



Виктор Бирюков, Александр Черницкий

БЛЕСК И НИЩЕТА КРЕАТИВНОГО КЛАССА

ЭТО НЕ КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС, А БЕЗДАРНЫЙ И РАЗНОМАСТНЫЙ СБРОД, ВОЛЬНО ИЛИ НЕВОЛЬНО ВЫСТУПАЮЩИЙ ПЯТОЙ КОЛОННОЙ ГОСДЕПА. НАМ ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ, ЧТО СТАРЕЮЩИЕ ПЛЕЙБОИ (НЕМЦОВ, МИЛОВ, КАСЬЯНОВ) В ГЛУБИНЕ ДУШИ ОСОЗНАЮТ СЕБЯ ПОЛИТИЧЕСКИМИ БАНКРОТАМИ: ТАК ВСЯКИЙ ПОДЛЕЦ ТАЙНО «В КУРСЕ», ЧТО ОН ПОДЛ...

К

реативный класс. Звучит красиво, загадочно, не по-нашему: маняще. Креативный – это творческий и созидательный, а рядышком в английском лексиконе и вовсе Creator, Господь. Многим хочется

подобраться к Нему поближе, и ширятся ряды тех, кто причисляет себя к креативному классу. Что ж за зверь такой – может, средний класс?

Нет: у нас под средним классом понимают среднедоходное население, не более 5% россиян ассоциируют средний класс с высокой образованностью и профессионализмом, хотя эти качества характеризуют средний класс на «вождем» Западе. А среднедоходное население – лишь «протоплазма» среднего класса, сырье для него. Платите магазинному охраннику \$2000 ежемесячно, но он не пополнит среднего класса и не начнет «креативить». Увы, даже в Концепции развития страны до 2020 года (детище Минэкономразвития) креативность не упоминается, а к среднему классу отнесены граждане строго по материальному цензу: «со среднедушевым доходом свыше шести прожиточных минимумов, а также имеющие автомобиль, банковские сбережения и возможность регулярного отдыха за границей».

Мысль чиновников поясняет политолог Андрей Окара, участник одного из наших круглых столов: «Средний класс определяется и вычленяется в социуме прежде всего по признаку потребительских способностей его представителей. Можно быть "маленьким человеком" – клерком средней руки, столоначальником, Акакием Акакиевичем, – но с хорошей зарплатой, и считаться средним классом. Но является ли герой гоголевской "Шинели" мотором развития страны? Даже если у него не простая суконная шинель, а дорогая дубленка и еще более дорогая иномарка?»

Копнем-ка глубже – ab ovo, как говаривали римляне. Ровно десять лет назад понятие creative class «запустил» американец Ричард Флорида. «Ядро креативного класса составляют люди, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового творческого содержания, – отмечает этот философ. – Подобно тому, как феодальная аристократия идентифицировала себя и свои ценности благодаря наследственному контролю над землей и ее населением, а буржуазия – благодаря роли торговцев и товаропроизводителей, креативный класс идентифицирует себя и свои ценности благодаря роли поставщиков креативности» (перевод наш. – В.Б., А.Ч.).

Итак, Флорида отводит креативному классу четкую социально-экономическую нишу – как и положено всякому классу (хоть по Марксу, хоть по Веберу). Но почему же сочетание «креативный класс» вошло в России в моду лишь в последние месяцы и ассоциируется с

протестами на московских улицах? Социально-экономический смысл понятия полностью искажен смыслом политическим, и такая подмена немало повеселила Флориду в далеком университете Торонто. Ну, а авторов этого текста позабавил преподаватель одного из университетов Москвы, который еще в 2010 году «сочинил несколько "общественных проектов"» и трижды (!) обращался к одному из нас с просьбой помочь их «вбросить в публичное пространство».

Вот первый «общественный проект»: «Число сторонников статьи 31 можно умножить, если бы бизнес наладил производство дешевых футболок, теннисок, бейсболок, курток и т.п. с символикой "31" (как бы артикул). Вероятно, многие, хотя бы в пику властям, купили и носили бы эти вещи».

Второй перл: «Аналогично можно наладить производство панам без полей синего цвета, напоминающих ведерко. Это только вообразить себе: поток людей – не автомобилистов – в синих панамках... А если украсить панамку вензелем "31", то она будет работать еще и как символ солидарности с защитниками Конституции».

Наконец, третий «проект»: «Объявить народный сбор средств на памятник жертвам политических репрессий на Лубянской площади – на месте "железного Феликса". Противостоять сбору средств и изготовлению памятника власти едва ли осмелятся. Много сложнее будет с установкой, однако борьба вокруг установки будет эффективным информационным поводом для либерально-демократических сил».

Ну и «креатив» – что там борьба с экономическим кризисом или модернизация всяя Руси. Более всего в этих «проектах», помимо интеллектуального убожества, обращает на себя внимание их полная самодостаточность. Помнится, Шумпетер определял бизнесмена как человека, который пытается преобразовать новую идею или изобретение в успешную инновацию: «Предпринимательство – сила креативного разрушения, действующая на рынках и в производстве, одновременно создавая новые продукты и модели бизнеса. Креативное разрушение обеспечивает динамичный и долгосрочный экономический рост».

Какие же новые идеи с изобретениями заложены в ларьке, где грязными руками неизвестно из чего делают шаурму? Вот и «уличная» оппозиция, не умея выдать реального креатива, заиклена на проведении максимально шумных и броских игр: протест ради протеста. В разряд инфоповодов попали уже заседания очередного оргкомитета по проведению очередной клоунады.

«Правозащитник» Лев Пономарев так сформулировал суть своего занятия: «Я разжигаю социальную ненависть к власти». Неужто больше приложить себя некуда, кроме разжигания? Да в том-то и дело, что некуда. Многие задаются вопросом: на что живут всегдашние уличники? Скажем, когда и чем зарабатывает левацкий предводитель

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

Удальцов (а если не работает, значит, и не созидает)?

Отважный мажор – сынок, племянник и правнук уважаемых людей – все-то норовит угодить в полицию, чтобы звонить из «воронка» на радио «Свобода» и рассказывать, как его притесняют. Ну и «созидание»: созрел «красный принц» – пустышка, изображающая страдание за народ. Однако мало кто подозревает, что зачастую коренным москвичам хватает дохода от сданных внаем квартир: скромная «однушка» приносит 30 тыс. руб. арендной платы в месяц (при этом учтите, иногородний читатель, что цены на ширпотреб в столице ниже, чем в регионах, – если отovarиваться не в центре, а в спальных районах).

Вывод: ненависть к власти рождается из бесталанности, тщеславия, безделья, лени и скуки, но креативом тут не пахнет. Ну, а на подготовленные удальцовыми и пономаревами зрелища подтягиваются сытые инфантилы (пошалить, порезвиться) да изнывающий персонал из бессчетных контор. Тот факт, что народ сей почти сплошь с высшим образованием, не гарантирует ни креативности, ни взрослости.

«А кто креативный класс? Весь офисный планктон? – удивляется режиссер Станислав Говорухин. – А те, кто создает, строит подводные крейсера, прокладывает трубы по дну Балтийского моря, – это не креативный класс? По-французски *créer* – это создавать. Те, кто создает, – это креативный класс. А создает, к сожалению, не эта публика с Болотной. Это как раз не креативный класс».

Ярко описав целый арсенал массовых дурачеств, публицист Юрий Сапрыкин иронизирует: «Предвыборные уличные акции настолько увлекательны сами по себе, что непонятно, должна ли у них быть какая-то цель». Невольно приходят на ум «Коллективные действия» – группа прозавших себя «концептуалистами» представителей столичной богемы, которые в середине 1970-х додумались отыскивать эстетическую ценность в «акциях» – собственных попойках на лоне подмосковной природы.

Впрочем, отдадим должное безобидности «концептуалистов»: они не кощунствовали в церквях, подобно Pussy Riot (из-за крайнего неприличия название не переводим). Ради скандала существа в женском обличье оскорбили не только православных: христиане иных конфессий, мусульмане, буддисты, иудеи живо вообразили подобное вторжение в костел, кирху, мечеть, ступу, синагогу. Возмутились и атеисты – из тех, у кого есть индивидуальный «Бог в душе», именуемый совестью. Зато реакция площадных скоморохов оказалась «креативной» в особо крупных размерах: существ надобно освободить от наказания в силу религиозной гуманности, а также поелику у них малые дети (отправляясь на богохульство, существа цинично рассчитывали на отходчивые русские сердца).

Бузить погромче на свежем воздухе, изобретая «эффективные инфоповоды»: такой смысл жизни обрели сотни москвичей. Произошло это несколько лет назад – после побед оппозиционеров в Грузии, на Украине, в Киргизии (в 2011 году наших горлопанов подхлестнула «арабская весна», принесшая колоссальные жертвы Ближнему Востоку). Так и сняты кое-кому лавры «ранних» Саакашвили, Ющенко-Тимошенко, Бакиева. Недаром дорогу Pussy Riot в храм Христа Спасителя проложили киевские ведьмы Femen. Всевозможные «несогласные» полагают, будто богатый опыт крикливых манифестаций окажется бесценной ложкой к обеду «цветной» революции.

Недавно мы изложили ее классический сценарий, разработанный тремя известными заокеанскими институтами и испытанный в разных уголках планеты: если деньги – в отличие от голосов в бюллетенях – у вас имеются, то информацию о «нечестных выборах» задолго до дня голосования распространят СМИ, а уж сразу после выборов (не имеет значения, были ли нарушения) за дело возьмутся спецы по организации «гуляний».

К счастью, безоглядная вера Западу покинула российские пределы. Перестройка была вестернизацией, переделкой отечественного солидарного общества в западное общество гражданское, превращением славянского расправства в демократию англосаксов, но «перекомпоновать» развалины СССР (или Китай, Иран, арабский мир и т.д.) в подобие США невозможно в принципе.

С самого начала «честновыборных» манифестаций здравомыслящим людям было ясно, что «креативный класс» скоро выдохнется и перессорится. Любопытно, что размывают его по-настоящему талантливые Каспаров с Лимоновым, выдающийся шахматист и сильный писатель. Обоих нестерпимо раздражает мелкотравчатость коллег, лишенных творческого начала: ни у кого нет подлинного Проекта, ни за кем не пойдет народ.

Это не креативный класс, а бездарный и разномастный сброд, вольно или невольно выступающий пятой колонной госдепа. Нам представляется, что стареющие плейбои (Немцов, Милов, Касьянов) в глубине души осознают себя политическими банкротами: так всякий подлец тайно «в курсе», что он подл. Игриво-стихоплетная аббревиатура ПАРНАС да зазубренные речевки демагога Рыжкова об избирательных нарушениях – это не созидание (вспоминается «Щит и меч»: «Один из этих людей беспрестанно, как заведенный, тщательно ругался матом»).

И уж в любом случае негоже шельмовать быдлом всех, кто не разделяет ваших взглядов. Дошло ведь до того, что оппозиционная тусовка предлагает обусловить право на пенсию лишением пенсионеров избирательного права: дескать, пенсионеры глупы и склонны голосовать за действующую власть, которая к выборам повышает пенсии. Правда, подобный «креатив» наука называет

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

социал-дарвинизмом. Удивительное дело: земля русская носит недоумков, которым кажется, будто после 50–60 лет и жить-то незачем.

Нужен креативный класс, а не его имитация. Экономист-практик Андрей Шаронов, знающий о положении дел отнюдь не гипотетически, констатирует: «В российской экономике сложилась ситуация, когда можно безбедно жить, оставаясь неконкурентоспособным. Именно для высокой конкурентоспособности и необходимы креативные люди. Ситуацию надо менять».

На днях авторы статьи побывали на форуме «Институты модернизации», где директор по инновационному развитию РОСНАНО Юрий Удадьцов признал: без массовизации креативного класса невозможна модернизация. Данный факт очевиден и для высшего руководства. По словам Владимира Путина, «России необходимо продолжать снижать зависимость от нефтегазовых доходов, перейти на инновационный путь развития экономики», а государственная политика должна строиться вокруг решения общенациональной задачи «создания 25 млн новых, высокотехнологичных, хорошо оплачиваемых рабочих мест».

Цифра ярко коррелирует с 40 млн креативного класса США – с учетом временного лага в предстоящие 10–15 лет и нынешним численным превосходством американцев (их в 2,2 раза больше россиян).

Человек русской культуры – независимо от национальности – «по определению» носитель высокой креативности: без нее не покорить было далее от Балтики до Берингова пролива. Иными словами, в стране имеется мощная ментальная база для Creative Class. Достаточно и креативных людей, которые выступают в роли каркаса, на котором этот класс сформируется. Некоторые из них участвовали в наших круглых столах в Доме экономиста и в РСПП. Причем они нередко принадлежат противоположным лагерям, прожженные либералы соседствуют с махровыми консерваторами. Но создавая экспертный пул, мы игнорируем идеологические предпочтения. Наши критерии – острый ум (креативность), профессионализм

и небезразличие к родной стране. А левый, центрист или правый; входящий во власть, приближенный к ней или от нее удаленный, – дело десятое. У нас нерукопожатна лишь политическая гопота.

Выборные страсти позади, политическая конфигурация понятна, пора наконец вернуться к теме модернизации, которую эти самые страсти заслоняли, начиная с осени 2011 года. Иначе не избавить народ российский от коллективных комплексов неполноценности. Вот только вряд ли призыв к модернизации найдет отклик у псевдокреативных фигляров с площадей... ▲

