерны объективные количественные критерии, ключевым из которых является уровень материальной обеспеченно-

сти [4]. В это же время, для креативного класса определяющим является качественный критерий, а именно, процесс творческой активности в профессиональной деятельности. При этом сразу необходимо отметить, что само понятие «креативный» в работах автором, изучающих креативный класс, не является синонимичным «интеллектуальному» и «гениальному» [7].

Здесь, кстати, кроется еще одно различие обсуждаемых категорий. Ведь одним из дополнительных критериев определения принадлежности к среднему классу является умственный, а не физический труд [4]. Однако в таком случае возможна определенная путаница с такими профессиональными категориями населения, как «техническая интеллигенция». Подобная профессиональная группа может быть отнесена к среднему, но не к креативному классу.

К рассматриваемым пунктам анализа можно добавить также групповой состав, наполняющий категорию, критерий самоидентификации, гендерное и возрастное распределение состава данных категорий. Их анализ наравне с уже рассмотренными плоскостями сравнения позволяет сделать вполне определенный вывод. Категории «средний класс» и «креативный класс» представляются в западных условиях весьма схожими, прежде всего, по своему составу и социально-экономическим характеристикам. Однако, понятие «креативный класс» представляется более точным для описания современного состояния западного общества, а также позволяет уйти от исключительно количественных методов оценки средних слоев общества.

В свою очередь, второй вывод не позволяет подтвердить начальную гипотезу. В силу несоответствия стратификационной картины российского общества аналогичной картине среднестатистического западного общества категории «средний класс» и «креативный класс» в российских реалиях обозначают несовпадающие социальные группы и слои населения. Наиболее ярко это проявляется при анализе группы, получившей в российской науке условное обозначение «новые бедные» [1]. Очевидно, что представители подобных профессий могут быть отнесены к креативному классу. Но они не в состоянии войти в российский средний класс по причине несоответствия именно объективному критерию уровня материального обеспечения/

Как итог, можно заявить, что на текущий момент времени категория «креативный класс» не может быть использована ни в научной, ни в научно-общественной мысли как адекватная замена категории «средний класс».

Литература

1. Беляева, Л. А. Социальные слои в России: опыт кластерного анализа // Социологические исследования, 2005. - N 12. - С. 57-64;
2. Добренков В.И. Социология / В.И. Добренков, А.И. Кравченко. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 624 с.;
3. Жить по-человечески. Владимир Путин выступил на расширенном заседании Госсовета // Российская газета. 4585. С. 1-2;
4. Тихонова Н.Е. Социальная стратификация в современной России: опыт эмпирического анализа. - М.: Институт социологии РАН, 2007. - 318 с.;

