

СРЕДНИЕ СЛОИ И "СРЕДНИЙ КЛАСС" В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Автор: С. В. ГОРЮНОВА

Годы реформ привели к изменению социальной структуры российского общества, и неудивительно, что вопрос о его стратификационной системе вызывает в настоящее время огромный интерес и не только в академической среде. При этом особое внимание уделяется проблеме среднего класса, что вполне закономерно - ведь именно этот слой в развитых странах:

- способствует поддержанию социально-политической стабильности и порядка;
- обеспечивает устойчивый технологический и экономический прогресс;
- создает, осваивает и распространяет образцы социокультурных и инновационных поведенческих практик;
- выступает основным носителем базовых компонентов национальной культуры;
- служит социальной опорой и главной движущей силой реформ.

Словом, сформировавшийся средний класс - не просто статистическая совокупность людей со средними доходами и соответствующим уровнем жизни. Это отдельный социальный субъект, который играет в обществе вполне определенную роль, отражающую многообразие выполняемых им функций [Заславская, Громова, 1998, с. 3 - 23; Беляева, 2001].

Для России проблема формирования среднего класса связана еще и с вопросом об итогах реформ - сформировавшийся/несформировавшийся средний класс можно рассматривать как один из важных индикаторов эффективности/неэффективности перехода страны к рыночной экономике. Неудивительно, что в отечественной социологической литературе идут активные теоретические споры о том, сложился ли у нас данный класс, и если да, то каковы его характеристики и, наконец, можно ли соотносить его со средними классами развитых государств. В этой связи обычно начинается поиск критерия отнесения индивида (домохозяйства) к среднему классу, чтобы затем оценивать и характеризовать соответствующую долю населения. Абсолютно различные точки зрения на сей счет как раз объясняются использованием различных критериев для выделения групп, представляющих искомый слой (слои)¹.

Статья подготовлена в рамках работы над проектом "Изменяющаяся Россия: формирование новой системы стратификации", выполняемым при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект N 03 - 03 - 00234а).

¹ Критериям выделения среднего класса в России и его количественным оценкам посвящены, например, работы Е. Авраамовой, Л. Беляевой, Т. Заславской, Т. Малевой, В. Радаева, Н. Тихоновой, Л. Хахулиной, О. Шкаратана и др.

Г о р ю н о в а Светлана Владимировна - научный сотрудник Института социологии РАН.

Но существует и иной, применяемый мной в данной статье, подход к рассматриваемой проблеме - создание социального "портрета" средних слоев современного российского социума. На основе такого портрета можно не просто составить представление об их социально-демографических, возрастных, профессиональных, образовательных, поведенческих и иных характеристиках, но и *судить о том, насколько подобные индикаторы соответствуют или не соответствуют принятым в мировой науке представлениям о среднем классе.*

Итак, по данным исследований 2003 - 2005 гг., слои, относимые мной к средним, составляли 33,2 - 33,9% населения России². Если обратиться к характеристике **дохода** рассматриваемой группы, то его среднемесячный показатель в расчете на одного члена домохозяйства в 2003 г. составлял по самооценке 3607 руб.; а в начале 2005 г. - 4283 руб. (76,5% россиян, принадлежащих к средним слоям, имели в 2003 г. месячные душевые доходы выше медианного). Величина среднего дохода росла по мере перехода к более высоким стратам. Так, для 5-й страты в начале 2005 г. он составлял 3722 руб., а для 8-й - уже 5440 руб. Средние доходы во всех стратах, отнесенных к средним слоям, превышали медианное для страны значение.

Основным источником дохода во всех упомянутых стратах выступала заработная плата по основному месту работы. Однако при переходе от 5-й к 8-й страте четко фиксировался рост доли получающих основной доход от собственного бизнеса. Если среди 5-й страты в 2003 г. этот источник выделили менее 4% респондентов, то среди 8-й таких было уже практически 15%. Вообще, около половины всех респондентов, указавших собственный бизнес в качестве базового источника финансовых поступлений, были представителями именно средних слоев (еще четверть принадлежала к 9-й страте - нижней, пограничной ступени высших слоев, составляющей около 4% населения). Это позволяет утверждать, что именно в данных стратах и сконцентрирован традиционно выделяемый социологической литературой "старый" средний класс, объединявший мелких частных собственников, получающих доходы от собственного дела.

Сравнивая данные по средним и низшим слоям населения³, можно заметить, что первые в целом менее зависимы от государственной помощи. Среди их представителей, выступающих в роли основного кормильца в своей семье, заметно меньше доля тех, кто указывал пенсии и пособия в числе основных источников существования. Кормильцы семей из средних слоев гораздо чаще используют совместительство и разовые приработки как один из основных способов пополнения семейного бюджета (в 2003 г. на это указывали около 30% из них).

Здесь же нужно отметить, что в результате большей самостоятельности в экономической сфере среди представителей средних слоев заметно ниже доля чувствующих соб-

² Эти и другие данные были получены в ходе двух общероссийских исследований Института комплексных социальных исследований (ИКСИ) РАН. Опрос "Богатство и бедность в современной России" был проведен в 2003 г. Выборка из 2118 респондентов, из которых к средним слоям было отнесено 714 человек, формировалась по квотному принципу, представляя население 11 территориально-экономических районов России, Москвы и Санкт-Петербурга (квотирование осуществлялось по полу, возрасту и типу поселения). Опрос "Отношение к собственности в российском обществе: массовое сознание и массовые практики" проводился в 2005 г. Выборка из 1751 человек (численность представителей средних слоев составила в ней 581 человек) репрезентировала население страны аналогичным образом. Для выделения средних слоев использовалась методика исследовательской группы ИКСИ РАН (руководитель - Н. Тихонова). Вертикальная стратификация общества в рамках этой методики строится на основе показателей многомерного индекса уровня жизни: субъективных оценок наличия значимых форм депривации, имущественной обеспеченности (наличие недвижимости, сбережений, инвестиций), качества жилищных условий, использования платных услуг, возможности проведения досуга. По интегральному индексу все население России разбивается на 11 страт, отличающихся своим уровнем жизни. Средние слои представлены в данной модели 5 - 8 стратами [Тихонова, Давыдова, Попова, 2004].

³ Здесь и далее под низшими слоями будут пониматься 1 - 4 страты, численность которых в совокупности составляет примерно 60% населения.

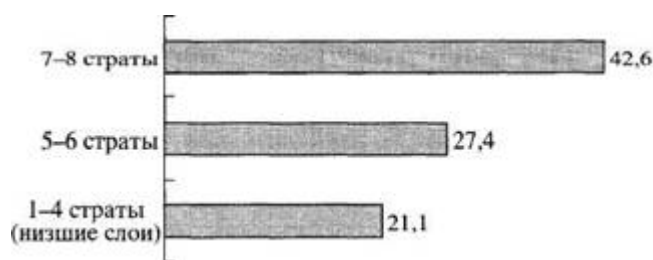


Рис. 1. Доля лиц с высшим образованием в составе различных слоев населения (2005 г., % от численности кормильцев в страте).

ственную беспомощность и неспособность повлиять на происходящее вокруг: 22% против 40% среди "низов". Кроме того, в 2005 г. более половины кормильцев из средних слоев считали, что смогут обеспечить себя и свою семью самостоятельно без материальной поддержки со стороны государства, в то время как 77,8% аналогичных респондентов из низших слоев утверждали прямо противоположное.

Иначе говоря, нынешние средние слои российского общества рассчитывают прежде всего на свои силы, а не на господдержку, считая себя способными оказывать влияние на происходящее с ними и их семьями. Соответственно, они в меньшей степени, чем низшие слои, склонны возлагать на государство ответственность за решение таких вопросов, как справедливая оплата труда, право на отпуск, профессиональный рост, медицинское страхование. Средним слоям свойственна и более положительная оценка своей жизни, о чем еще будет подробно сказано ниже. Уже это позволяет утверждать, что *российские средние слои начали выполнять функцию среднего класса по поддержанию стабильности в социуме.*

Переходя к анализу **профессиональных особенностей** экономически активных представителей средних слоев, отмечу, что в 2005 г. при переходе от 5 - 6-й к 7 - 8-й стратам заметно сокращалась доля квалифицированных рабочих⁴ - с 47,2% до 29,2%. Те же тенденции характерны и для разнорабочих (их, впрочем, очень немного даже в двух нижних стратах средних слоев - менее 10%) и работников торговли и сферы услуг; доли военнослужащих и самозанятых практически одинаковы по всему массиву. Однако при переходе от двух нижних страт средних слоев к двум верхним возрастает число представителей таких родов деятельности, как предприниматель (с 1,1% до 2,2%), руководитель и заместитель руководителя (с 1,7% до 9,0%), руководитель среднего звена (с 6,8% до 10,1%). Также практически в два раза - с 12,5% до 24,7% возрастает число других специалистов с высшим образованием. То есть, в отличие от низших, средние слои обладают достаточно высоким квалификационным и профессиональным потенциалом, а в верхние их страты попадают представители населения России, обладающие качественным человеческим капиталом и получающие "дивиденды" именно от его реализации. Рисунок 1 наглядно иллюстрирует это утверждение.

Думаю, что учитывая описанные выше профессиональные особенности страт, относящихся к средним слоям, а также их различия по многим другим характеристикам, на мой взгляд, будет обоснованным разделение выделенных слоев на два подслоя. Первый из них объединяет 5-ю и 6-ю страты (по 22,1% населения в 2003 и 2005 гг.), а второй - 7-ю и 8-ю (11,8% в 2003 г. и 11,1% в 2005 г.). По сути, такое разделение соответствует выделяемым в западных классификациях нижнему среднему и собственно "среднему классам", хотя, разумеется, применительно к российским условиям такая аналогия носит весьма условный характер.

⁴ Здесь и далее анализ профессионального портрета средних слоев проводится по основным кормильцам домохозяйств, причем только тем, кто принадлежит к экономически активному населению.

Таблица 1 Активность средних и других слоев населения на рынке труда (2003 г., %)

Предпринимаемые действия	Низшие слои	Средние слои		Высшие слои
		5 - 6 страты	7 - 8 страты	
Используют активные стратегии на рынке труда, в том числе <i>(возможно несколько ответов)</i> :	49,8	64,2	71,3	59,5
Работа по совместительству в нескольких местах на постоянной основе	12,8	18,7	23,5	26,2
Сверхурочная работа или совместительство по основному месту работы	19,0	30,7	33,6	30,2
Переквалификация для смены работы	5,5	6,7	8,5	10,3
Разовые и временные приработки	31,9	39,1	39,7	29,4

Таблица 2 Навыки представителей средних и других слоев населения (2003 г., %)

Навыки	Профессиональная работа на компьютере		Работа на компьютере на среднем уровне		Работа с применением иностранного языка		Вождение автомобиля	
	да	учусь	да	учусь	да	учусь	да	учусь
Низшие слои	4,7	4,4	16,7	4,5	4,1	1,9	23,4	1,7
Средние слои	9,4	10,8	45,5	11,6	9,2	6,9	43,8	4,3
Высшие слои	23,8	16,7	67,5	10,3	26,2	14,3	63,5	10,3

Средние слои не просто занимают более выгодные позиции на рынке труда, но и активно действуют на нем, пытаясь закрепить или улучшить свое материальное положение. Особенно это относится к той их части, которая может рассматриваться как российский прототип собственно среднего класса (см. табл. 1).

Упомянутые слои также отличает и настойчивое овладение новыми навыками, востребуемыми современным рынком труда. Доля их представителей, освоивших работы на компьютере, использующих знание иностранного языка, практику вождения автомобиля и т.п., - в разы выше, чем у других групп россиян (см. табл. 2). Таким образом, *средние слои, активно осваивая необходимые в современных условиях навыки, тем самым реализуют вторую классическую функцию среднего класса - обеспечение технологического и социально-экономического прогресса.*

Анализируемую группу населения вдобавок отличает готовность принимать и включать в свою модель поведения новые для нашей страны практики. Например, среди представителей средних слоев доля тех, кто брал в начале 2005 г. кредиты в банке, более чем в 2,2 раза выше, чем у представителей низших слоев. То же самое относится к использованию компонентов инвестиционной деятельности, поведенческим паттернам в сфере принадлежащей им собственности и т.д. В этой связи уместно вспомнить, что *освоение и распространение инновационных образцов успешного социально-экономического поведения также считается одной из важнейших функций среднего класса.*

Важно отметить, что активность и готовность к инновационному поведению представителей средних слоев, несомненно, приносит свои плоды. В этом плане очень показательна самооценка серьезных **положительных сдвигов** в своей жизни, которых им удалось добиться за последние три года и, напротив, существенно меньшая, чем у низших слоев, доля тех, кому ничего добиться не удалось (см. рис. 2).

Позитивная в целом динамика положения средних слоев в обществе, безусловно, влияет на самоощущение их представителей, на **восприятие ими своей жизни**. Средние слои

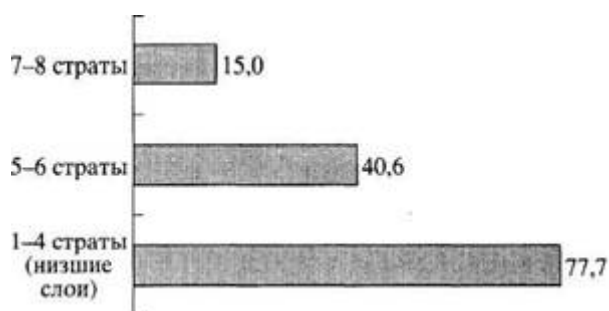


Рис. 2. В 2003 - 2005 гг. ничего не удалось добиться (%).

гораздо выше оценивают качество своего питания и одежды, жилищных условий и состояния здоровья, возможностей отдыха в период отпуска и проведения досуга (см. табл. 3).

Позитивная оценка средним классом своей жизни теоретически должна способствовать его стремлению к поддержанию социального порядка. В этом смысле важно понимать, что различия между российскими средними и низшими слоями по данному параметру носят не только количественный, но и качественный характер. Так, если доля средних слоев, оценивающих свою жизнь в целом как хорошую, превышает долю тех, кто оценивает ее как плохую, то в низших слоях соотношение обратное. Это служит еще одним аргументом в пользу того, что средние слои при сохранении существующей динамики их положения *могут стать гарантом стабильности общества - ведь при всей скромности нынешнего уровня их жизни им есть, что терять*.

Для иллюстрации последнего тезиса обратимся к **потребительскому поведению средних слоев**, которое вновь демонстрирует явные различия между ними и другими группами российского общества. Поведение средних слоев как на товарных рынках, так и на рынках платных услуг имеет определенную специфику, уже достаточно явно отличающуюся от моделей, характерных для низших страт. Так, обеспеченность домашними предметами длительного пользования в средних слоях заметно выше, чем в среднем по России: количество подобных предметов в домохозяйстве в 2005 г. было равно 11, в том числе 7 новых, не старше 7 лет (для низших страт эти показатели составляли, соответственно, 7 и 2 предмета, а для верхних страт - 15 и 12 предметов).

При анализе имущественной обеспеченности домохозяйств, однако, важнее качественные показатели. "Стандартный" российский набор предметов длительного пользования из холодильника, цветного телевизора, ковра, стиральной машины, мебельного гарнитура и пылесоса в современном обществе выступает как некий символ имущественной обеспеченности [Россия... 2004]. Покупки предметов из этого набора (напри-

Таблица 3 Оценка различных аспектов своей жизни средними и другими слоями населения (2005 г., %)

Оценка аспектов жизни	Материальное положение		Возможность проведения досуга		Возможность отдыха в период отпуска		Возможность получения образования		Жизнь в целом	
	хорошо	плохо	хорошо	плохо	хорошо	плохо	хорошо	плохо	хорошо	плохо
Низшие слои	2,4	49,1	11,7	43,5	7,3	51,5	8,6	37,8	9,9	20,5
Средние слои (5 - 6 страты)	7,5	20,4	17,8	20,7	14,2	32,3	16,8	23,3	20,4	4,9
Средние слои (7 - 8 страты)	15,5	14,4	23,2	13,9	19,1	19,6	25,8	13,9	32,5	2,6
Высшие слои	38,8	3,8	46,3	6,3	38,8	17,5	43,8	7,5	48,8	2,5

мер, пылесоса или стиральной машины) означают в средних стратах обновление имущества. Приобретение же мобильного телефона, музыкального центра, компьютера и бытовой кухонной техники свидетельствует о расширении базового товарного набора. В целом страты, отнесенные к средним слоям, в настоящий момент в большей степени ориентированы не столько на обновление, сколько на расширение имущественного набора, в первую очередь за счет компьютера - причем для работы и получения необходимых на современном рынке труда навыков. В результате в 2005 г. обеспеченность компьютерами представителей 5-й и 6-й страт достигла 33,9%, а 7-й и 8-й - 59,8% (для сравнения: в низших слоях этот показатель составлял 8,6%, а в верхних - 86,2%).

Отдельно стоит остановиться на вопросе использования компьютера и Интернета как способа проведения свободного времени. Он считается "прогрессивным", "престижным", и неудивительно, что средние слои активно его используют. Если среди низших слоев так проводят время всего 4,9% респондентов, то в средних слоях - 16,5% представителей двух нижних страт и 23,1% двух верхних⁵. Понятно, что такой тип досуга непосредственно связан и с обеспеченностью компьютерами, о которой говорилось выше, и с характерным именно для среднего класса желанием принимать и поддерживать новые практики как в работе, так и во всех остальных аспектах жизни.

Таким образом, российские средние слои вновь продемонстрировали *готовность к выполнению функций среднего класса развитых стран - освоение и распространение новых образцов поведения, необходимых в современных обществах*. На настоящий момент весьма ограниченные финансовые возможности мешают реализации подобных стремлений в полной мере. Но, несмотря на издержки материального положения, можно говорить о складывании у средних слоев приоритетов, имеющих характер осознанных и артикулированных потребностей и формирующихся на этой основе конкретных поведенческих стереотипов.

Справедливости ради нужно отметить явное, в сравнении с 2003 г., уменьшение потребления платных услуг, представляющих в действительности **инвестиции в человеческий капитал**⁶. Причиной такого изменения, вероятно, стало развитие относительно новой практики потребительского кредитования в местах торговли, постепенно занимающей прочное место в жизни россиян. Кредитование открывает для представителей средних слоев возможность приобрести давно желаемые дорогостоящие предметы длительного пользования, включая автомобили, но использование таких возможностей переориентировало поток расходов от инвестирования своего будущего на "чистое" потребление. Впрочем, подобное изменение затронуло более высокие страты средних слоев в меньшей степени, да и по низшим стратам показатели потребления платных услуг заметно выше средних по России (см. рис. 3).

Если для большинства россиян подобного рода потребление не стало приоритетом (58,7% всех представителей низших слоев населения платными услугами не пользовались вообще), то в средних слоях растет не просто доля пользующихся платными услугами, но и количество использующих два или три их вида (в 5-й и 6-й стратах данный показатель вырос с 17,9% до 42,8%, а в 7-й и 8-й - с 3,1% до 6,7%). Но чтобы понять важность этого момента, необходимо изучить структуру потребления услуг различными стратами.

Наиболее "востребованный" их вид - медицина. В низших слоях за соответствующими услугами обращалось 31,8%; в средних - практически две трети. Учитывая, что соответствующий показатель для высших слоев (9 - 11-й страты) составляет 77,5%, видно, что по потреблению медицинских услуг средние слои, заметно отличаясь от низших, приближаются к высшим. И это неудивительно, принимая во внимание, что для всех представителей средних слоев потеря здоровья (или страх этого) - одно из наибольших

⁵ В данном случае речь идет только об использовании Интернета в свободное время.

⁶ Это медицинские, образовательные и оздоровительные услуги для взрослых и детей, активно потребляемые средними слоями.

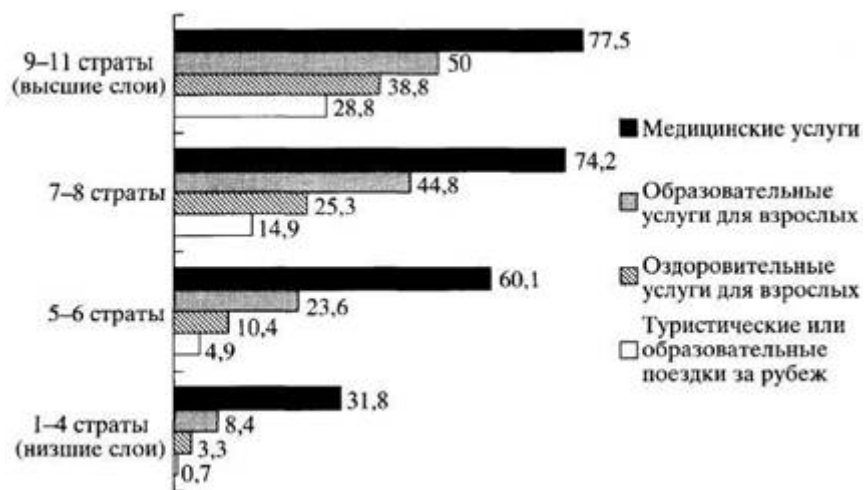


Рис. 3. Использование платных услуг для взрослых представителями различных слоев населения (2003 - 2005 гг., %).

жизненных опасений, отмеченное в среднем около 70% респондентами. При этом представители верхней части средних слоев оценивают свое здоровье как очень ценный ресурс и на поддержание его готовы тратить достаточно значимые средства. А в 5-й и 6-й стратах использование платных услуг, связанных со здоровьем, может заменяться, например, покупкой нового имущества, как и в низших слоях населения. Для них потребление платных медицинских услуг может рассматриваться просто как один из способов расходования денежных средств, довольно часто использоваться (при появлении проблем со здоровьем), но не быть приоритетным. В случае появления свободных денежных средств представители этих страт нередко предпочитают расширение имущественного набора вложению в свой человеческий капитал, что и наблюдается в последние годы.

Другой тип услуг, касающийся инвестиций в здоровье, - платные оздоровительные услуги (санатории, дома отдыха, спортивные секции и т.д.). Их за последние три года использовали 10,4% представителей 5-й и 6-й страт и 25,3% - 7-й и 8-й. Для сравнения: в 1 - 4-й стратах такой тип услуг востребовали лишь 3,3% респондентов, а в 9 - 11-й - почти 40%. Однако проведенный анализ показал, что оздоровительные услуги, в отличие от образовательных, могут восприниматься представителями средних слоев не столько в качестве инвестиций в человеческий капитал, сколько как вид платного досуга и отдыха, поэтому от них проще отказаться в случае снижения дохода или появившихся новых, более привлекательных альтернатив траты средств.

Следующий тип - платные образовательные услуги для взрослых. Он особенно важен для анализа поведенческих моделей средних слоев, так как платное образование для взрослых - не только инвестиции в человеческий капитал, но и один из способов адаптации к новым условиям. При переходе к рыночной экономике, проведении структурных реформ платные образовательные услуги для взрослых должны были использоваться экономически наиболее активной частью населения страны. И действительно, доля людей, приобретающих или уже имеющих навыки, необходимые для занятия прочных позиций на рынке труда (работа на компьютере, вождение автомобиля, работа с применением иностранного языка), заметно выше именно в средних слоях. В целом по России за последние три года платными образовательными услугами для взрослых пользовались 17,7%. Для средних слоев уровень их востребованности почти вдвое выше - 30,7%. При этом четко прослеживается тенденция - чем выше страта, тем большая ее доля использует платные образовательные услуги.

Коснемся теперь вопроса о распространенности в средних слоях инвестиций в человеческий капитал младшего поколения (использование платных оздоровительных и обра-

Таблица 4

Структура платного досуга средних и других слоев населения (2003 г., %)

Виды досуга	Дискоотеки, клубы, развлекательные мероприятия	Театры, концерты, кино	Музеи, выставки, вернисажи	Кафе, бары, рестораны
Низшие слои	3,6	8,5	4,3	3,4
Средние слои (5 - 6 страты)	10,9	23,1	11,8	13,5
Средние слои (7 - 8 страты)	20,2	37,7	18,2	28,7
Высшие слои	31,7	54,0	23,8	32,5

зовательных услуг для детей). Тенденция тут аналогична предыдущей: чем выше страта, тем больше доля тех, кто вкладывает средства в развитие потомства. В 2003 г., например, так поступали более 50% представителей 6-й страты, а в 8-й данный индикатор составлял уже 2/3. Видимо, инвестиции в обучение и развитие детей становятся для российских средних слоев более важным приоритетом, чем даже в свое образование.

Таким образом, нынешняя структура потребления российскими средними слоями различных видов платных услуг указывает на важный социальный сдвиг. Если обращение к *наиболее популярным среди них медицинским услугам - зачастую жизненная необходимость, то использование дополнительных образовательных или оздоровительных ресурсов - отражение определенного стиля потребительского поведения, характерного именно для "классического" среднего класса.*

Итак, вложения в человеческий капитал позволяют средним слоям поддерживать высокое качество рабочей силы. Этому же могут способствовать различные формы **досуговой активности**. Кратко рынок потребляемых услуг в этой сфере представлен в таблице 4.

Как явствует из нее, средние слои в большей степени склонны к потреблению услуг в сфере досуга, чем низшие, хотя и отстают по данным показателям от высших слоев. Вероятно, по мере роста доходов перечисленные виды досуговой активности будут пользоваться все большей популярностью, приобретая оттенок статусного потребления. Однако куда важнее содержательная сторона данного вопроса. Как известно, все виды досуга можно сгруппировать следующим образом. Простой домашний досуг объединяет элементарные формы проведения свободного времени (просмотр телепрограмм, чтение, "ничего неделание"). Традиционный развивающий досуг, оставаясь домашним по своей сути, уже более разнообразен, поскольку включает в себя те или иные увлечения или хобби. Третий, наиболее разнообразный тип досуга - активный, напротив, протекает вне дома (все виды рекреационной, культурной, развлекательной, общественно-политической и иной деятельности). Именно такие формы досуга в наибольшей степени характерны для средних классов развитых стран [Давыдова, 2004].

Предпочитаемый тип досуга в России также связан с принадлежностью к тому или иному социальному слою. Представители средних слоев в целом склонны выбирать наиболее разнообразные, активные формы времяпрепровождения: от 45,6% респондентов из 5-й и 6-й страт до 64,2% - из 7-й и 8-й (данные 2003 г.). Для сравнения: в нижних слоях активный досуг практиковала лишь пятая часть опрошенных (см. рис. 4).

Иначе говоря, и в досуговой сфере средние слои тяготеют к использованию прогрессивных поведенческих практик, которые впоследствии могут трансформироваться в социокультурные установки, распространяющиеся на другие массовые слои населения.

Коль скоро речь зашла о **ценностных установках**, то нужно сказать, что средние слои достаточно ярко репрезентуют ценности, характерные для всего российского населения. Так, подавляющее большинство представителей как средних слоев, так и россиян в целом считают, что в жизни человек должен стремиться скорее к тому, чтобы у него были спокойная совесть и душевная гармония, нежели к власти (с этим утверждением

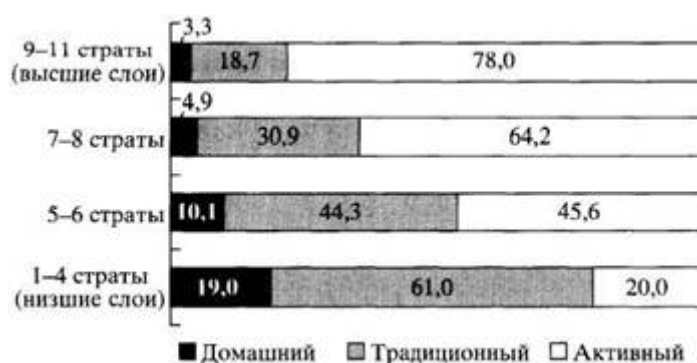


Рис. 4. Досуговые предпочтения средних и других слоев населения (2003 - 2005 гг., %).

согласны 90,4% россиян в целом, 88,6% представителей средних слоев и менее 75% высших); что свобода человека - это возможность быть самому себе хозяином, нежели наличие политических прав и свобод (76,1%, 77,1% и 71,8%, соответственно); что человек должен иметь только те доходы, которые он заработал честным путем (75,5%, 69,7% и 57,3%, соответственно). Кроме того, большинство жителей нашей страны (в том числе и из средних слоев) считают, что Россия - особая цивилизация, в которой никогда не привьется западный образ жизни (72,0%, 65,6% и чуть более 50%). Таким образом, *средние слои российского общества четко артикулируют нормативы и установки, разделяемые населением страны в целом, что соответствует функции среднего класса как носителя типичных национальных ценностей.*

Несколько слов надо сказать и о **политической активности** представителей средних слоев. В 2003 г. треть их вообще не интересовались политикой, еще около 40%, не следя за ней внимательно, иногда обсуждали происходящее в стране с окружающими. Данный круг вопросов интересовал чуть более четверти респондентов из средних слоев, а постоянный интерес к политической жизни (не говоря уже о личном участии в ней) проявляли только 1,5%. Это, конечно, очень низкие показатели, но и на Западе средний класс не отличается особой политизацией. Аналогично дело обстоит с политическими предпочтениями: более 50% представителей средних слоев не были сторонниками каких-либо идейно-политических течений, не сильно отличаясь по этому показателю от низших.

В этой связи уместно подчеркнуть, что средние слои не стоит идеализировать, приписывая им только положительные качества и готовность к выполнению значимых для общества функций. Данная часть россиян не всегда ведет себя рационально, например, поддаваясь соблазну заменить инвестиции в человеческий капитал покупкой нового дорогостоящего имущества или отказываясь от непосредственного участия в политической жизни страны.

Хотя приведенные выше данные свидетельствуют о том, что модели поведения, характерные для средних слоев, заметно отличают их от других групп российского общества, сами они тоже неоднородны. Страты, выделенные по индексу уровня жизни, гомогенны по своему социально-экономическому положению, но гетерогенны по другим параметрам. В частности, в рамках страт, относящихся к средним слоям, складываются определенные модели поведения в зависимости от возраста, образования, типа поселения, структуры домохозяйства. Еще раз обратившись, например, к вопросу инвестиций в человеческий капитал, можно увидеть заметные различия между группами, принадлежащими к средним слоям, но отличающимися друг от друга теми или иными характеристиками, например возрастом. Так, молодые представители средних слоев используют платные услуги активно, но по мере перехода к старшим возрастам интенсивность потребления в этой сфере сокращается, совершая, однако, резкий скачок вверх после 60 лет. Это происходит за счет резкого роста потребления платных медицинских услуг среди пенсионеров, то есть вследствие необходимости, а не потребительских предпочтений как таковых.

Что касается влияния типа поселения на модели поведения, свойственные россиянам - представителям средних слоев, то проведенный анализ привел к следующему выводу. Оказалось, представители средних слоев, живущие в мегаполисах, проявляют меньшую активность в инвестировании в человеческий капитал (свой и потомства), чем жители других типов поселений. Но при этом они гораздо чаще используют дорогие туристические услуги и охотнее приобретают предметы длительного пользования класса "люкс". Это неудивительно, поскольку более 60% всех относящихся к средним слоям убеждены, что жизнь богатых семей отличается от жизни всех остальных именно "шикарным" проведением отпуска за границей. Таким образом, можно говорить об особой модели потребительского поведения жителей мегаполисов, отличающейся от поведения, характерного для других типов поселений прежде всего за счет погони за призрачным "статусом".

Говоря о причинах этого явления, в первую очередь нужно обратить внимание на существующую в мегаполисах более глубокую дифференциацию уровня жизни, воспринимаемую населением болезненнее и острее, чем на периферии. В результате статусное потребление вытесняет рациональные модели расходования средств. Они направляются не на необходимые товары и услуги, а на то, что, согласно общепринятому мнению, свидетельствует об определенном положении их обладателя. Опасность дальнейшего развития этих тенденций вряд ли стоит недооценивать, особенно учитывая, что такая модель поведения в дальнейшем имеет все шансы распространиться и на областные центры.

Итак, результаты анализа средних слоев современного российского общества прежде всего показывают, что они по большинству параметров отличаются от других групп населения. Эти отличия проявляются не только и не столько в характеристиках, так или иначе связанных с материальным благосостоянием, или в особенностях их занятости, сколько в поведенческих и мировоззренческих особенностях, присущих данному слою. В частности, средние слои россиян сегодня отличает склонность к инновациям; они готовы активно осваивать новые практики поведения как в сфере потребления, так и в других областях жизни; инвестировать средства в свой человеческий капитал; предпринимать шаги по улучшению своего положения и добиваться заметных положительных сдвигов в жизни. Представители средних слоев, особенно их верхних страт, используют возможность улучшения условий своей занятости; от низших слоев их отличает не только более высокий уровень образования и квалификации, но, что важнее, постоянная готовность использовать открывающиеся возможности. Таким образом, в современном российском социуме средние слои уже начинают принимать на себя исполнение ряда функций, свойственных средним классам развитых стран, в том числе задавая особые образцы поведения, перенимаемые затем представителями других страт.

Конечно, иллюзии относительно рассматриваемой социальной общности неуместны. Постоянно сталкиваясь с материальными ограничениями, мешающими реализации осознанных потребностей, не говоря уже об иррациональных моделях потребительского и социального поведения, российские средние слои пока не в состоянии выполнять все функции, свойственные средним классам развитых стран. И все же обнадеживает то, что *процесс формирования "среднего класса" России движется весьма успешно: средние слои современного общества при продолжении наблюдаемых тенденций в обозримой перспективе вполне способны им стать.*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Беляева Л. А. Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. М., 2001.

Давыдова Н. М. Досуговые предпочтения населения в пореформенной России // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004.

Заславская Т. И., Громова Р. Г. К вопросу о "среднем классе" российского общества // Мир России. 1998. N 4.

Россия: новая социальная реальность. Богатые. Бедные. Средний класс. М., 2004.

Тихонова Н. Е., Давыдова Н. М., Попова И. П. Индекс уровня жизни и модель стратификации российского общества // СОЦИС. 2004. N 6.