

КОНФЕРЕНЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ  
АССОЦИАЦИИ «КРИЗИС, КРИТИКА И ИЗМЕНЕНИЯ»  
(28 – 31 АВГУСТА, ТУРИН, ИТАЛИЯ)

---

УДК 316.3



**Волков Ю.Г.**

**КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС:  
ЛОГИКА СОЦИАЛЬНОГО  
СТАНОВЛЕНИЯ\***

В представленной статье обосновывается становление креативного класса на основе перехода от общности творческих личностей к группе социального творчества. Опираясь на презентативный эмпирический материал, автор статьи обосновывает модернизационную миссию среднего класса в российском обществе через становление социальной субъектности.

**Ключевые слова:** креативный класс, модернизация в российском обществе, модернизационный проект, социальные различия, культурные различия.

**Волков Ю.Г.**

Заслуженный деятель науки РФ, доктор философских наук, профессор, директор ИППК ЮФУ.  
E-mail: infoipk@sfnu.ru.

© Волков Ю.Г., 2013

\* Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда. Проект №13-03-00562 «Становление социальной идентичности креативного класса в современной России».

**Volkov Y.G.**

**CREATIVE CLASS: THE LOGIC  
OF SOCIAL FORMATION**

In the article the formation of the creative class is considered on the transition from a community of creative people to the group of social creativity. On the basis of empirical material the author substantiates the modernizing mission of the middle class in Russian society through the establishment of social subjectivity.

**Key words:** creative class, modernization of the Russian society, modernization project, social differences, cultural differences.

**Volkov Y.G.**

Honored worker of a science of the Russian Federation, Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Director of the IRIPS of SFU.  
E-mail: infoipk@sfnu.ru.

© Volkov Y.G., 2013

В своих тезисах в защиту идеи модернизации российского общества А.Б. Гофман обозначил проблему ее субъектности, так как в специфических условиях России модернизация может реализоваться в жизнь только на основе консенсуса относительно целей и способов модернизационного процесса со стороны тех групп населения, которые не только испытывают потребность в институциональных и структурных изменениях, но и по социальной ресурсности и ценностным установкам готовы принять активное участие в социальных переменах и действовать как коллективный субъект.

Поэтому так важно, во-первых, определиться с тем, каким образом и какие общественные силы могут инициировать, катализировать и контролировать реализацию модернизационного проекта, учитывая, что существует мощное сопротивление, определяемое тем, что российское общество характеризуется как не вполне готовое к известным схемам модернизации. Сама идея модернизации воспринимается с предубеждением как порождающая немалые социальные и политические риски.

Речь идет о том, что мы имеем дело с доводами в пользу «немодернизации», воспроизводства квазитрадиционных отношений, связанных с сохранением опекунской роли государства и анархическим индивидуализмом в массовых настроениях населения. Поясняя это положение, можно констатировать, что в российском обществе сложилась система параллельных социальных миров, когда при укладе жизни, частных социальном и правовом порядках, групповых интересах доминирует выбор бессубъектности. Иными словами, на государство возлагаются надежда и ответственность за состояние социальной ситуации в целом, а общество занимает позицию «стороннего» наблюдателя.

Между тем, как показывает опыт реализации модернизационных проектов, определенные достижения связываются с массовой мобилизацией общества, с достижением социальной консолидированности, с тем, что вырабатываются механизмы взаимных уступок и обязательств, когда определяются условия и «размер» конкретного вклада государства и различных социальных групп и слоев в процесс модернизации.

Социокультурная модернизация для российского общества в целом означает переход к иному качественному состоянию общественной жизни, связанному не столько с экономическим ростом и созданием инновационной экономики, сколько с «лучшей жизнью», уровнем образования, здоровья, занятости, балансом между рабочим временем и досугом [1, с. 4]. Важно различать конъюнктурные задачи, волнующие общество, но не имеющие стратегического задела, и модернизационные цели, определяемые перспективами социального развития, реализацией сценария будущего.

Нужно всегда помнить о том, что модернизационный процесс как системные изменения в различных сферах общественной жизни требует

определенной доли «жертвенности и героизма», постоянного диалога власти и общества, ясного понимания и оценки происходящих перемен. Этот процесс нельзя смешивать с «частичными» изменениями, антикризисными решениями. Главное отличие состоит в том, что формируется субъект социокультурной модернизации, выступающий референтной и социально-мобилизационной группой по отношению к другим слоям населения.

«Мы должны осознавать, что в процессе социальных трансформаций российского общества выработался достаточно высокий адаптационный потенциал населения, в реальности существуют сдвиги в социальных настроениях, связанные с готовностью жить в новых социальных условиях» [2, с. 219]. Это положение означает, что российское общество, пережив период спонтанных, сжатых по времени, имеющих «шоковые» последствия перемен, формирует запрос на социокультурную модернизацию как процесс прогнозируемый, основанный на реальной оценке социального потенциала различных групп населения, включающий механизмы добровольного участия.

А это означает, что в российском обществе накоплен «взвешенный» опыт восприятия перемен, и на уровне массового сознания большинство россиян готовы к переменам, если это «не ведет к худшему», не разрушает основы государственности, не приводит к нарастанию социальной напряженности в обществе. Поэтому оценка россиянами положения в различных сферах жизни общества так или иначе определяется моральным состоянием, что является фактическим индикатором [3, с. 105] запроса россиян на справедливое и разумно устроенное общество как конечную цель модернизации. В этой позиции сходятся и запрос на социальное доверие в общественной жизни, и надежда на то, что сформируется социальная инициативная группа населения, которая бы от имени общества вступила в диалог с властью, и позитивное восприятие демократизации и гуманизации общественной жизни.

Во-вторых, следует иметь в виду, что обозначенное обстоятельство свидетельствует о выборе модернизационного проекта, включающего и государственно-центристскую традицию, и опыт позитивной мобилизации общества в предшествующие исторические периоды. Большинство российских граждан, признавая культурно-историческую самобытность России, гордясь ее великим прошлым, осознавая масштабность геополитических реалий, не мыслят себя вне современного мира, рассматривают будущее России в качестве культурного и интеллектуального лидера, представляет себя зрелой гражданской нацией, питающей уважительное отношение к другим и имеющей высокую коллективную самооценку.

Вот почему антимодернизационные настроения по существу, несмотря на веру в третий «особенный» путь развития России, имели бы последствиями стагнацию общественной политической жизни, самоизоляция

ционизм и прогрессирующую анархизацию общественных отношений. Но при этом следует подчеркнуть, что привлекательность модернизационного проекта зависит не столько от «программы», сколько от того, как в российском обществе меняются представления об общественной пользе, социальном альтруизме, о должном [4, с. 66].

Российский исследователь Н.Е. Тихонова справедливо отмечает, что для россиян не те или иные группы индивидов должны в борьбе друг с другом уметь отстаивать свои интересы, а государство как выразитель общих интересов должно проводить политику, направленную на благо народа [4, с. 66-67]. Это позитивное для сохранения целостности государства восприятие, тем не менее, создает сложности на пути формирования субъектности модернизации, поскольку деятельность различных групп и слоев населения может обрести социально-референтный смысл. Это происходит при согласии с позицией государства и с политикой общего блага и проявляется не только в максимальной лояльности к государству, но и в формировании направленности на совместное участие, организацию, взаимное доверие и взаимные обязательства.

Таким образом, можно обозначить второй важный момент – социокультурная модернизация является процессом самоорганизации креативного класса как интегральной социальной общности, сплоченной на основе массовых созидательных практик, действующей в согласии с национально-государственными приоритетами. Очевидно, что могут возникнуть возражения по поводу того, что в условиях резкого социального расслоения, преобладания узкогрупповых интересов и отрицательной оценки деятельности государственной бюрократии креативный класс выступает идеологическим конструктом, соотносится со схемой модернизации, а не с состоянием социальной структуры российского общества.

Однако мы исходим из того, что для креативного класса не являются первостепенными социально-стратификационные маркеры, что для определения креативного класса формирующими выступают критерии социальной самостоятельности, социальной самореализации, социального альтруизма. Разумеется, названные черты могут по-разному интерпретироваться в зависимости от социально-профессиональной и социально-имущественной принадлежности, но креативный класс означает осознание индивидами коллективной принадлежности к социальному творчеству, к тому, чтобы не только влиять на ситуацию в стране, но и предлагать обществу и государству собственное видение проблем, самоутверждение на уровне регулярных социальных акций, участия в различных локальных и региональных проектах.

В-третьих, вместо социокультурной модернизации может возникнуть ситуация «вечно отложенных возможностей», закрепления социального пессимизма по поводу того, что народ инертен и может надеяться

только на приход нового поколения российской элиты. В этой связи также можно констатировать, что странно было бы отказываться от концепта креативного класса, поскольку он используется в политическом дискурсе, принимает иронический смысл по поводу «активистов с Болотной». Но и не это является самым важным: креативный класс наиболее адекватно воплощает тенденции развития российского общества, в котором, несмотря на «параллелизм» социальных миров, возникают зоны социального сосредоточения, пространства общих интересов, и необходимо признать, что подобная ситуация делает понятие креативного класса не оценочным, а социально-аналитическим.

Это обязывает не только описывать состояние креативного класса как реального в социальной структуре общества, но и выявить социальные и культурные различия по сравнению с другими группами населения. Как отмечалось ранее, социально-стратификационные критерии воспроизводят ситуацию дезинтегрированности, а попытки перенести параметры креативного класса на средний класс общества или элиту имеют последствием констатацию узости социальной поддержки модернизационного проекта, так как российский средний класс «преуспел» в потребительских практиках, но не сформировался в силу социальной несамостоятельности в группу гражданского действия. Он не может характеризоваться значимыми для социокультурной модернизации социальными и гражданскими добродетелями.

Что же касается российской элиты, то можно согласиться с суждением О. Крыштановской, что российская элита является «обществом с безграничной ответственностью» [5, с. 89], то есть, обладая властными ресурсами на реализацию модернизационного проекта, не заинтересована в наделении «ответственностью» тех или иных групп общества. Для российской элиты период трансформационной активности завершен, модернизационная активность не может строиться на монологичности, а государствоцентризм россиян дает основание считать, что социальные изменения могут происходить только под контролем государства и политическая элита выступает выразителем государственных интересов.

Таким образом, и это важное третье положение общество воспринимается у представителей элиты как конфликтное для того, чтобы сформировать общезначимые интересы, и стабильное, чтобы рассматривать социокультурную модернизацию через перемену отношений власти и общества, через выявление реальных запросов социальных слоев и групп на политику перемен.

Это не совсем аргумент в пользу того, чтобы отрицать модернизационный потенциал российской элиты, но очевидным является включение модернизационных механизмов в социальное взаимодействие, стимулирование институциональных и структурных условий для роста креативного

класса. Для этого следует исходить из того, что в жизненных установках россиян, представляющих различные социальные слои, обнаруживается больше сходств, чем различий, и сохраняющееся мировоззренческое единство связано, как отмечает М.К. Горшков, с тем, что главным признаком благополучной жизни россияне считают хорошую работу [3, с. 216].

Важно, что эта консолидирующая позиция связывается с неравнодушием оценок моральной ситуации в обществе. Иными словами: для большинства россиян не утрачено значение общественной полезности, а состояние морали связывается с «духом» коллективизма, сопричастности к общему делу. Поэтому креативный класс и выделяется по приоритету хорошей работы, работы, сочетающей достаток и самореализацию, что важно для понимания целей модернизационного проекта, раскрытия человеческого потенциала российского общества. В этом убеждает и то, что «обещание материального благоденствия» не слишком воодушевляет россиян, так как осознается неоднозначность последствий материального роста и угасания социальной инициативы в обществе массового потребления, в обществе стандартизации общения и инструментального отношения к социальной деятельности.

Российский креативный класс, если последовательно опираться на критерий потребности в самореализации, наиболее явным образом показывает условия сближения национально-государственных, общественных и индивидуальных интересов. Жизненные устремления и ценности креативного класса, включающего представителей различных социально-профессиональных групп, определяют отношение к социокультурной модернизации в контексте социальной консолидированности общества, достижения солидарности не только в решении групповых задач, но и в формировании тесной социальной связи между социальными переменами и социальным самоощущением, наделении личности мотивированностью и осознанностью действия [6, с. 118]. Важно понять, что цели модернизации имеют человеческие измерения, предназначены для людей и достигаются людьми.

В-четвертых, проблема творческого самовыражения становится компонентом проблемы модернизации общества, так как для преодоления социальной инерции и «усталости от перемен» необходим не просто «гениальный» проект социальных преобразований, но для креативного класса первостепенным является «приглашение» для участия в модернизационном проекте. При этом нельзя не признать формирование в обществе представления о креативном классе как классе, создающем будущее России. Несмотря на глубинные социальные разрывы, для россиян важно не вернуться к обществу «абсолютно равных», а через обеспечение равных возможностей достичь состояния, в котором ценятся активность, инициативность, готовность к участию в решении общих дел.

Эта позиция вступает в определенное противоречие с тем, что относительно высоким является «равнодушие большинства» к общественным целям и идеалам. Но для того чтобы ускорить социальное развитие, требуется формирование социально-пассионарного слоя, который выступает «локомотивом» социальных перемен, а в российском обществе к этой группе принадлежат 18 % населения [3, с. 43]. Отсюда, в свою очередь, следует, что для актуализации модернизационного потенциала креативного класса важно осознание коллективной миссии и готовности участвовать в совместных социальных практиках. Типологические черты российского среднего класса требуют пересмотра представлений о социальном творчестве как достоянии «уникальных личностей», об оппозиции творчества социальной повседневности.

Социокультурная модернизация связана с рационализацией социальных отношений, повышением эффективности функционирования социальных институтов и, главное, легитимацией социального творчества как социальной практики, как механизма реализации социальных интересов, как способа достижения социального согласия. Данное утверждение можно назвать шестым моментом в социальной апологии креативного класса, так как общество теряет свою субъективность, не влияет на себя, не воспроизводится с помощью свойственных ему процессов, если теряется целостная перспектива смысла [7, с. 122]. Имеется в виду, что существующие социальные регуляторы, такие как деньги и администрирование, способствуют расслоению общества в конкуренции за властные и материальные ресурсы, и для модернизации не хватает ни сил, ни желания, так как группы, обладающие монополией на ресурсы, опасаются утраты достигнутого положения в ситуации институциональных перемен. Поэтому социальное творчество обладает преимуществом интегрирующего воздействия, ставит в близкие позиции людей независимо от материального статуса. Если и существует возражение, оно связано с тем, что в российском обществе не достигнуто состояние социального минимума, возможности всех слоев и групп удовлетворять базовые социальные потребности.

Однако признание феномена бедности в обществе должно вести не к отрицанию креативного класса, а определять его роль в модернизационном процессе как группы, заинтересованной в общем благе. В целом справедливые рассуждения о необходимости преодоления бедности приводят к ее воспроизводству, поскольку ориентируют общество на перекладывание ответственности за «ситуацию в целом» на государство, на политическую элиту, вносят убеждения в том, что только «богатые» могут позволить быть креативными, что социальное творчество элитно.

В таком дискурсе социокультурная модернизация становится «модернизацией для избранных», характеризуется имитационной моделью, демонстративным потреблением, усилением процедурной демократии,

частными правовыми регламентами. Для подобного не требуется участия креативного класса, но и креативный класс пытается выстроить «свой упорядоченный мир», действует согласно субкультурным нормам и ценностям, придерживается позиции «внутренней эмиграции». Модернизационный проект в этих условиях обретает черты «антимодернизации», так как разводит государство и креативный класс, блокирует субъектные предпосылки модернизации и превращает ее судьбу в игру элитных групп.

В-пятых, если констатировать, что в российском обществе креативный класс еще недостаточно социально зрел, чтобы заявить о претензиях на социальную субъектность, можно тогда прийти к выводу, что есть идея модернизации, но отсутствуют социальные силы, заинтересованные в реализации ее целей. Возможно, российский креативный класс является незрелым для замещения политической элиты, но модернизационный потенциал очевиден и проявляется в стремлении наращивать образовательный и профессионально-квалификационный ресурс, быть способными влиять на принятие решений, создавать самостоятельные общественные структуры, действующие по принципу содействия или «дополнения» государственных структур. Эти, казалось бы, разнонаправленные устремления объединяет позиция «ощущать себя личностями», быть способными обеспечить не только социальное благополучие, но и свой человеческий капитал. С учетом российских условий можно говорить об определении собственного подхода к проблемам модернизации, заявлять о том, что общество проделало свой отрезок пути для осуществления целей модернизации.

По мнению Н.Е. Тихоновой, государство для россиян является особым институтом, определяющим стратегические цели развития общества и обеспечивающим его развитие, смыслозадающим субъектом, думающим и заботящимся о благополучии нации в целом [4, с. 70]. Это суждение вписывается в контекст вышесказанного, так как государство не может быть субъектом вне опоры в обществе, вне класса, разделяющего с государством ответственность за судьбы страны. Креативный класс как «класс личностей» нуждается в государстве в качестве гаранта надежд на социальное обновление общества, но и государство в креативном классе начинает осознавать группу содействия, группу взаимодействия с различными слоями населения.

Притом что за государством сохраняется роль политического и правового центра, креативный класс в состоянии стать коллективным генератором новых идей, интеллектуальным оплотом модернизации. Чем больше мы будем анализировать социальные перспективы креативного класса в российском обществе, тем в большей степени будем убеждаться в том, что именно модернизационный проект делает креативный класс референтным, придает импульс внутrigрупповой консолидации, определяет

возможности рекрутации представителей креативного класса в политическую элиту российского общества.

Отсутствие различия между креативным классом и другими слоями населения, приписывание креативному классу желаемых, а не социально атрибутированных качеств, разумеется, свидетельствует в пользу рецидивирующей модернизации, цикличности модернизации, антимодернизации в российском обществе. Это можно считать седьмым положением в апологии креативного класса. Можно сказать, что в российском обществе впервые сформировалась социальная группа, которая, не являясь аналогом зарубежного среднего класса, практически исчезает как «костяк» потребительского общества, не может быть ассоциирована с традициями российской интеллигенции, так как характеризуется служением общественному долгу в соответствии с интересами самореализации, удовлетворения творческих интенций, не демонстрирует традиции оппозиционности власти и готова сотрудничать на различных направлениях, основываясь на собственном профессиональном и репутационном капитале.

В этом отношении креативный класс нуждается в понимании и поддержке других слоев российского общества, в доверии к социальным инициативам, в заключении «неформальных контрактов» для реализации социальных акций, делегировании полномочий по осуществлению взаимодействия с властными структурами. А.Б. Гофман обоснованно отмечает, что есть опасность демодернизации со стороны отвергающих ее антимодернистских идеологов [4, с. 31]. Но так же важно видеть реальное сопротивление модернизационным процессам на уровне внешне расплывчатых, но имеющих регрессивную направленность действий со стороны квазирелигиозных, квазитрадиционалистских групп, которые хотя и охватывают незначительное число россиян, опережают креативный класс в информационной конкуренции, придают публичность собственным действиям и объективно препятствуют преодолению синдрома изоляционизма в российском обществе, ориентированы на отрицание практик креативного класса как расходящихся с представлениями о высокой духовности и национальной традиции.

Поэтому креативный класс «обязан» создать традицию социального творчества, что не означает конструирование, а связано с пониманием социального творчества в российской истории. Укрепляющим аргументом является то, что наиболее заметные периоды российской истории характеризуются вертикальной социальной мобильностью, выдвижением новых социальных слоев, обновлением политических элит. Несмотря на то, что традиция государствоцентризма определяет отношение к государству как к институту всеобщего блага, стремления креативного класса «работать и на себя, и на общество» (22 %) [8]. Можно констатировать, что в представлениях креативного класса доверие к государству основывается на принятии

схемы «взаимных обязательств». Государство становится центром координации общественной жизни, а в силу формирования инфраструктуры влияния позиции креативного класса определяются тем, что групповые интересы приобретают общезначимый смысл, поскольку креативный класс разделяет с государством ответственность за ситуацию в стране и воспринимается в обществе как представитель государственных интересов.

В-шестых, система государственного управления расширяет воздействие на социальную динамику включением креативного класса в ее структуру в качестве надежного партнера, что характеризует переход от понимания государства как гаранта социального минимума к пониманию государства как гаранта равенства возможностей. Иным образом, в российском обществе постоянно воспроизводится дилемма «опекунское государство – минимальное государство». С точки зрения развития креативного класса отмеченная позиция не конструктивна, так как при изначально равных для всех возможностях задача государства состоит в том, чтобы создать условие для раскрытия способностей людей, которые материально преуспели сами или свобода самовыражения личности является для них приоритетной (28 %) [9, с. 50]. Понятно, что такая характеристика креативного класса свидетельствует о намерении быть субъектом, формировать собственные жизненные стратегии и играть активную роль в социальных изменениях общества. Действительно, подавляющее большинство россиян видят надежду на лучшую жизнь в сохранении стабильности, порядка через наращивание человеческого потенциала. В условиях реального ухудшения демографической ситуации сужаются возможности экстенсивного путем вовлечения новых демографических ресурсов развития. Становится очевидным, что возрастает социальная нагрузка на общество, что экономические проблемы восходят к качеству жизни. Совершенно ясно, что креативный класс, представляя наиболее активную, образованную и мобильную часть населения, заинтересован в реализации модели общественного блага, и для него небезразлично положение других слоев населения, так как он не может быть «оазисом счастья» в бедствующем обществе.

Одновременно с этим нельзя не признать то, что в настроениях креативного класса сильно представление «о даровании» внимания свыше, ожидания преимуществ для креативного класса с целью большего политического влияния. Этот интересный момент проясняет проблему внутренних барьеров по пути движения креативного класса к социальной субъектности. Речь идет о том, что ожидания и надежды ориентированы на сравнительно короткий период времени, что соответствует доминированию актуализма в российском обществе в оценке социальных перспектив. «Спринтерский забег» на социальной дистанции содержит возможность привлечь внимание и обозначить текущие проблемы, но отвлекает от достижения состояния социальной консолидированности, перехода к

позиции экспертного сообщества. Характерно, что в воззрениях российского креативного класса позитивная социальная динамика оценивается по удовлетворенности «равенством прав», в то время как перспективные оценки связываются с идеей «органической общности» [9, с. 50], понимаемой как совместная гармоничная жизнь. Это объясняет отличия российского креативного класса от европейского, нацеленного на правовое регулирование и совершенствование процедурной демократии.

В российском обществе сложилась ситуация, для которой важным приоритетом становится «сбережение» и повышение качества жизни населения. В связи с демографическими диспропорциями резко возрастает значение ресурса социальной активности, и в соответствии с этим возрастает заинтересованность креативного класса в повышении социальной и трудовой мотивации других слоев общества.

Как показывают результаты недавно проведенного исследования «Бедность и неравенство в современной России», четверть взрослого населения может считаться «бедной по лишениям» [10, с. 11]. Данный факт связан с тем, что оформились механизмы постоянного воспроизводства бедности, сопряженной с исключением из социальной жизни или социальным иждивенчеством. Хотя слой людей, впавших в состояние безнадежности и бесперспективности, составляет 13 % [10, с. 11], главным риском представляется деградация на личностном и групповом уровнях, имеющая последствием не только возрастание затрат на социальную защиту, но и снижение уровня общественной безопасности. Для креативного класса негатив состоит в том, что в обществе, где нарастают тенденции социального отчаяния и агрессивности, сужаются возможности созидательной деятельности, реализации инициатив на низовом уровне, восприятие креативного класса как чуждого устремлениям бедных слоев населения.

В этой ситуации также резко снижается готовность к социальному обновлению в обществе, поскольку основным запросом общества становится стабильность, которая обеспечивается на основе поддержания социального минимума все возрастающего количества людей. Вот почему так важно, чтобы креативный класс осознавал свою роль как посредника во взаимодействии общества и государства: являясь своего рода экспертной властью, ориентировался на вовлечение в социально активную жизнь представителей и низших слоев общества, но не в качестве «материала» для социально-протестных действий, а путем стимулирования к наращиванию социальной ресурсоспособности через хорошее образование, соседскую поддержку, создание новых рабочих мест в мелком и среднем бизнесе.

Так как 54 % граждан страны считают, что индивидуализм и либерализм не подходят для России, где важны чувство общности, коллективизм и жестко управляемое государство [9, с. 25], то очевидно, что для достижения субъектности креативного класса требуется не только высо-

кий уровень внутригрупповой сплоченности, но и формирование целей, которые могут быть восприняты как коллективные и одновременно направленные на усиление эффективности государства.

В-седьмых, судя по позиции креативного класса, приоритеты, которые дают возможность говорить о претензиях на интеллектуальное и в будущем моральное лидерство в российском обществе, определяются не только поддержкой идеи социальной справедливости, но и переносом этого консолидированного запроса на обеспечение равных возможностей, и это очень важно для преодоления проблемы бедности, для интеграции общества, потому что, как свидетельствуют результаты вышеприведенного исследования, сползание к бедности обусловливается низкой оценкой жизненных шансов, неприятием стратегии работы на основе неверия в равные возможности в российском обществе.

К этому надо добавить, что, если для большинства россиян «изменения в людях» содержат сравнения с предшествующим советским периодом, представители креативного класса отмечают формирование новых социальных качеств (активности, целеустремленности, инициативности), при этом невысоко оценивая внушаемость и резко порицая цинизм [9, с. 27]. Очевидно, что, не принимая патриархальную мораль и не мечтая о возвращении к советскому человеку, надежда возлагается на современную личность, включающую активность, рациональность, стремление к знаниям, уважение других. Однако было бы упрощением считать, что в этом отношении креативный класс настроен западнически: выражая позиции солидарности с «органической» общностью, с сильным государством формируется кредо «самостоятельного коллективизма», позиции, согласно которой в обществе каждый обязан исполнять свои социальный и профессиональный долг, коллективизм выражается в том, что самореализация личности включается в массовое социальное созидание.

Мы имеем дело, таким образом, с тем, что наблюдается переход от частных интересов (своей семьи или личные) к осознанию реализации этих интересов в коллективных формах: не следует, конечно, вносить в этот процесс «ретуширование», так как российский креативный класс пока осознает влияние коллективности в формах объединения усилий для достижения локальных целей, действует в рамках «малых» инициатив, если речь идет об ориентации на социальную субъектность. Но «маленькие ручейки создают большую реку», и деятельность, направленная на улучшение жизни не только для себя, но и для других, является обещающей в контексте формирования «хорошего общества».

### **Примечания**

1. Как важно быть счастливым // Огонек. 2013. № 24.

2. *Волков Ю.Г.* Креативность: исторический прорыв России. М., 2011.
3. *Горшков М.К.* Российское общество как оно есть. М., 2010.
4. Россия реформирующаяся. Вып. 11. М., 2012.
5. *Крыштановская О.* Анатомия российской элиты. М., 2004.
6. Новые идеи в социологии. М., 2013.
7. *Яцино М.* Культура индивидуализма. Харьков, 2012.
8. Россия, которая возможна: материалы всерос. опроса ВЦИОМ. 2013. Апрель-май.
9. О чем мечтают россияне. М., 2012.
10. Бедность и неравенство современной России // Российская газета. 2013. № 133.