

О ГРАНИЦАХ КРЕАТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

И. Я. МАЦЕВИЧ-ДУХАН¹⁾

¹⁾Институт философии НАН Беларуси,
ул. Сурганова, 1, корп. 2, 220072, г. Минск, Беларусь

Раскрываются онтологический, гносеологический, этический и аксиологический аспекты изучения креативности в социальной теории. Выявляются способы ограничения креативности в современном обществе. Обсуждаются последствия ее чрезмерной экспансии и попытки заместить социальное. Анализируются социологические и социально-философские способы установления условных границ ценностного поля креативности и реабилитации социального.

Ключевые слова: креативность; сингулярность; сфера креативности; диспозитив креативности; императив креативности; режим креативности; границы креативности; социология страдания.

ON CREATIVITY LIMITS IN CONTEMPORARY SOCIETY

I. Ja. MATSEVICH-DUKHAN^a

^aInstitute of Philosophy, National Academy of Sciences of Belarus,
1 Surhanava Street, 2 building, Minsk 220072, Belarus

The article exposes ontological, gnoseological, ethical and axiological aspects of the inquiry into creativity in social theory. Different approaches to the restriction of creativity in contemporary society are revealed. Its overexpansion and attempts to replace the social with the creative are discussed. Sociological and socio-philosophical approaches to the conditional restriction of the creativity value field and to the rehabilitation of the social are analysed.

Keywords: creativity; singularity; the sphere of creativity; the creativity dispositif; the creativity imperative; the creativity regime; creativity limits; sociology of suffering.

Введение

Феномен креативности приобретает особую значимость в повседневной жизни на рубеже XX–XXI вв. Экспансия социальной ориентации на творческую самореализацию заставляет каждого из нас демонстрировать и обосновывать в публичном пространстве тот или иной род креативности. Ее всеобъемлющие императивные устремления подвергаются специальному анализу, но ускользают от научного познания в режиме повсеместного (вос)производства нового.

Вопрос о границах креативности едва ли является оригинальным по форме, но актуальность его постановки в рамках социальной философии

и социологии во многом обусловлена ростом числа научных публикаций, диагностирующих специфический характер современных социальных процессов с помощью категории «креативность» [1; 2]. В настоящей статье рассматриваются различные способы ограничения поля применения данной категории в социальной теории. Этот вопрос исследуется с онтологической, гносеологической, этической и аксиологической точек зрения. Онтология проясняет специфику предметного поля самоидентификации и реализации креативности, конфигурирует условные границы ее сферы. Теория познания призвана дать определение феномену

Образец цитирования:

Мацевич-Духан ИЯ. О границах креативности в современном обществе. Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2019;4:21–34.

For citation:

Matsevich-Dukhan IJa. On creativity limits in contemporary society. Journal of the Belarusian State University. Sociology. 2019;4:21–34. Russian.

Автор:

Ирина Янушевна Мацевич-Духан – кандидат философских наук, доцент; докторант.

Author:

Iryna Ja. Matsevich-Dukhan, PhD (philosophy), docent; postdoctoral researcher.
irina.matsevich@mail.ru

креативности с точки зрения индивидуальной диспозиции и социального диспозитива. *Этическое* исследование демонстрирует социально-культурные основания и следствия трансформации креативности в категорический императив поведения. *Аксиологический* ракурс рассмотрения раскрывает сущность креативности как ценности и ее притяжение на значимость особого рода со второй половины XX в. В заключительной части статьи автор обращается к *социологии страдания*, чтобы обозначить перспективы научного изучения и установления условных границ креативности с помощью социальной теории.

Одним из поводов для написания статьи послужил вопрос студента на лекции профессора социологии А. Реквитца: «Вписывается ли забота о пожилых людях в современную логику сингулярностей?»¹ [3]. Ответ профессора оказался достаточно емким и однозначным и обозначил условные границы его собственной теории креативности в обществе позднего модерна: «Термины, которые я использую в своей теории, лучше применять как инструменты для описания определенных вещей. Не все вещи поддаются описанию с их помощью. Их возможности ограничены. Они проливают свет лишь на определенные аспекты. И если вы хотите использовать их для рассмотрения индустрии заботы (*care industry*), то их применение именно к этой сфере мне кажется достаточно затруднительным и требующим специального изучения» [3]. Такого рода ответ социолога может удивить своей прямолинейностью и незаинтересованностью сферами, оказывающимися периферийными и нестабильными (прекариативными) для современной экономики. Еще предстоит определить перспективы гармоничного сосуществования категорий творческой самореализации личности и заботы о другом в теории креативного общества.

Индустрия заботы едва ли подпадает под определение креативных индустрий XXI в., и лишь ограниченное число ее представителей могут быть отнесены к категории креативного класса. Проблемы названной индустрии преимущественно выпадают из фокуса внимания креативного общества. Но возможно, именно в ситуации дискриминации по формам и степени публичного проявления креативности в процессе выделения идеальных типов элиты и прекариата мы являемся свидетелями вопрошания молодого поколения о том, в какой мере язык современной социологии способен позаботиться о нашем «социальном» будущем. Поэтому английский социолог Дж. Урри, один из проповедников выхода социологии за рамки социального [4], в своей последней книге «Как выглядит будущее?» (2016) возвращается к спасительному проекту «социального» будущего [5, с. 27], призванному пробудить нас. И, хотя А. Реквитц уходит от ответа на вопрос об индустрии заботы, он посвящает целую главу в программной монографии «Изобретение креативности» (2012) [2] проблеме *самоограничения* креативности, вызванной *экологическими* установками современного общества по сохранению природы, мира, духовного спокойствия и физического здоровья человека. Эта проблема рассматривается немецким социологом в первую очередь как политическая, так как одна из ключевых задач современной политики – сохранение и демонстрация *социетального*, которое все еще скрепляет и тематизирует множество сингулярностей в процессах эстетизации. Только с помощью «стратегий самоограничения», т. е. *экологических* стратегий в самом широком смысле этого термина, выражающихся в возрождении и «усилении этического и социального» [2, р. 235] в ситуации позднего модерна, возможно попытаться выйти из порочного круга креативной сингуляризации.

Сфера креативности

Выделение сферы креативности в целом как отличной от сферы божественного творения и сферы человеческого творчества начинается с изобретения концепта «креативность» в конце XVIII – начале XIX в. в форме абстрактного существительного [6]. Он зарождается в английском языке вместе с романтической верой в беспредельные творческие способности личности, преобразующей мир в произведение искусства. Немецкий социолог Х. Йоас выделяет три главные метафоры, конфигурирующие смысл креативности в 1750–1850 гг. [7, р. 70]: выражение (И. Г. Гердер), производство (К. Маркс), революция (К. Маркс). Вплоть до И. Г. Гердера тема креативности была под негласным запретом в Германии. В то же время Великобритания и США ни-

когда не были в подобной ситуации. На рубеже XIX–XX вв. философии жизни и прагматизма удалось интегрировать различные аспекты рассмотрения креативности, постепенно привлекая к ней интерес широких масс [8].

Каждая эпоха по-своему очарована вопросом о творческих возможностях человека и их пределах. В начале XX в. Н. А. Бердяев рассматривал стремление творить как специфическую черту человеческой природы, приближающейся таким образом к божественному началу. Святые не творят, а человек вследствие собственной греховности обречен преодолевать недостатки своей природы посредством творчества. Ярким примером трактовки сущности творчества в духе единения природы,

¹Здесь и далее перевод наш. – И. М.-Д.

общества и высшего трансцендентного смысла является описание Н. А. Бердяева творческого проекта А. Н. Скрябина: «Он хотел сотворить мистирию, в которой синтезировались бы все искусства. Мистирию он мыслил эсхатологически. Она должна быть концом этого мира» [9, с. 6]. Творчество способно преодолевать границы мира как материального, так и социального, пробиваясь к некоему исходному смыслу сотворения и развития Вселенной. Злоупотребление искусством может привести и к худшему из возможных сценариев развития этого мира.

В то же время французские философы А. Бергсон и Г. Башляр реанимировали силу интуиции и воображения в научной работе начала XX в. В 1920-е гг. по обе стороны океана появляются первые учебники по искусству креативно мыслить, которое окажется доступным для освоения широкими массами. Особую роль в его распространении сыграли работы английского социального психолога Г. Уоллеса «Великое общество» (1914) [10] и «Искусство мыслить» (1926), а также американского поэта и педагога Х. Мирнза «Креативная молодежь» (1925) и «Креативная власть» (1929).

Послевоенная атмосфера холодной войны и гонки вооружения оживляет интерес к психологии творчества. В 1950–60-х гг. в США появляется огромное количество институтов и фондов, цель которых – стимулировать развитие творческих способностей индивида. Существенный капитал перенаправляется из бюджета национальной безопасности на финансирование креативного образования и исследований в этой сфере. А. Осборн, П. Торренс и Дж. П. Гилфорд могли испытать на себе значимость такой материальной поддержки.

Переосмысление роли креативности в политическом процессе отражается в эссе американского философа Дж. Дьюи «Креативная демократия» (1939) [11]. Креативная демократия определяется как стиль жизни индивида, контролируемый верой в способность людей к интеллектуальному суждению и действию при наличии соответствующих условий. Вплоть до предвыборной кампании Р. Рейгана на пост губернатора Калифорнии в 1966 г. парадигма креативной демократии оставалась в тени большой политики. Р. Рейган выступил против «Великого общества» президента Л. Б. Джонсона [12, р. 208]. Вместо этого Р. Рейган предложил конструктивную альтернативу «Великому обществу» [13], которую он назвал «Креативным обществом».

Главная интрига кампании Р. Рейгана под названием «Креативное общество» была придумана известным правым политиком У. МакБирни [12, р. 208]. В конце 1965 г. он размышлял о тезисе Г. Сальватори, заявленном во время плановой встречи: Р. Рейгану нужно было преодолеть нехватку законодательного опыта с помощью предложе-

ния рассмотреть новую программу, которая всколыхнет воображение избирателей. Он нуждался в позитивной программе, сопровождаемой некоторого рода слоганом или емким описанием: «Новый курс, честный курс, новый рубеж, великое общество, новый порядок и т. д.» [12, р. 208]. У. МакБирни верил, что «Креативное общество» было решением проблемы, и в 1966 г. с помощью политтехнологов и консультантов из компании «Спенсер-Робертс» Р. Рейган адаптировал упомянутый слоган и использовал его в своей программе, которая была призвана монетизировать частный потенциал и отсылала к временам до капитализма всеобщего благосостояния Нового курса и Великой депрессии.

Если в США в конце 1960-х гг. понятие креативности оказывается несколько идеологизированным в рамках проекта Р. Рейгана, то уже в 1970-е гг. оно лишается своей привязки к конкретному политическому проекту. Начинается распространение императива креативности на все социальные сферы, приведшее спустя несколько десятилетий к постановке вопроса о его границах. Ряд неоконсервативных мыслителей (например, Д. Белл, Н. Луман, А. Блум) критически высказывались о новом культе творческого саморазвития, овладевающим широкими массами, «пренебрежительно порицали концепт креативности как демократизацию идеологии гения» [14, р. 6]. Однако такого рода критика оказалась на периферии внимания политики, ориентированной на развитие креативной экономики вокруг оформившегося в конце XX в. сектора креативных индустрий. Бесконечное разнообразие противоречивых трактовок креативности существует в современном дискурсе, обусловленном распространением риторики креативных индустрий. Их дискурс стремится максимально расширить поле, обозначаемое понятием «креативность». Как следствие, появляется вопрос о том, возможно ли в принципе развести *социальное* и *креативное* в современном обществе. Звучат достаточно смелые заявления о том, что креативность сама по себе, до введения ее в социальный контекст, является «свободной от ценностей» [15, с. 40]. Эта риторика подводит нас к необходимости постановки вопроса о границах креативности и ее ценностной природе.

В конце XX в. Х. Йоас оказался первым из социологов, обратившихся к исследованию принципов и оснований построения креативного общества исходя из прагматистской теории креативности действия [7]. Он полагал, что любое человеческое действие может рассматриваться как креативное в той или иной степени, и пытался оправдать ситуационную креативность. Разделяя идеи Дж. Дьюи, Х. Йоас разрабатывал теорию креативной демократии. Но этот проект остался незавершенным. Главная заслуга Х. Йоаса заключается в обосновании креативности как универсальной характеристики человеческого действия, позволяющем переос-

мыслить принципы социальной самоорганизации и способы их познания. Человек обречен быть креативным даже на дорефлексивном уровне своего телесного диспозитива существования.

В начале XXI в. А. Реквитц продолжил начатую Х. Йоасом работу по исследованию социальной действительности сквозь призму прагматистской концепции креативности действия. В теории А. Реквитца *креативность* определяется как «деятельность, нацеленная на постоянное производство новых вещей, моделируемое по аналогии с художественным производством» [2, р. 23]. Чтобы уточнить специфический характер креативности в ситуации позднего модерна, необходимо выявить черты *эстетических практик* данного времени, которые будут отличать их от других форм художественной деятельности, в том числе и в ситуации раннего модерна. Таким образом процессы эстетизации социальной реальности оказываются в центре внимания социологического исследования.

Социологическое понятие *эстетизации* «обозначает силу, формирующую общество, и постулирует ее в качестве распространяющейся и усложняющейся» [2, р. 10]. Эта сила настолько преобразует социум, что его вполне можно обозначать с конца XX в. понятием «эстетизированное общество» [2, р. 10]. В XVIII в. понятие «эстетическое» только начинало проникать в европейские языки, сегодня оно обозначает уже не отдельную область чувственного восприятия мира, а *способность чувственного восприятия в целом*. При этом необходимо подчеркнуть, что эстетическое является не продуктом деятельности, а самой способностью воспринимать мир определенным образом. Область неэстетического едва ли поддается экспликации в обществе позднего модерна и рассматривается как род аномалии. Однако такое предельное расширение смысла понятия «эстетическое» А. Реквитц подвергает резкой критике и предлагает сузить его значение до области «автодинамического восприятия, которое выходит за рамки целерационального полагания» [2, р. 11]. Его отличительной чертой будет ориентация на собственное самовыражение в настоящем времени. Немецкий социолог подчеркивает укорененность понятия «эстетическое» в классическом дискурсе И. Канта, предполагающем наличие незаинтересованного удовольствия и чувственного восприятия формы целесообразности без цели как таковой, но при этом отказывается от его смысловой привязанности к понятиям хо-

рошего вкуса, рефлексивности, созерцательности и искусства как автономной сферы.

Надежда на спасение *социального* скрывается в признании факта, что общество позднего модерна управляется не только эстетическим принципом. Доминирование процессов эстетизации не исключает возможности дальнейшего структурирования общества процессами *рационализации, экономизации и медиатизации*. Более того, только те эстетические форматы событий, структуры которых вписываются в обозначенные процессы, могут быть отнесены к категории креативного общества. Другими словами, социальная реальность со всеми ее стремлениями и ориентациями на эстетическую новизну по-прежнему управляется рынком, медиа и целерациональным действием. Однако это не значит, что эстетизация социального воспроизводит структуру общества раннего модерна. А. Реквитц предлагает рассматривать *эстетическую социальность* как автономную форму *социального*, которая распространяется в обществе гомологично процессам экономизации, медиатизации и формальной рационализации [2, р. 219–220]. Эти процессы устанавливают *границы* распространения креативности, предписывая допустимые формы ее объективации в обществе. Такого рода ограничения порождают множество ценностных диссонансов в жизни современного индивида: «Принуждение к креативности; разрыв между креативным достижением и креативным успехом; рассеянное внимание; чрезмерное распространение эстетического» [2, р. 222].

Каждый из социологов предлагает свой набор инструментов для выхода из лабиринта креативности. Для решения данной проблемы А. Реквитц приводит в качестве основополагающих следующие виды практик: осуществление социальной критики с целью сохранить универсальные нормативные критерии оценки социальных действий; выявление «профанной креативности» [2, р. 229] не для аудитории, а для самих себя; раскрытие умеренных ощущений в повторении повседневных действий. Негативные последствия чрезмерной эстетизации современной действительности можно ограничить с помощью реабилитации понятий «социальное» и «этическое». Культивирование спокойствия и развитие способности концентрировать внимание на социально значимых ценностях увеличивают шансы бегства от креативности в XXI в.

От индивидуальной диспозиции креативной мысли к социальному диспозитиву креативности

История понятия «диспозитив креативности», введенного А. Реквитцем, отсылает к работам М. Фуко. Однако для рассмотрения *диспозиции* креативной мысли нам необходимо обратиться к работе

Г. Уоллеса «Великое общество: психологический анализ» (1914) [10]. В этом исследовании современности английский социальный психолог выявляет состояния сознания, которые могут рассматриваться

как типичные для того времени. Он сравнивает их с теми, что характерны для более примитивных форм общественной жизни и демонстрирует принципиальные различия. Неспособность осознать эти различия приводит к появлению множества проблем в повседневной, политической, социально-экономической и культурной жизни людей. Эти проблемы накапливаются и проявляются как в индивидуальном, так и в общественном сознании, отражаясь во множестве международных конфликтных ситуаций. Г. Уоллес верит, что во многом именно социальная психология способна помочь в разрешении назревших и обострившихся противоречий «великого общества» [10]. Социальная психология стремится связать события, которые мы наблюдаем, с причинами, их вызывающими. Когда эти причины превращаются в факты человеческой природы, тогда проявляются *диспозиции* [10, р. 22]. Г. Уоллес перечисляет многообразие диспозиций (и их классификаций), фокусируясь на ряде ключевых: инстинкт, разум, любопытство, привычка, язык, страх, удовольствие, боль, счастье, имитация, симпатия, любовь, ненависть, воля и др. Совокупность всех диспозиций составляют суть человеческой природы.

Особое внимание он уделяет искусству мыслить, условиям и методам его развития. Вопрос об искусстве мыслить креативно возникает в контексте поиска знания, которое улучшит условия жизни «великого общества» [10, р. 185]. Он верит в возможность воспитания мысли с помощью тренингов и создания соответствующей стимулирующей и гармоничной среды: «Мысль может вскармливаться свободно собранным материалом и стимулироваться, поддерживаться и в определенной степени контролироваться усилием воли» [10, р. 53]. Он детально рассматривает материальные и ментальные условия сознательного контроля креативной мысли.

Значимое место в истории социальной психологии заняли идеи Г. Уоллеса о методах развития креативного мышления («Искусство мысли» (1926)). Он построил четырехступенчатую модель креативного процесса, выделив стадии подготовки, инкубации, озарения и верификации в качестве основополагающих в творческом исследовании. Оксфордский идеализм Г. Уоллеса проявился в безмятежной вере в способность креативного мышления построить и обустроить желаемое общество.

Диспозиция в теории Г. Уоллеса – это физиологически и психически обусловленный ответ сознания индивида на вызовы окружающей действительности. А. Реквитц, следуя за М. Фуко, предпочитает использовать понятие «диспозитив» и рассматривает его как «социальную сеть разрозненных практик, дискурсов, систем артефактов и типов субъективности, координируемых друг с другом с помощью распознаваемых порядков знания и не превраща-

ющихся при этом в нечто полностью гомогенное» [2, р. 28–29].

Диспозитивы не являются «эволюционными универсалиями» [2, р. 202], они выступают в качестве «исторических и локальных феноменов, способствующих решению специфических проблем, удовлетворению исторически обусловленной местной “насуточной потребности”» [2, р. 202]. Одной из наиболее важных проблем в ситуации раннего модерна оказывается «нехватка аффекта», так как общество в начале XX в. воплощало идеал «организованной современности» [2, р. 202]. Фордистская экономика испытывает нехватку ярких эмоций, порожденных искусством авангарда и постмодерна. Новые формы художественной практики предельно расширяют границы прежде автономно существующей сферы искусства. Оно перерождается в «центробежное искусство» [2, р. 57], преодолевающее культ гения и границы буржуазного искусства, ориентирует большую часть социального опыта на производство новых эстетических событий. В этих условиях во второй половине XX в. зарождается «эстетическая социальность» [2, р. 207], включающая четыре обязательных элемента: субъекты как творцы, эстетическая аудитория, эстетические объекты, институализированное регулирование внимания. Эти четыре элемента *эстетической социальности* являются в то же время четырьмя столпами *диспозитива креативности*. Единство эстетической социальности обеспечивается ориентацией социального режима на эстетическую новизну. При этом А. Реквитц подчеркивает, что познать эстетическую социальность невозможно с помощью понятий классической социологии, так как в центре внимания оказываются чувственные восприятия, межобъектные (в меньшей степени интересобъективные) отношения, самотворящая аудитория и самодостаточное непредсказуемое креативное действие, ориентированное на удивление.

Диспозитив креативности, согласно А. Реквитцу, – это «специфический модус эстетизации» [2, р. 9]. Он обуславливает принципы взаимодействия и структурирования процессов эстетизации с различными комплексами практик, в том числе и с неэстетическими (экономизация, рационализация, медиатизация). Диспозитив креативности включает в себя четыре обязательных элемента: практики и повседневные технологии, формы производства дискурсивной истины, артефакты, образцы субъективизации. Продуктом сетевого взаимодействия обозначенных элементов и организации их взаимоотношений в тех или иных историко-культурных формах оказывается определенный социальный «комплекс креативности» [2, р. 5], который ориентирован на воспроизводство нового как эстетического события в различных сферах жизни общества.

Императив креативности

Всеобъемлющая креативность укоренена в индивидуиде. Но ее универсальная валидность укоренена в публичном пространстве индивидуальных действий. Сегодня публичная сфера трансформируется в частную и наоборот в рамках всеобщего креативного пространства. Границы размываются, критерии различения утрачиваются. Опасность утраты универсального категорического императива, здравого смысла и общих мест удерживает дискуссию о «креативной роли войн» в поле решения конкретных задач.

Немецкий социолог Х. Йоас отказывается от трактовки действия с точки зрения универсальных моделей, но сохраняет принцип универсальности в возможности конкретизации блага и справедливости проекта креативного действия в определенной ситуации. И здесь произвол преодолевается универсальным обязательством прояснять определения блага и справедливости, исходя из обстоятельств здесь и сейчас. Таким образом Х. Йоас объединяет универсалистскую и контингентную концепции морали в своем *акторно-дискурсивном* проекте морали: «С этой точки зрения, в процессе оправдания норм нет более высокой инстанции, чем дискурс. Однако с точки зрения актора, задумывающего свои действия в контингентных условиях, на первом месте стоит не оправдание, а конкретизация блага или справедливости в той или иной ситуации действия» [16, с. 251].

Прагматистская этика Х. Йоаса базируется на двух принципиальных положениях. Во-первых, на принятии теории действия и коммуникации Дж. Дьюи и Дж. Г. Мида. Речь идет о том, что существование универсальных структур человеческого действия предполагает допущение функциональных нарушений и возможности их преодоления с помощью способности человека к принятию ролей: «Оригинальность мидовской критики этики Канта состоит в том, что, по мнению Мида, с помощью категорического императива можно лишь проверить действия на предмет возможности их универсализации, но нельзя определить, какие действия в принципе являются адекватными. Сами действия нуждаются в креативном проекте» [16, с. 251].

Во-вторых, любая ситуация оценивается с точки зрения актора, участвующего в ней. Применение и оправдание универсальных норм и ценностей замещается решением проблем в процессе реализации креативного проекта актора в контингентных условиях: «Из прагматистского понимания действия и из построения прагматистской этики с точ-

ки зрения актора следует, что в самой ситуации действия неизбежно должен проявиться ограничивающий аспект справедливости, но проявиться он может не иначе, как один из аспектов наряду с ориентациями на благо» [16, с. 252–253]. Определение ситуации предполагает наличие ограничивающего аспекта справедливости как проявления свободы воли индивида: «Очевидно, что приверженность определенным ценностям не возникает благодаря осознанному намерению, но, несмотря на это, сильную приверженность (“Я не могу иначе”) мы воспринимаем не как ограничение, а как высшее проявление свободы воли. Не стремясь к тому, чтобы снабдить политиков или педагогов простыми и надежными рекомендациями, я надеюсь, что своей книгой внесу вклад в выяснение этого принципиального вопроса: из какого опыта возникает, казалось бы, парадоксальное чувство недоступной сознательному выбору, но все же добровольной приверженности ценностям?» [16, с. 15].

Вопрос о добровольной приверженности ценностям – один из центральных в творчестве Х. Йоаса 2000-х гг. Он обращается к истории войн («Война и ценности» (2000), «Война в социальной мысли» (2008), «Длинная ночь скорби» (2013)), чтобы раскрыть генезис определенных ценностей до, во время и после войны и продемонстрировать «креативную роль войны» в трансформации ценностной приверженности. Его интересует не столько описание нормативных суждений, сколько выработка модели, которая способна была бы объяснить на эмпирическом уровне, как зарождается вера в истинность некоего ценностного убеждения, оформляющегося во множестве ситуаций личного опыта.

Императив креативности утверждает в современном обществе новую систему ценностей, исходя из безусловного требования, согласно которому каждый *должен* стремиться быть творческой личностью. Установление такого требования в качестве универсальной нормы необходимо подвергнуть социальной критике, так как «социальное и моральное имеют свои собственные императивы и не могут подменяться эстетическим» [2, р. 228]. К такому выводу приходит А. Реквигц в своей теории креативного общества, призванной не столько провозгласить пришествие новой эры в развитии человечества, сколько предупредить о возможных последствиях перерождения творческого воодушевления в «креативную истерию» и эмоционального выгорания личности в плену категорического императива креативности.

Режим креативности

Французские социологи Л. Болтански и Л. Тевено в работе «Об оправдании. Экономика величия» [17] исследуют *операции квалификации* как

элементарные компоненты научной деятельности, конституирующие основные когнитивные операции социального взаимодействия, предполагаю-

щие наличие *согласия* или *несогласия* (между индивидами, вещами, а также вещами и индивидами) в отношении используемых понятий и идентификаций. Понятие *креативности* является продуктом соглашения, ориентированного на определенные ценности конкретного мира со своими критериями оценки справедливости, принципами формулирования суждения о ней. Существенная проблема современной действительности заключается в том, что данный мир вступает во взаимодействие со множеством иных миров, ориентирующихся на альтернативные ценности. Вопрос, который волнует социологов, касается возможности нахождения и оправдания общих ценностей, достижения согласия в отношении их статуса и права на легитимное признание в качестве таковых. Они сравнивают современную версию практического разума (др.-греч. φρόνησις) с императивом оправдания общего блага, исходя из понимания того, какие операции квалифицирования людей и вещей признаются легитимными в мире, где ведется дискуссия. Подобно новоевропейским учебникам по этикету поведения в светском обществе для достижения общего блага (Б. Кастильоне «Придворный», Б. Грасиан «Остроумие, или Искусство изощренного ума»), выстраиваются сегодняшние практические руководства по успешному ведению бизнеса и политических переговоров [17, p. 148–151].

Однако даже в рамках одного мира существует множество различных *режимов* практического вовлечения в него, детерминированных некой ориентацией на конкретное видение общего блага (не всегда совпадающее с идеалом общей человечности, но подвергающееся испытанию ею в каждой новой ситуации). Одним из таких режимов является *режим оправдания* в формате публичных обоснований, вырабатываемых в некоторой системе ценностей («порядке величия» [17, p. 74]), претендующей на публичную легитимность. В этом контексте возникает закономерный вопрос о возможности оправдать креативность как универсальную ценность, выходя за рамки «мира вдохновения» [17, p. 159], не подвергающего очевидности данного высказывания сомнению. Л. Болтански и Л. Тевено допускают, что претензия креативности на легитимный статус может быть опровергнута не только в других ценностных мирах, но и в том же мире, исходя из видения альтернативных режимов оправдания определенной «формы величия» [17, p. 83]. Однако с таким оптимистичным видением перспектив выхода за рамки порочного круга мира креативности мог бы не согласиться тот, кто обосновывает детерминированность всех миров позднего модерна социальным *диспозитивом* креативности в *режиме* обостряющейся ориентации на нечто новое.

Немецкий социолог А. Реквитц, будучи вовлеченным в дискуссию французской школы прагма-

тической социологии, предлагает ввести в научный оборот термин «социальный режим эстетической новизны» [2, p. 9], обозначая им «модус структурирования» [2, p. 25] характеристик позднего модерна, определяющих облик социальной действительности.

Рассмотрим основополагающую структурную характеристику позднего модерна – «новизну» [2, p. 25]. Ее современный идеал ассоциируется не столько с прогрессом, сколько с чувством времени, которое отличает настоящее от прошлого и будущего. Былая оппозиция *новое* – *старое* заменяется циклами воспроизводства новизны в форме настроенности на восприятие многообразия форм того же самого. Этот режим новизны предполагает наличие особой чувствительности к многообразию проявлений повторения того же самого. Его феноменальная данность во временной перспективе замещает былую оппозицию старого и нового категориями «другое» и «одинаковое» [2, p. 25]. Социальный срез анализа демонстрирует новое как расходящееся с нормативным ожиданием, но при этом именно «социальные критерии диктуют, какая новизна является ценной и какая не является таковой» [2, p. 25]. Поэтому даже расходящееся с нормативным видением подчиняется управлению и контролю с помощью социальной диагностики ценностного поля современного общества.

Стоит заметить, что в теории А. Реквитца трактовка социального предполагает принятие категорий должного и допустимого в обществе, т. е. этическую валидность и верифицируемость сущности социального в конкретных социальных действиях, ситуациях и событиях. Чтобы продемонстрировать, каким образом валидное высказывание может быть неоправданным, приведем пример переименования одной из должностей в Еврокомиссии в 2019 г.: председатель Европейской комиссии У. фон дер Ляйен предложила переименовать должность еврокомиссара по вопросам миграции, внутренних дел и гражданства и обозначить ее менее официальным, более понятным для большинства европейцев и ценностно нагруженным концептом – еврокомиссар «по защите европейского образа жизни». Валидные аргументы У. фон дер Ляйен были признаны неоправданными в ценностном поле институтов ЕС и подвергнуты резкой критике [18].

А. Реквитц выделяет три современных режима, т. е. «три модуса структурирования фокуса на новизне» [2, p. 25]: новое как сцена, новое как возвышение и вытеснение, новое как стимуляция. Эти три режима в качестве модусов структурирования действительности соответствуют трем моделям современного общества: современность как совершенствование, современность как прогресс, эстетическая современность [2, p. 26].

Возрастающая со второй половины XX в. ориентация на ценность креативности подкрепляется

данными эмпирических исследований ценностных предпочтений различных поколений [1; 2; 7]. Эта тенденция проявляется в исчезновении условных критериев различия профессиональной и частной жизни. Последняя рассматривается как художественное произведение, создаваемое с помощью выбора в пользу так называемой креативной профессии.

Возникает иллюзия некоего ценностного поворота, повлекшего за собой структурные изменения в обществе. Х. Йоас полагает, что для воплощения в реальности обозначенных новых ценностей должны быть определенные структурные условия. Например, уменьшение количества рабочего времени, более высокий уровень формального образования, трудоустройство женщин, командная самоорганизация, наличие гибких связей между карьерной работой и другими видами деятельности. С помощью обновленной инфраструктуры мы создаем определенный шаблон для «дизайна автобиографий» [7, р. 253] личности, для ее форматирования. Вместе с частичным разрушением или существенным видоизменением старых ценностей появляются новые формы социальной дискриминации, хотя и подразумевается сохранение ориентации на государство всеобщего благосостояния.

В раскрытии специфических черт современной социальной реальности сложно обойтись без идеи самореализации творческого индивида. Огромную роль в этом контексте играет концепт «индивидуализация» [7, р. 254]. Он определяет развитие современного публичного пространства и его дискурса. Индивидуализация – процесс все возрастающего обоснования собственной жизни с помощью ценности личной автономии. Вместе с тем появляется страх перед anomией, страх утратить общественные связи между ценностными системами. «Но аномизация не есть следствие автономизации» [7, р. 253]. Если вся проблема в индивидуализации, то необходимо установить для нее «нормативные ограничения» [7, р. 254].

Однако не все социологи соглашались с такой точкой зрения. В отличие от Х. Йоаса, А. Реквитц утверждает, что общество позднего модерна характеризуется все в большей степени не столько процессами индивидуализации, сколько сингуляризацией [1, S. 181–272]. Если прежде сингулярность казалась чем-то «антисоциальным» или «предсоциальным», то уже «в позднем модерне сингулярности, напротив, есть то, вокруг чего вращается социальное» [1, S. 13]. Использование понятия «сингулярность» в социологии А. Реквитца во многом инспирировано работами американского специалиста по культурной антропологии И. Копытоффа и французского социолога Л. Карпика. Для него сингулярность – «сущее, которое в рамках социальных практик воспринимается и оценивается, производится и используется как особенное» [1, S. 50–51]. Здесь

следует прояснить отличие логики особенного от логики сингулярностей. В рамках ситуации *модерна* особенное работает в связке с общим и постоянно отсылает к нему для прояснения своей сути. В эпоху *позднего модерна* особенное воспринимается как «единственное в своем роде» (*einzigartig* [1, S. 51]), подлежащее сертификации вне противопоставления его общему.

А. Реквитц исследует типы социальной логики, сформированные на протяжении XIX–XXI вв. различными типами экономических взаимоотношений. В индустриальном обществе доминировала «экономика индустриального общего» [1, S. 15], в постиндустриальном обществе 1970-х гг. – «экономика культурного особенного» [1, S. 113]. Но с 1980-х гг. в обществе позднего модерна она постепенно перерождается в «креативную экономику сингулярностей» [1, S. 111]. Для раскрытия специфики «социальной логики сингулярностей» [1, S. 13] в XXI в. А. Реквитц проводит генеалогический анализ феномена социальной сингулярности и демонстрирует, каким образом он выходит за рамки оппозиции *общее – особенное*. «Революция аутентичности» [1, S. 19] среди представителей сегодняшнего среднего класса порождает новый тип социально-культурного опыта, ориентированного на *единственное* и *исключительное*, характеризующееся своей собственной сложностью и глубиной трактовки, доступной для понимания другими, но не сводящейся к языку здравого смысла. При этом следует отметить, что в таком обществе процессы «десингуляризации» [1, S. 14] также имеют место, но они остаются зависимыми от процессов сингуляризации, формирующих облик современности.

Два основных недостатка понятия «индивидуализм», согласно А. Реквитцу [1, S. 57]: во-первых, оно является слишком многозначным, во-вторых, характеризует преимущественно людей. Однако сущее сингулярностей включает в себя вместе с индивидами и коллективами также и неодушевленные объекты, пространства и времена.

Чтобы более детально сопоставить взгляды двух социологов на обозначенную проблему, вернемся к теории Х. Йоаса и рассмотрим преимущества использования понятия «индивидуализм» в конце XX в. для диагностирования характерного для общества того времени состояния. Конфликт между утилитаристским и экспрессивным индивидуализмом обусловлен историческими обстоятельствами. Сам конфликт вторичен по отношению к всеобъемлющей креативности, укорененной в индивиде. Здесь Х. Йоас истолковывает суть всеобъемлющей креативности в терминах гуманистической психологии А. Маслоу, различая первичную (высвобождение воображения и фантазии), вторичную (рациональное производство нового) и интегрированную креативность (переоценка первичной креативности, исходя из вторичной). В понятии

интегрированной креативности «открытость самоартикуляции» соединяется с «ответственностью самоконтроля» [7, р. 255].

Современная теория действия, с точки зрения Х. Йоаса, должна акцентировать роль интегрированной креативности в обществе. Тогда мы увидим, что приход автономной личности не был достигнут ценой моральной регрессии. Хотя немецкий социолог не отрицает факт существования коммерческой креативности в формах «подавленной креативности» [7, р. 255]. В целях выявления оснований ее развития он обращается к понятиям «участие», «яппификация» и «насилие», демонстрируя многообразие форм *подавленной креативности*.

Понятие «участие» обозначает «жажду публичной, осязаемой социальности и серьезной креативности в рамках сообщества» [7, р. 255]. Эта жажда развивается в направлении приватизации. Участвуя в жизни современного демократического общества, индивид испытывает в одно и то же время свои рациональные интересы, моральные обязательства и креативную самореализацию. Участие – «практическая форма интегрированной креативности, если только она не преследует исключительно собственные материальные интересы или нормативное обязательство вне связи с самореализацией, осуществляемой в публичной сфере» [7, р. 256]. Сегодня есть опасность инструментализации участия сугубо для самореализации. Участие не может быть приватизировано и превратиться в синоним успешной жизни. Поэтому нельзя забывать, что на вопрос о значимой жизни можно попытаться ответить лишь «в терминах публичного и политического действия» [7, р. 256]. Должен соблюдаться баланс различных модусов действия.

Понятие «яппификация» отражает «замалчивание напряжения между нормативностью и креативностью, которое произрастает из радикальной потери морали, присущей утилитаризму и экспрессивному индивидуализму» [7, р. 256]. Понятие «яппи» входит в повседневный оборот в середине 1980-х гг. и обозначает «тип личности, которая не ощущает мучения совести, будь то в процессе напряженного использования средств, сулящих деловой и карьерный успех, или в наслаждении красотой роскоши и получении удовольствия от своего стиля жизни и досуга» [7, р. 256]. Жажда новизны лишь ради новизны, карьеризм, денежная жадность, показное потребление, потворство своим желаниям – все это признаки нового стиля жизни, который не поддается универсальному обоснованию или оправданию.

Сегодня поколение «яппи» сменяется поколением «якки» (*yuppies* от англ. *young urban creatives* – молодые креативные горожане), иногда обозначаемых как «маппи» (*muppies* от англ. *mature urban professionals, millennial yuppies* – миллениалы-яппи) и «бобо» (*bobo* от фр. *bourgeois bohemian* – богемная

буржуазия). Последнее понятие часто используется в теории креативного класса (Р. Флорида), но ввел его в широкий научный и повседневный оборот американский социолог Д. Брукс. В 2000 г. он опубликовал книгу «Бобо в раю: откуда берется новая элита» и обозначил понятием «бобо» новую элиту информационной эпохи, раскрыв специфические черты ее стиля жизни.

Само существование множества стилей жизни и толерантность по отношению к этому множеству не могут заменить универсальное обоснование их притязания на значимость. То, что они разделяются определенной группой людей, еще не значит, что они валидны для других. А такое притязание на *универсальную валидность* для других, согласно Х. Йоасу, должно присутствовать. Иначе «культурная инновация» деградирует до уровня «приватно формирующихся культурных анклавов» [7, р. 256], а публичная сфера превратится в пространство навязывания чьих-то принципов.

Напряжение и механизмы сдерживания в определенных рамках должны сохраняться. Без них креативный потенциал не будет должным образом использован. Опыт *Другого* – важная провокация. Не может быть абсолютного консенсуса даже в отношении принятия многообразия стилей жизни. Здесь Х. Йоас переходит к анализу понятия «насилие» (индивидуальное и коллективное), обозначающего «выражение барьеров интегральной креативности» [7, р. 257]. Всегда есть вероятность, что часть креативности не окажется значимой для *Другого* и будет отрицаться в качестве таковой, порождая беспокойство и насилие против других. Х. Йоас предупреждает, что должны устанавливаться пределы принятия межкультурной и либеральной эйфории. Без них в современной Германии вместе с обострением проблемы ксенофобии и расизма наблюдается одновременно и рост насилия со стороны так называемых автономов [7, р. 257].

Рассуждая о взаимосвязи креативности и деструктивности, об опыте приверженности ценностям и его травматичности, Х. Йоас отмечает, что испытал влияние рассуждений американского философа Р. Рорти об унижении: «Это послужило отправной точкой для моих исследований на тему насилия и его последствий, где я попытался раскрыть такие явления, как эйфоризирующее воздействие насилия и изменение идентичности после опыта применения или переживания насилия» [16, с. 234].

Немецкий социолог допускает, что кто-то упрекнет его за нормативный пафос. Он отвечает критикам, что «даже понятие “интегрированной креативности” не является ценностно нейтральным» [7, р. 257]. Необходимо пересмотреть основания морали и нормативности в ситуации, когда идея креативности задает направление развития индивида и общества.

Ссылаясь на Ф. Ницше и его критику христианских ценностей и призывая к открытию подлинной морали, он рассматривает всю парадоксальность современной ситуации, когда креативность не может быть лишена моральных оснований, и в то же время требует дистанции по отношению к ним. В результате центральный вопрос, на который Х. Йоасу не удастся ответить в своей теории, переадресован теории морали как вопрос о субстанции морали, укорененной в креативности. И чтобы ответить на него, теория морали вынуждена посмотреть на предмет собственного исследования с точки зрения теории креативности действия.

Здесь встречаются две концепции креативности. Одна из них раскрывается в эстетизации жизни (М. Фуко, Ж.-Ф. Лиотар, Р. Рорти). Однобокая трактовка эстетического приводит к обесцениванию стиля жизни. Вторая (романтизм, постмодернизм) демонстрирует непреодолимое напряжение между креативностью и нормативностью. На нас возлагается ответственность за тот социальный порядок, который мы хотим и должны создавать для самих себя. Без каких-либо метасоциальных гарантий установления и сохранения порядка мы вынуждены принять креативность человеческого действия в современном обществе.

Переход Х. Йоаса от теории действия к явно артикулированной теории ценностей обозначен уже в четвертой главе «Креативности действия» [7]. Однако в этой работе ему не удастся ответить на ключевой вопрос: «Каким образом нормативность может быть укоренена в креативности, и в какой мере последняя допускает принятие определенных социально обозначенных границ ее реализации?»

Для получения ответа необходимо детально исследовать сам процесс появления новых ценностей, их установления в публичной сфере в качестве значимых. Х. Йоас отвергает возможность принятия постмодернистских версий обоснования бесконечного многообразия стилей жизни и их ценностных миров. Констатируя увеличение числа столкновений в Германии того времени на почве ксенофобии и расизма, немецкий социолог ищет выход в универсальном обосновании креативного действия в ситуационно обусловленных нормативных границах. Эта задача реализуется в его последующих трудах.

Принять такого рода аксиологическую трактовку удастся только при раскрытии *ценностной* природы креативности. Она не является ценностью нейтральной, так как всегда и везде представляет собой проявление человеческого действия, а последнее всегда укоренено в конкретной ситуации, которая, в свою очередь, не мыслима вне этоса. Укорененность в ценностной ситуации допускает случайность. Но данное допущение случайности универсально.

Индивид допускает случайность в той мере, в какой она допустима. И здесь в самой контингентности проявляется ее универсальная валидность для других. Мера допустимости креативности конкретного действия определяется множеством ситуаций, через которые мы успеваем пройти на протяжении жизни. Сталкиваясь с различными жизненными опытами, исходя из собственных стилей жизни, мы демонстрируем притязание на креативность, обозначая его на карте уже существующего публичного поля, фиксирующего приемлемый стиль жизни на языке здравого смысла.

Социология страдания в эпоху креативности

Проявление человеческой креативности всегда связано с преодолением неких установленных извне и изнутри границ личности, со стремлением преодолеть саму себя в том виде, в каком ее привыкли воспринимать. Такого рода преодоление является преимущественно болезненным процессом. Подлинно творческий процесс всегда сопровождается мучениями и борьбой с собственным несовершенством, работой над своими и чужими недостатками. Достаточно сложно представить творческую личность вне ее страдания и сострадания в отношении *Другого*, вне ее чувствительности к окружающему миру.

Но сегодняшний социологический дискурс креативности достаточно часто пытается скрыть эту темную сторону под видом удовольствия и удовлетворения от некой иллюзорной самореализации в (вос)производстве нового. Не столь важно, насколько новым окажется продукт творчества, для креативного класса важнее сама *установка на новое*. Создание соответствующих условий для

этой «бесконечно позитивной» [2, р. 212] настроенности на новое отнимает большую часть времени и ресурсов обслуживающих креативный класс индивидов. Падение инновационной производительности часто объясняется неспособностью создать соответствующую атмосферу, располагающую к оригинальному взгляду на сложившийся порядок вещей. Обеспечение данной атмосферы – одна из основных задач современной культурной и социально-экономической политики. Построение специальной инфраструктуры социальных институтов призвано сократить издержки инновационного производства с помощью компетентных аниматоров депрессивных регионов. При этом сами аниматоры оказываются зачастую лишними людьми в цифровой экономике будущего: «Мы можем видеть, как функции ценности отделяются, воспаряют и уносятся прочь от чисто человеческих оценок ресурсов. Это последняя переоценка ценностей, которую совершает автономный, самоисполняющийся код, работающий в распределен-

ной глобальной сети вычислительных устройств» [19, с. 244].

Существенные вопросы, которые не должны выпадать из поля рассмотрения социолога, диагностирующего состояние современной социальной реальности, касаются в том числе и природы человеческой чувствительности к боли, переживаемой другим индивидом, вблизи и на расстоянии, в экстазе творчества и в тупике бесплодной деятельности. Этическая и аксиологическая составляющие не должны исчезать из поля социологического исследования. Что такое *общественно значимая боль* в ситуации позднего модерна? Чем она оправдывается и как фальсифицируется? Какой вид индивидуальной боли в этом обществе является валидным? В каких формах возможно выносить суждение о ней в публичном пространстве современного общества? Насколько страдание личности или сообщества поддается оценке в категориях допустимого и приемлемого в креативном обществе? Какое страдание является морально допустимым в публичном пространстве позднего модерна? Какие обязательства мы способны и должны принять на себя в ситуации созерцания чужого страдания, вблизи и на расстоянии в XXI в.?

Все эти вопросы в той или иной мере затрагиваются Л. Болтански в работе «Страдание на расстоянии. Гуманитарная мораль, СМИ и политика» (1993). Главная задача данного исследования – прояснить содержание дебатов о гуманитарном действии, обращаясь к дискуссиям, вводящим в контекст политики *аргумент сострадания*. Л. Болтански верит в силу публичной речи, оказывающейся тем самым действием, в котором мы занимаем позицию принятия определенных обязательств в отношении увиденного и испытанного. Эта речь не должна сводиться к политической программе или форме эстетически привлекательного произведения искусства. Она является действием во благо страждущего в той мере, в какой мы способны как вписывать ее в систему универсальных ценностей, так и подпитывать ее конкретными личными переживаниями определенной ситуации сквозь призму индивидуального опыта, сохраняющего связь с реальностью. Только при сохранении этой связи преодолевается опасность превращения созерцания чужого страдания в спектакль. Сохраняя такого рода надежду, Л. Болтански не спешит вслед за Ж. Липовецким констатировать пришествие «постморалистского общества» с его «милосердием СМИ» [20, р. 179], венчающим доставляемое удовольствие и предполагаемые благие намерения в возможном развлечении зрителя.

Боль лишает нас способности думать. Немецкий философ Х. Арендт рассматривает боль в качестве приватнейшего из всех видов опыта, который не поддается отражению в сфере публичного [21, с. 66–67]. В точке боли нет возможности вы-

строить мост между субъектом и внешним миром. Это «границная ситуация» [21, с. 67]. Есть вещи, не выдерживающие блеска публичности. Что может быть названо в качестве такой вещи в современном обществе?

Новая форма предельной боли в креативном обществе – неприятие ограниченности времени, ресурсов и перспектив самореализации. Императив креативности заставляет пересмотреть морально-нравственные основания развития индивида в обществе, где личность жертвует множеством значимых социальных отношений ради конституирования собственной жизни как произведения искусства. В результате наше поколение уже не успевает заботиться даже о самых близких: индустрия заботы призвана выполнить эту функцию за нас [3]. Индустрия заботы с ее политикой инклюзивности призвана сделать больных и старых незаметно приемлемыми для публичного пространства. Вспоминая слова И. В. фон Гёте о том, что старение – это «постепенное отступление из явленности» [21, с. 67], можно найти красивое оправдание нашему стремлению убежать от стариков и больных, сдать их на попечение специальной системе социальных институтов, призванных разделить с нами ответственность за благополучие людей с ограниченными возможностями. По мере увеличения количества пенсионеров на душу работающего населения Европы возрастает и число аргументов, оправдывающих осознанный отказ от сопереживания чужой боли в ежедневном уходе за людьми, которых можно было бы назвать близкими в собственном проекте самореализации. У представителей креативного класса достаточно средств, чтобы снять с себя ответственность за этот отказ с помощью социального страхования. Но в этом случае креативный класс вынужден признать свою уязвимость без надежды на спасение категории «социальное», оказавшейся на какое-то время в плену креативного.

В обществе позднего модерна появляется новый тип страдания, выставляемого на показ в публичном пространстве для демонстрации собственной исключительности и уязвимости. Целое поколение популярных среди молодежи фигур публично озвучивают свои «уникальные» диагнозы и повествуют о буднях жизни с тем или иным болезненным синдромом: шведская эоактивистка Г. Тунберг признается в наличии у нее синдрома Аспергера [22], американская певица Билли Айлиш рассказывает о жизни с синдромом Туретта [23], американская супермодель Джиджи Хадид публично заявляет о том, что страдает от редкого заболевания щитовидной железы [24], американская певица Леди Гага признается, что страдает от хронической фибромиалгии [25], американская певица Лана Дель Рей повествует о своей длительной борьбе с разрушающей ее «мистической болезнью», с которой не может справиться ни один врач [26], американская певица

Селена Гомес раскрыла свой опыт борьбы с редкой разновидностью волчанки [27]. Если в XX в. знаменитость стремилась продемонстрировать идеал образа жизни, характеризующегося избытком «красоты, сексуальности, театральности, богатства, динамизма, славы, движения и досуга» [28, р. 6], то в XXI в. все в большей степени культивируется ущербность и неполнокровность как часть политики инклюзивности. Эта политика предполагает как возможность превращения человека с ограниченными возможностями в успешную модель, так и в равной степени вероятность обнаружения у кажущейся здоровой знаменитости ряда физических и психических недостатков, проблематизирующих подведение ее образа под категорию нормальности. Современная индустрия славы лишает своих субъектов атрибутов естественности и правильности. Постепенно расширяя границы, она начинает использоваться в качестве трафарета для формирования личных автобиографий каждого индивида. В мире социальных сетей слава оказывается доступной каждому в той мере, в какой он способен разрушить свой мир приватности. Немецкий историк искусства и художественный критик И. Грав в работе «Высокая цена: искусство между рынком и культурой знаменитости» (2008) констатирует превращение мира в «один большой подиум, по которому идет на работу жизнь» [29, с. 198]. В этом

мире тотальной рыночной театрализации жизни с помощью культурных индустрий «различие между публичной и частной идентичностью стирается» [29, с. 195]. Сегодня боль перестает быть интимной, она становится публичной. Современная культура пытается обнажить нервную систему личности, продемонстрировать ее утонченную чувствительность к окружающему миру и предельную ранимость.

В этом контексте возникает вопрос, каким образом возможно сохранить сакральность боли в интимном пространстве. А. Реквигц подчеркивает необходимость развести *эстетическое* и *социальное*, так как эстетизация боли приводит к ее обесцениванию. Достаточно сложно представить дискуссию, в которой предметом обсуждения окажется правомерность выражения страдания 16-летнего подростка в публичном пространстве [30]. Однако такого рода жесткие дебаты имеют место быть в современном обществе ввиду превращения страдания ребенка в политический «патетический спектакль» [31]. Публичная культивация боли, шествуя по пути от визуализации страстей Христовых в европейском искусстве до современной политики сострадания, достаточно часто использует детей на передовых политических движениях, превращая живых и страдающих в символы умиловителения судящих чистотой и наивностью.

Заключение

Все возрастающая со второй половины XX в. экспансия креативности в качестве неотъемлемого атрибута современной личности и поглощение всех сфер жизни ее императивом превращают социальную действительность в рудимент креативной сферы самореализации самотворящей сингулярности. Доминантная мотивация к действию определяется универсальным диспозитивом креативности, вписанным в социальный режим производства нового или кажущегося таковым. В данных условиях возникает потребность самоограничения креативности с помощью реабилитации социального в нормативно-ценностном поле жизни че-

ловека в сообществе с другими индивидами. Выявление аксиологических и этических аспектов эстетизации социального призвано обеспечить возможность вынесения оценочного суждения и его верификации с точки зрения социетального измерения действительности в категориях укорененной в определенной традиции и культуре мысли, оправдываемой мирной жизнью в диалоге духовных традиций. В этом контексте социология страдания становится непосредственным участником дискуссии вокруг вопроса о приемлемых формах воплощения креативности в публичной сфере.

Библиографические ссылки

1. Reckwitz A. *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp; 2017. 480 S.
2. Reckwitz A. *The invention of creativity*. Cambridge: Polity Press; 2017. 310 p.
3. Andreas Reckwitz: Digitalisation and society of singularities (video). *Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft*. 2018 December 25 [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: https://www.youtube.com/watch?v=7Wix2PGkl_4.
4. Urry J. *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge; 2000. 255 p.
5. Урри Дж. *Как выглядит будущее?* Москва: Дело; 2018. 320 с.
6. Nelson C. The invention of creativity: the emergence of a discourse. *Cultural Studies Review*. 2010;16(2):49–74.
7. Joas H. *The Creativity of action*. Chicago: University of Chicago Press; 1996. 336 p.
8. Мацевич-Духан ИЯ. Понятие креативности в западной культуре. *Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки: сборник научных статей*. 2019;18:392–400.
9. Бердяев НА. *Кризис искусства*. Москва: Интерпринт; 1990. 48 с.
10. Wallas G. *The Great Society. A psychological analysis*. London: Macmillan and Co; 1914. 406 p.

11. Dewey J. Creative democracy – the task before us. In: Boydston JA, editor. *John Dewey: the later works, 1925–1953. Volume 14*. Carbondale: Southern Illinois University Press; 1988. p. 224–230.
12. Schoenwald J. *A time for choosing: the rise of modern American conservatism*. Oxford: OUP; 2002. 352 p.
13. Мацевич-Духан ИЯ. Концепция «великого сообщества» в философии XX века. *Философские исследования*. 2019; 6:107–118.
14. Joas H. *Pragmatism and social theory*. Chicago: University of Chicago Press; 1993. 280 p.
15. Лэндри Ч. *Креативный город*. Москва: Классика-XXI; 2005. 397 с.
16. Йоас Х. *Возникновение ценностей*. Санкт-Петербург: Алетейя; 2013. 312 с.
17. Boltanski L, Thévenot L. *On justification: economies of worth*. Princeton: Princeton University Press; 2006. 400 p.
18. Stevis-Gridneff M. «Protecting our European way of life»? Outrage follows new E.U. role. *The New York Times*. 2019 September 12. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.nytimes.com/2019/09/12/world/europe/eu-ursula-von-der-leyen-migration.html>.
19. Гринфилд А. *Радикальные технологии. Устройство повседневной жизни*. Москва: Дело; 2018. 424 с.
20. Boltanski L. *Distant suffering. Morality, media and politics*. Cambridge: CUP; 2008. 268 p.
21. Арендт Х. *Vita activa, или О деятельной жизни*. Москва: Ад Маргинем Пресс; 2017. 415 с.
22. Hook L. Greta Thunberg: «All my life I've been the invisible girl». *The Financial Times*. 2019 February 22. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.ft.com/content/4df1b9e6-34fb-11e9-bd3a-8b2a211d90d5>.
23. Daly R. Billie Eilish discusses living with Tourette syndrome: «The internet hasn't really seen the bad tics». *NME*. 2019 March 6. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.nme.com/news/music/billie-eilish-discusses-living-tourette-syndrome-2458021>.
24. Brooke B. Gigi Hadid slams body shamers by revealing she suffers from Thyroid Disease. *Vogue*. 2018 February 12. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.vogue.com/article/gigi-hadid-hashimotos-disease-weight-gain-loss-health-new-york-fashion-week-twitter>.
25. Lady Gaga reveals chronic illness, with fibromyalgia featuring in her new documentary. *BBC*. 2017 September 13. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/41250806/lady-gaga-reveals-chronic-illness-with-fibromyalgia-featuring-in-her-new-documentary>.
26. Boardman M. Lana Del Rey explains her onstage meltdown, reveals devastating mystery illness. *Us Weekly*. 2014 June 6. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.usmagazine.com/celebrity-news/news/ana-del-rey-had-mystery-illness-says-she-doesnt-care-about-herself-201466/>.
27. Kounang N. Selena Gomez's disease: what is lupus? *CNN*. 2016 August 31. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://edition.cnn.com/2015/10/08/health/selena-gomez-reveals-she-has-lupus/index.html>.
28. Gundle St. *Glamour. A history*. Oxford: OUP; 2008. 472 p.
29. Грав И. *Высокая цена: искусство между рынком и культурой знаменитости*. Москва: Ад Маргинем Пресс; 2016. 288 с.
30. Baggini J. Greta Thunberg's attackers are morally bankrupt, but her deification isn't helpful. *The Guardian*. 2019 August 19. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/aug/19/greta-thunberg-attackers-climate-crisis-activist>.
31. Stelhi JS. Face à Greta Thunberg, l'arrière-garde ricane pour les autres mâles blancs. *Le Figaro*. 2019 September 25. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <http://madame.lefigaro.fr/societe/face-a-greta-thunberg-larriere-garde-ricane-pour-les-autres-males-blancs-250919-167202>.

References

1. Reckwitz A. *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp; 2017. 480 S.
2. Reckwitz A. *The invention of creativity*. Cambridge: Polity Press; 2017. 310 p.
3. Andreas Reckwitz: Digitalisation and society of singularities (video). *Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft*. 2018 December 25 [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: https://www.youtube.com/watch?v=7Wix2PGkl_4.
4. Urry J. *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge; 2000. 255 p.
5. Urry J. *Kak vyglyadit budushchee?* [What is the future?]. Moscow: Delo; 2018. 320 p. Russian.
6. Nelson C. The invention of creativity: the emergence of a discourse. *Cultural Studies Review*. 2010;16(2):49–74.
7. Joas H. *The creativity of action*. Chicago: University of Chicago Press; 1996. 336 p.
8. Matsevich-Dukhan IJa. The notion of creativity in Western culture. *Nauchnye trudy Respublikanskogo instituta vysshei shkoly. Filosofsko-gumanitarnye nauki: sbornik nauchnykh statei*. 2019;18:392–400. Russian.
9. Berdyaev NA. *Krizis iskusstva* [The crisis of art]. Moscow: Interprint; 1990. 48 p. Russian.
10. Wallas G. *The Great Society. A psychological analysis*. London: Macmillan and Co; 1914. 406 p.
11. Dewey J. Creative democracy – the task before us. In: Boydston JA, editor. *John Dewey: the later works, 1925–1953. Volume 14*. Carbondale: Southern Illinois University Press; 1988. p. 224–230.
12. Schoenwald J. *A time for choosing: the rise of modern American conservatism*. Oxford: OUP; 2002. 352 p.
13. Matsevich-Dukhan IJa. The «great community» conception in early twentieth-century philosophy. *Philosophical studies*. 2019;6:107–118. Russian.
14. Joas H. *Pragmatism and social theory*. Chicago: University of Chicago Press; 1993. 280 p.
15. Landry Ch. *Kreativnyi gorod* [The creative city]. Moscow: Klassika-XXI; 2005. 397 p. Russian.
16. Joas H. *Vozniknovenie tsennostei* [The genesis of values]. Saint Petersburg: Aleteia; 2013. 312 p. Russian.
17. Boltanski L, Thévenot L. *On justification: economies of worth*. Princeton: Princeton University Press; 2006. 400 p.
18. Stevis-Gridneff M. «Protecting our European way of life»? Outrage follows new E.U. role. *The New York Times*. 2019 September 12. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.nytimes.com/2019/09/12/world/europe/eu-ursula-von-der-leyen-migration.html>.
19. Greenfield A. *Radikal'nye tekhnologii. Ustroistvo povsednevnoi zhizni* [Radical technologies: the design of everyday life]. Moscow: Delo; 2018. 424 p. Russian.

20. Boltanski L. *Distant suffering. Morality, media and politics*. Cambridge: CUP; 2008. 268 p.
21. Arendt H. *Vita activa, ili O deyatelnoi zhizni* [Vita Activa]. Moscow: Ad Marginem Press; 2017. 415 p. Russian.
22. Hook L. Greta Thunberg: «All my life I've been the invisible girl». *The Financial Times*. 2019 February 22. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.ft.com/content/4df1b9e6-34fb-11e9-bd3a-8b2a211d90d5>.
23. Daly R. Billie Eilish discusses living with Tourette syndrome: «The internet hasn't really seen the bad tics». *NME*. 2019 March 6. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.nme.com/news/music/billie-eilish-discusses-living-tourette-syndrome-2458021>.
24. Brooke B. Gigi Hadid slams body shamers by revealing she suffers from Thyroid Disease. *Vogue*. 2018 February 12. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.vogue.com/article/gigi-hadid-hashimotos-disease-weight-gain-loss-health-new-york-fashion-week-twitter>.
25. Lady Gaga reveals chronic illness, with fibromyalgia featuring in her new documentary. *BBC*. 2017 September 13. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/41250806/lady-gaga-reveals-chronic-illness-with-fibromyalgia-featuring-in-her-new-documentary>.
26. Boardman M. Lana Del Rey explains her onstage meltdown, reveals devastating mystery illness. *Us Weekly*. 2014 June 6. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.usmagazine.com/celebrity-news/news/lana-del-rey-had-mystery-illness-says-she-doesnt-care-about-herself-201466/>.
27. Kounang N. Selena Gomez's disease: what is lupus? *CNN*. 2016 August 31. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://edition.cnn.com/2015/10/08/health/selena-gomez-reveals-she-has-lupus/index.html>.
28. Gundle St. *Glamour. A history*. Oxford: OUP; 2008. 472 p.
29. Grav I. *Vysokaya tsena: iskusstvo mezhdu rynkom i kulturoi znamenitosti* [High price: art between the market and celebrity culture]. Moscow: Ad Marginem Press; 2016. 288 p. Russian.
30. Baggini J. Greta Thunberg's attackers are morally bankrupt, but her deification isn't helpful. *The Guardian*. 2019 August 19. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/aug/19/greta-thunberg-attackers-climate-crisis-activist>.
31. Stelhi JS. Face à Greta Thunberg, l'arrière-garde ricane pour les autres mâles blancs. *Le Figaro*. 2019 September 25. [Internet; cited 2019 September 28]. Available from: <http://madame.lefigaro.fr/societe/face-a-greta-thunberg-larriere-garde-ricane-pour-les-autres-males-blancs-250919-167202>.

Статья поступила в редколлегию 02.10.2019.
Received by editorial board 02.10.2019.