

УДК 316.7

## КРЕАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖИ РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ\*\* CREATIVE POTENTIAL OF THE RUSSIAN PROVINCE YOUTH

Т. В. Гаврилюк  
T. V. Gavriluk

*Ключевые слова:* ценности; молодежь; ценностные ориентации молодежи; креативность; творчество; креативный потенциал  
*Key words:* values; youth; value orientations of youth; creativity; creative potential

В статье исследуется креативный потенциал российской провинциальной молодежи в его связи с выбором жизненных стратегий, восприятием и планированием будущего, а также представлениями об основных векторах развития российской культуры. Методом массового опроса эмпирически изучены представления молодежи об основных сценариях социокультурных изменений, отношение к творчеству как социальному феномену и собственная творческая активность. Исследование показывает высокую инновационную готовность молодежи, стремление к индивидуальному успеху и свободе самореализации, наличие креативного потенциала, парадоксально сочетающиеся с консерватизмом, этническим национализмом славянского толка, ориентацией на усиление государственного контроля над гражданским обществом, и ужесточение цензуры культурной сферы. Исследование вносит вклад в дальнейшую разработку проблематики соотношения динамики ценностей и креативности, его выводы могут использоваться в управленческой, общественной, преподавательской деятельности.

*The purpose of this conceptual paper was to study the creative potential of the Russian province youth in its connection with the choice of life strategies, perception and planning of the future as well as views on the main vectors of the Russian culture development. The youth ideas about the main scenarios of socio-cultural changes, the attitude towards creativity as a social phenomenon and its own creative activity were empirically studied using the method of mass survey. The research shows the young people's high innovative readiness, their desire for a individual success and self-actualization freedom, a high creative potential presence, which are paradoxically combined with conservatism, ethnic nationalism of the Slavic domination arguments, a focus on strengthening of the state control over the civil society and supporting of the tightening of the cultural sphere censorship. The study contributes to further development of the topics associated with relationships between the value dynamics and creativity. The study findings can be used in administrative work, social activities and in the teaching process.*

Урбанизированная городская среда, являющаяся следствием индустриального развития, формируется как конгломерат ранее изолированных культурных форм, порождая специфический образ жизни и восприятие социальной реальности. Глобальная унификация стилей, поведенческих паттернов и практик потребления сопровождается стремлением не только сохранять и транслировать сложившийся историко-национальный нарратив, но и продолжать непрерывную работу по его пересборке в различных идеологических версиях. В период социально-культурной турбулентности особое значение приобретает исследование представлений молодежи о содержании и направленности происходящих трансформаций, желательных и неблагоприятных сценариях развития культуры, готовности к инновациям и степени вовлеченности в процесс социального переустройства. В данной статье производится попытка анализа креативного потенциала молодых людей, живущих в провинции, в контексте более общих представлений о содержании и траектории культурной динамики. Данная цель реализуется посредством решения следующих задач:

- обобщение коллективных представлений в контексте полярных идеальных типов: «ориентация на инновации — традиционализм»; «креативность — конформизм»; «толерантность — гетерофобия»; «культурная свобода — государственный контроль»;

\*\* Статья выполнена при поддержке гранта РГНФ № 15-03-00284а «Образ будущего в выборе алгоритма социальной мобильности современной российской молодежью».

- выявление отношения молодежи к творчеству как социальному феномену, а также творческим профессиям как форме деятельности в контексте российской культуры;
- обозначение основных направлений креативной деятельности молодых людей, а также взаимосвязи между творческими увлечениями и профессиональным самоопределением респондентов.

Если мы трактуем молодежь как единую группу, то анализ в таком случае может строиться лишь как «среднее арифметическое» культурных различий множества групп, объединенных в «воображаемое сообщество» (термин Б. Андерсона [2]) идеологическими механизмами. Следовательно, мы осознанно осуществляем редукцию множественности с целью поиска общих закономерностей существования созданного нами объекта исследования. Концептуально данная исследовательская логика согласуется с фундаментальными теориями классического и современного этапа развития социологического и культурологического знания — структурно-позитивистской линией объяснения (Э. Дюркгейм [5], Т. Парсонс [10], П. А. Сорокин [7]), направлениями цивилизационного анализа (О. Шпенглер [9], А. Тойнби [8], Н. Я. Данилевский [4]), проектом культурологии Л. Уайта [6] и «сильной программой культурсоциологии» Дж. Александера [1]. При всем различии исследовательской аксиоматики данные концепции роднит стремление их авторов к генерализации, поиску структурных оснований культуры, выявлению тенденций ее динамики как на уровне отдельного общества, так и в качестве универсальных закономерностей. Данная методология может применяться и к анализу социокультурных характеристик отдельных групп, в процессе которого они выводятся из более широкой надындивидуальной совокупности смысловых, ценностных и нормативных регуляторов человеческого действия. Эмпирическое исследование феноменов коллективного сознания молодежи посредством анализа результатов массового опроса согласуется с рассмотренной выше логикой теоретизирования.

Эмпирическое исследование проводилось в рамках грантового проекта РГНФ № 15-03-00284а «Образ будущего в выборе алгоритма социальной мобильности современной российской молодежью» в период с мая по сентябрь 2015 г. Использовался метод массового анкетного опроса посредством онлайн-сервиса «SurveyMonkey». В исследовании приняли участие 1252 человека: учащаяся, студенческая молодежь, молодые специалисты Тюменской области, Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов в возрасте от 15 до 30 лет. Обработка результатов исследования осуществлялась с помощью статистического пакета программы IBM SPSS Statistics V.19. Основными видами статистического анализа выступили частотный анализ и анализ таблиц сопряженности.

Респондентам предлагалось оценить основные перспективы развития российского общества как целостности с помощью оценки предложенных суждений по жесткой шкале согласия/частичного согласия/несогласия. Схематизация выбора до бинарной оппозиции осуществлялась осознанно, с целью определения исходных допущений, к которым склоняется массовое сознание. Промежуточный вариант ответа «частично согласен» интерпретировался как разновидность поддержки высказывания.

Молодежь демонстрирует высокую инновационную готовность, разделяя идею высказывания «Мы должны смотреть только вперед, пробуя различные новшества, не оглядываясь на традиции» (78,9 %). Вместе с тем более половины согласившихся поддерживают его лишь частично, что, исходя из логики суждения, связано с неприятием второй его части, то есть готовностью порвать с традициями. При этом пик инновационной готовности приходится на группу 16–17-летних, в которой 42,6 % полностью разделяют указанную идею. Очевидной и вполне предсказуемой является тенденция усиления традиционализма в установках молодых людей по мере взросления: треть молодежи старше 23 лет не согласна с приведенным суждением. Подтверждает указанную тенденцию и иерархия личностных ценностных ориентаций респондентов: 50 % молодежи включили творчество и самореализацию в число жизненных приоритетов. Индивидуальный успех, воспринимаемый как возможность выбора жизненной стратегии, сочетается с высоким уровнем готовности принимать новшества.

Продолжая далее анализировать результаты исследования, отметим и отчетливо наблюдаемый этнический национализм славянского толка, приобретший статус социальной нормы в сознании молодежи. 65,9 % молодежи согласны или частично согласны с утверждением «Будущее нашей страны должно быть связано с доминированием славянского этноса. Принятие такого суждения в любой форме означает согласие с культурной гегемонией этнического большинства, что противоречит как целям и задачам государственной этнонациональной политики, так и нормам поликультурного коммуникационного пространства. Обращает на себя внимание последовательное увеличение числа полностью согласных с утверждением по мере взросления: в каждой возрастной когорте прибавляется в среднем около 2 % — от 17,5 % школьников младше 16 лет до 24,4 % тех, кто старше студенческого возраста (23 года). Аналогичная нетерпимость наблюдается и в отношении молодежных субкультурных сообществ, спад популярности которых с конца 2000-х гг. и по настоящее время очевиден. «Россия — не место для готов, фриков, хипстеров и прочих неформалов» считают 66,5 % опрошенных студентов и школьников. Причем половина из них не вполне уверена в поддержке высказывания, и это дает основание полагать, что некоторые избранные формы субкультурной активности у обозначенной части респондентов не вызывают подобного неприятия. Наблюдается ярко выраженная гендерная дифференциация ответов на этот вопрос, наблюдаемая и в других проведенных нами исследованиях по данной проблематике: почти половина (45,7 %) юношей готовы изгнать «неформалов» из нашей страны, полностью согласных среди девушек — только 22,1 %. Подобное неприятие групп «чужих», ярко демонстрирующих свою социальную идентичность, объяснимо с позиций теории социальной идентичности. Имиджевые молодежные субкультуры вызывают немедленное их восприятие в качестве аутгрупп, не релевантных группам «нормальной», «обычной» молодежи. Это порождает стремление несубкультурной молодежи придать собственной социальной идентичности более позитивную окраску путем сравнения с субкультурными аутгруппами и дискриминации последних, даже если их сферы деятельности, цели и интересы не пересекаются.

Консерватизм, демонстрируемый в оценках утверждений о цензуре, также противоречит общим инновационным установкам молодых людей. Высказывание «Ужесточение цензуры в области культуры и СМИ — необходимая мера, без которой развитие нашей страны станет затруднительным» поддерживает 66 % респондентов, причем четверть полностью уверена в этом. Государство в их глазах превращается в основного агента, осуществляющего регулирование культурной сферы, возможности самоорганизации культурного пространства не рассматриваются большинством молодежи в качестве эффективных механизмов его развития.

Как было указано выше, творчество и самореализацию молодежь помещает в высший ранг иерархии жизненных ценностей. Охарактеризуем основные направления активности молодежи в данной сфере. Три четверти молодежи имеют творческие увлечения, наиболее распространены рисование (25,8 %), музыка (18,6 %), танец (17 %), литературное творчество (17 %) и «хенд-мейд» (15,1 %). Типично женские хобби — это рисование (33,7 % девушек), хореография и танец (23,6 %), «хенд-мейд» (24 %); юноши же более склонны констатировать отсутствие творческих увлечений вообще (почти 40 %), среди девушек таких только 15,9 %. Самыми популярными у мужчин видами творческой активности являются музыка (20,7 %) и научные исследования (16,5 %). Зависимость хобби от возраста выражена не столь ярко, однако с взрослением наблюдается рост интереса к технически более сложным видам творческой деятельности, имеющим прикладную направленность, — к научным исследованиям, дизайну и фотографии. И еще один показательный факт: в когорте респондентов старше 23 лет в два-три раза больше людей занимаются рукоделием и «хенд-мейдом» (33,4 против 6–15 % в других возрастных группах), что также можно связать с «приземлением», усилением практической ориентации творчества в направлении декоративных целей. Можно предположить, что столь высокий интерес к данному виду творчества обусловлен периодом вступления молодых взрослых в фазу формирования собственной семьи, что смещает фокус внимания к более прагматическим сферам жизни, достижению комфорта и эстетическим преобразованиям окружающего частного пространства.

В следующем вопросе респондентам предлагалось выбрать вариант ответа, наиболее точно описывающий их планы относительно взаимосвязи творческих хобби и профессиональной самореализации. Большинство респондентов (61,2 %) готовы сохранить творческие увлечения как способ проведения досуга, но зарабатывать деньги они намерены другим способом. Вместе с тем около 20 % желают сделать творчество профессией, при этом 7,9 % из них надеются, что такая деятельность может принести славу и богатство, 11,3 % лишь желают совместить творческую и профессиональную самореализацию, не стремясь к головокружительному успеху в этой сфере. Обращает на себя внимание различие в возрастной дифференциации этих 20 % респондентов: среди них преобладают подростки до 16 лет, желающие воплотить свои мечты, и молодые взрослые, сознательно ориентирующиеся на творческие профессии. Порядка 20 % респондентов готовы отказаться от творческих увлечений, ориентируясь на «более важные дела», причем среди юношей количество тех, кто склоняется к данному варианту ответа, больше на 10 %.

Проанализируем более детально отношение молодежи к творчеству как феномену, а также форме деятельности в контексте российской культуры. Прежде всего отметим, что подавляющее большинство респондентов признают значение творчества в процессе формирования и развития личности: высказывание «Творчество — это ненужное занятие, отвлекающее от основных жизненных целей» решительно отвергли свыше 80 % молодых людей. Среди тех, кто с данным утверждением все же полностью или частично согласен, доминируют юноши (27,5 против 12,4 % девушек). Вместе с тем уверенность в ценности творчества снижается, когда люди начинают задумываться о взрослении. Так, половина молодежи полностью или частично принимает утверждение «Творчество, «поиск себя», «креатив» — дело молодых. Взрослые люди должны заниматься серьезными вещами». Причем стремление к «серьезным вещам» резко возрастает у старшеклассников, впервые принимающих решения относительно собственной судьбы (20 % абсолютно согласны с утверждением, в других группах — 9–11 %). После окончания вуза желание быть «взрослым и серьезным» резко проходит: здесь уже 60 % отвергают приведенное суждение.

Несмотря на высший ранг в шкале жизненных приоритетов и признание значения творчества, креативность и инновационное мышление вовсе не являются безусловной ценностью в сознании большинства молодых людей, что подтверждается анализом мнений относительно других высказываний. Творчество в самом широком смысле этого слова молодые люди воспринимают не как интенсивную работу, способ духовного и интеллектуального самосовершенствования, форму самореализации, в том числе профессиональной, а лишь как досуг, возможность «расслабиться, снять стресс, переключить внимание». Связь между креативностью и жизненным успехом неочевидна для молодых людей: только 20 % убеждены, «чтобы быть успешным человеку в современном мире необходимо быть творческой личностью», остальные полагают, что успеху креативность способствует только в сочетании с другими факторами (46,9 %), либо же не видят необходимости в инновационном, творческом мышлении в контексте достижения практических целей (32,5 %).

Рассмотрим отношение молодежи к творческим профессиям как феномену мировой и российской культуры. «Мир творческих людей закрытый, нам его никогда не понять» — с этим высказыванием полностью или частично согласны около половины респондентов, остальные уверены в обратном. Несформированность представлений относительно культурной специфики жизненного мира людей творческих профессий и, одновременно, десакрализация творчества давно уже стали реалиями современной культуры. Относительно социального положения представителей художественной сферы мнения столь же полярны: большинство полагает, что художник должен стремиться к общественному признанию и успеху (противоречие между сущностью творчества и общественным преуспеванием видят только 17 %), но в то же время выражение «художник должен быть голодным» отвергается уже не столь решительно (в данном пункте почти 60 % полностью или частично согласились, что слава и материальное благополучие портят творческих людей). Аналогичная ситуация складывается и с оценкой коммерческой привлекательности творческих профессий: «Творчество сегодня — это сфера коммерции, приносящая огромные прибыли» — уверены 21,6 % респондентов, еще 53,9 %

согласны частично, имея в виду специфику различных направлений креативной деятельности. Вместе с тем высказывание «В России представители творческих профессий никогда не будут получать достойную заработную плату» полностью поддерживает 17,5 %, частично — еще 42 %. В целом преобладают оценки, выражающие неуверенное согласие с большей частью высказываний. Мы также наблюдаем противоречие в оценках смежных позиций, что можно интерпретировать как неопределенность точки зрения, обусловленную некомпетентностью и отсутствием сформировавшегося мнения по этому вопросу.

Таким образом, исследование показывает рассогласованность проективных ориентаций молодежи относительно собственного будущего и будущего российского общества как надындивидуальной целостности. Высокая инновационная готовность молодежи, стремление к индивидуальному успеху и свободе самореализации парадоксально сочетаются с консерватизмом, панславянским национализмом, ориентацией на усиление государственного контроля над гражданским обществом и ужесточением цензуры культурной сферы. Причины подобной ситуации следует искать в двух тенденциях, действующих в противоположных направлениях: трансляция традиционно-патерналистских установок взаимодействия государства и гражданского общества от поколения родителей и воздействие на молодежь культурного контекста эпохи постмодерна: распад ценностно-смыслового единства в границах макросоциальных общностей, множественность самоидентификации, тотальная дигитализация культуры, плюрализм жизненных стилей в рамках дифференцированных сообществ, непрерывное становление и мутация культурных форм.

Несмотря на имеющийся у молодежи креативный потенциал, она слабо представляет специфику творческого труда. Собственное творчество не оценивается серьезно, рассматривается как форма досуга, а особенности профессиональной художественной деятельности, находясь вне жизненного мира респондентов, остаются недоступными пониманию. Высший ранг творчества и самореализации в самооценке жизненных приоритетов не позволяют нам говорить о креативности и инновационном мышлении как безусловной ценности в сознании большинства молодых людей, так как связь между креативностью и жизненным успехом для них остается неочевидной.

#### **Список литературы**

1. Александер Дж. Смыслы социальной жизни: культурсоциология / пер. с англ. Г. К. Ольховикова под ред. Д. Ю. Куракина. — М.: Изд. и консалтинговая группа «Праксис», 2013.
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. — М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2001.
3. Вебер А. Избранное: Кризис европейской культуры. — СПб.: Университетская книга, 1998.
4. Данилевский Н. Я. Россия и Европа. — М.: Древнее и современное, 2002.
5. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. — М.: Наука, 1991.
6. Работы Л. А. Уайта по культурологии. Сб. перев. — М.: ИНИОН РАН, 1996.
7. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика. — М: Астрель, 2006.
8. Тойнби А. Дж. Постигание истории: Сборник / Пер. с англ. Е. Д. Жаркова; Сост. А. П. Огурцов; Вступ. ст. В. И. Уколовой. — М.: Прогресс. Культура, 1996.
9. Шпенглер О. Закат Европы. Т. 1: Образ и действительность. — Новосибирск, 1993.
10. Parsons T. On the concept of value-commitments, *Sociological Inquiry*, Vol. 38, Issue 2 (April 1968), pp. 135 - 160 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1475-682X.1968.tb00679.x/abstract> (дата обращения: 29.11.2015).

#### **Сведения об авторе**

**Гаврилюк Татьяна Владимировна**, к. социол. н., доцент кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, тел. 83452683446, e-mail: [tv\\_gavriluk@mail.ru](mailto:tv_gavriluk@mail.ru)  
**Gavriluk T. V.** Candidate of Science in sociology, associate professor of the chair «Marketing and municipal management», Industrial University of Tyumen, phone: 83452683446, e-mail: [tv\\_gavriluk@mail.ru](mailto:tv_gavriluk@mail.ru)