УДК: 316.62:316.343.654 DOI: 10.12737/24771

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РОССИЙСКОГО СРЕДНЕГО КЛАССА

Алексеёнок А.А., Старых Н.П.[1]

В статье проводится анализ ценностных ориентаций и поведенческих установок представителей среднего класса и остальных слоев российского населения, а также результаты авторских исследований методом фокусированного интервью ценностей представителей среднего класса Орловской области. Делается вывод о том, что представителей и российского, и регионального среднего класса отличают активная жизненная позиция, стремление сохранить свое положение в структуре общества, отсутствие иждивенческих и патерналистских установок, целеустремленность.

Ключевые слова: средний класс, ядро среднего класса, периферия среднего класса, ценностные ориентации, поведенческие установки, досуговые предпочтения, самоидентификация

VALUES AND BEHAVIOR ORIENTATIONS OF THE REPRESENTATIVES OF THE RUSSIAN MIDDLE CLASS

ALEKSEENOK A. A. – Candidate of sociological sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Information Technologies, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: alexaconst@rambler.ru

STARYKH N. P. – Candidate of sociological sciences, Associate Professor at the Department of Sociology and Information Technologies, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russian Federation, Orel), e-mail: npstaryh@rambler.

The article analyzes some values and behavior orientations of the representatives of the middle class and other layers of the Russian population, also the results of the authors' researches are carried out by the method of the focused interview of the representatives' values of the middle class of the Orel region. The conclusion is made about the representatives and the regional middle class having active life position, aspiration to keep the position in the society, lack of dependent and paternalistic orientations, sense of purpose.

Keywords: middle class, kernel of the middle class, periphery of the middle class, values, behavior orientations, leisure preferences, self-identification.

Характеризуя средний класс как особый социальный субъект в современном российском обществе, нужно подробно остановиться на анализе норм и ценностей, которые декларируют его представители. Необходимо ответить на вопрос – является ли российский средний класс в настоящий момент выразителем ценностей всего общества или же существует ценностный раскол между представителями среднего класса и остальными россиянами. Для проведения анализа ценностных ориентаций и поведенческих установок представителей российского

Алексеёнок Анна Алексеевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и информационных технологий, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302028, г. Орёл, б. Победы, д. 5а, e-mail: alexaconst@rambler.ru

Старых Наталья Петровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и информационных технологий, Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, адрес: 302028, г. Орёл, б. Победы, д. 5а, e-mail: npstaryh@rambler.ru.

среднего класса обратимся к результатам исследований ученых Института социологии РАН[1]. Они предполагают, что ценностные установки представителей среднего класса ассоциируются обычно с обществами модерна (нонконформизм, выбор общества равенства возможностей в противовес обществу равенства доходов, внутренний локус-контроль – принятие ответственности за свою жизнь на себя) [2]. Ученые полагают, что данные установки характерны именно для представителей среднего класса и отличают их от остального населения (табл. 1).

Таблица 1 – Некоторые ценностные установки различных групп населения, 2014 гг., %
Table 1 – Some values of different groups of population, 2014, %

Альтернативные суждения	Средний класс, в т.ч.			Потенциальный средний класс	Остальное население
	ядро среднего класса	периферия ядра среднего класса	средний класс в целом		
Человек – сам кузнец своего счастья, успех и неудачи – все в его руках	64	61	62	48	52
Жизнь человека в гораздо большей степени определяется внешними обстоятельствами, чем его усилиями	36	39	38	52	48
Уверен(а), что смогу обеспечить себя и свою семью сам, и поэтому не нуждаюсь в материальной помощи со стороны государства	54	43	47	34	35
Без материальной поддержки со стороны государства мне и моей семье выжить сложно	46	57	53	66	65
Выделяться среди других и быть яркой индивидуальностью лучше, чем жить как все	69	63	65	53	45
Жить как все лучше, чем выделяться среди других	31	37	35	47	55
Главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве	59	54	56	45	42
Главное – это уважение сложившихся обычаев, традиций	41	46	44	55	58
Равенство возможностей для проявления способностей каждого важнее, чем равенство положения, доходов и условий жизни	78	72	74	63	65
Равенство доходов, положения, условий жизни важнее, чем равенство возможностей	22	28	25	37	35

[1] Горшков М.К., Тихонова Н.Е., Аникин В.А. Российский средний класс в условиях стабильности и кризисов / информационно-аналитическое резюме по результатам многолетнего мониторинга. – Москва: Институт социологии РАН, 2016. – 34 с.

[2] Средний класс в современной России. Опыт многолетних исследований. Под ред. М.К. Горшкова и Н.Е. Тихоновой. М.: Изд-во «Весь Мир», 2016.

Из данных таблицы 1 видно, что по доле разделяющих ценности обществ модерна (внутренний локус-контроль, нонконформизм, инициативность и др.) представители среднего класса, а в особенности его ядра, отличаются от других россиян: поддержка этих ценностей среди них оказывается заметно выше. Так, демонстрируют преобладание внутреннего локус-контроля, отмечая, что успехи и неудачи зависят от самого человека, более 60% представителей среднего класса и половина остальных россиян; считают, что лучше выделяться среди других, чем жить как все, две трети представителей среднего класса и половина представителей остальных групп населения. В выборе между инициативностью и традициями к первому варианту склоняется более половины представителей среднего класса (56%) и чуть более 40% не попавших в его состав россиян. Наконец, выбирая между обществом равных возможностей и обществом равных доходов, отдают приоритет равенству возможностей три четверти представителей среднего класса и менее чем две трети россиян, не входящих в него.

При этом ядро среднего класса и периферия этого ядра демонстрируют качественно схожие тенденции по всем вопросам, кроме оценки своей возможности выжить без поддержки государства: уверены, что смогут обеспечить себя сами, и не нуждаются в материальной помощи со стороны государства более половины (54%) ядра среднего класса и менее половины (43%) его периферии; при этом среди остальных россиян соответствующие доли еще ниже.

Таким образом, ценности и установки, характерные для обществ модерна, а именно нонконформизм, внутренний локус-контроль, ориентация на инициативу и приоритет равенства возможностей, ярче проявляются именно у представителей среднего класса. Наиболее ярко они выражены в его ядре. Однако при этом сложно говорить об однозначном доминировании этих ценностей у среднего класса, хотя и составляющая меньшинство, но значительная доля его представителей придерживается противоположных, традиционалистских ценностей. Средний класс демонстрирует ту же ценностную неоднородность, которая свойственна в настоящий момент и всему обществу в целом, хотя его представители дальше продвинулись по пути перехода от традиционалистских ценностей к ценностям модерна.

По отношению к нормам и ценностям обществ модерна средний класс оказывается неоднороден не только с точки зрения его деления на ядро и периферию, но и с точки зрения отношения к этим ценностям разных возрастных групп: доля поддерживающих модернистские нормы и ценности оказывается значительно выше среди молодежи из состава среднего класса, чем среди его представителей старшего поколения (табл. 2).

Данные таблицы 2 показывают, что возраст является одним из важнейших дифференцирующих факторов для нормативно-ценностных систем среднего класса. В этом смысле представители среднего класса не отличается от остальных россиян, среди которых молодежь также демонстрирует более высокую степень модернизированности своего сознания. Однако даже при рассмотрении только молодежи до 30 лет большую приверженность ценностям модерна демонстрируют в данной группе именно представители среднего класса: так, например, доминирование внутреннего локус-контроля характерно для 75% молодежи среднего класса и 58% остальных молодых россиян, нонконформизм свойствен 75% и 65% этих групп, а приоритет инициативности над соблюдением традиций отдают 70% и 62% соответственно. Таким образом, возраст, хотя и является дифференцирующим в выборе россиян между ценностями обществ модерна и традиционалистскими ценностями, не является при этом единственным определяющим фактором. Социально-классовая принадлежность также играет свою роль, отражая совокупность характеристик, влияющих на этот выбор: определенный уровень благосостояния, накопленного человеческого и культурного капитала и т. п.

Таблица 2 – Особенности ценностных установок представителей среднего класса из разных возрастных групп, 2014 г., %

Table 2 – Features of values of the middle class of different age groups, 2014, %

Альтернативные суждения	Младше 30 лет	От 30 до 50 лет	Старше 50 лет
Человек – сам кузнец своего счастья, успех и неудачи – все в его руках	75	59	50
Жизнь человека в гораздо большей степени определяется внешними обстоятельствами, чем его усилиями	25	41	50
Уверен (а), что смогу обеспечить себя и свою семью сам, и поэтому не нуждаюсь в материальной помощи со стороны государства	55	47	36
Без материальной поддержки со стороны государства мне и моей семье выжить сложно	45	53	64
Выделяться среди других и быть яркой индивидуальностью лучше, чем жить как все	75	66	50
Жить как все лучше, чем выделяться среди других	25	34	50
Главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве	70	51	45
Главное – это уважение сложившихся обычаев, традиций	30	49	55
Равенство возможностей для проявления способностей каждого важнее, чем равенство положения, доходов и условий жизни	77	74	72
Равенство доходов, положения, условий жизни важнее, чем равенство возможностей	23	26	28

Отметим также, что для среднего класса возрастные различия проявляются практически по всем рассмотренным аспектам, кроме выбора между обществом равных возможностей и обществом равных доходов, по которому средний класс делится на две неравные группы (три четверти поддерживают общество равных возможностей, и четверть поддерживает общество равных доходов) независимо от возраста.

Продолжая анализировать ценностные ориентации и поведенческие установки, обратимся к анализу степени толерантности к конкурентной рыночной экономике современного типа представителей среднего класса и других групп населения (табл. 3).

Как видно из полученных данных, представители среднего класса проявляют большую толерантность к рыночным условиям, чем представители остальных слоев населения. Так, значительная часть представителей среднего класса считает конкуренцию благом, позволяющим более эффективно развиваться. В то же время качественных различий в данном вопросе не прослеживается. Более половины и представителей среднего класса, и остальных слоев населения выбирают суждения, которые свидетельствуют о принятии новых рыночных условий. Вместе с тем количественные различия между представителями среднего класса и остальными слоями населения являются достаточно значимыми. Особенно это отличие касается представителей ядра среднего класса.

Таблица 3 – Согласие с альтернативными ценностными суждениями в различных слоях населения (%)

Table 3 – Agreement with alternative value statements in the various layers of the population (%)

Суждение	Ядро среднего класса	Ближняя периферия	Дальняя периферия	Остальное население
Конкуренция вредна, так как усиливает в человеке его отрицательные качества	11	25	28	33
Конкуренция полезна, так как стимулирует упорный труд и новаторские идеи	89	75	72	67
От собственных усилий зависит мало, имеет значение экономическая ситуация в стране в целом	40	49	61	58
Собственное материальное положение зависит прежде всего от личных усилий	60	51	39	42

Продолжая тему идеальной модели общества, посмотрим, какой выбор представители российского среднего класса делают в дилемме «общество индивидуальной свободы – общество социального равенства» и отличаются ли они в этом вопросе от остальных россиян. Данные показывают (таблица 4), что различия между представителями среднего класса и остальным населением достаточно значительные: в среднем классе общество индивидуальной свободы выбирают 44% его представителей, а среди тех, кто не попал в средний класс, – 29%. Общество социального равенства поддерживают соответственно 56% среднего класса и 71% остальных россиян.

Таблица 4 – Выбор между обществом индивидуальной свободы и обществом социального равенства представителей различных групп населения, 2014 г., %

Table 4 – The choice between the society of individual freedom and the society of social equality of the representatives from various groups of the population, 2014, %

Желаемая модель общества	Средний класс, в т.ч.			Потенциальный средний класс	Остальное население
	ядро среднего класса	периферия ядра среднего класса	средний класс в целом		
Общество индивидуальной свободы	47	43	44	30	29
Общество социального равенства	53	57	56	70	71

Представители среднего класса вновь демонстрирует при этом ценностную гетерогенность. Внутри среднего класса на выбор между этими противоположными моделями обществ оказывают влияние возрастные и поселенческие факторы, а также уровень образования – как собственный, так и родительской семьи. Что касается возрастных различий, то доля поддерживающих общество индивидуальной свободы среди представителей среднего класса резко сокращается после отметки в 50 лет – до 38% среди тех, кому от 50 до 60 лет, и до 27% среди тех, кто старше 60 лет; в остальных возрастных группах этот показатель колеблется вокруг 50%. Выбор общества индивидуальной свободы выше у представителей среднего класса, проживающих в более крупных поселениях: так, именно этот выбор делают 74% среднего класса из проживающих в мегаполисах и только треть (35%) представителей сельского среднего класса. Уровень образования также влияет на предпочтительную модель общества: общество индивидуальной свободы готовы поддержать 41% имеющих среднее специальное образование и 52% имеющих высшее образование (в т. ч. незаконченное) или ученую степень. Дифференцирует ответы представителей среднего класса и культурный капитал: среди тех его представителей, чьи родители не имели профессионального образования второй и третьей ступени, общество индивидуальной свободы выбирают 38%, а среди тех, у которых хотя бы один из родителей имел высшее образование, эта доля возрастает до 59%.

Однако вновь нужно отметить, что все эти факторы, являясь дифференцирующими по данному вопросу и для остальных россиян, не определяют полностью тех различий, которые наблюдаются между представителями среднего класса и остальными россиянами: во всех группах, выделенных по тому или иному признаку, именно представители среднего класса в большей степени демонстрируют склонность к выбору общества индивидуальной свободы (так, если рассматривать, например, только жителей мегаполисов, то среди представителей среднего класса такой выбор делают, как было сказано выше, почти три четверти, а среди не попавших в его состав – 29%; если обратиться только к тем, кто имел среднее специальное образование, то аналогичные доли составят 41% в среднем классе и 26% – среди остальных россиян и т. п.). Таким образом, классовые различия в отношении выбора модели оптимального общественного устройства оказываются достаточно значимыми и не определяются лишь тем, что в составе среднего класса сконцентрировано более образованное и благополучное население.

При этом вновь следует отметить и гетерогенность самого среднего класса по этому вопросу, что не позволяет говорить о доминировании у его представителей какой-либо единой нормативно-ценностной модели.

Чтобы лучше понимать, что стоит за различиями в выборе между обществом индивидуальной свободы и обществом социального равенства представителями среднего класса, нужно проанализировать также само отношение к свободе и оценку ее роли в восприятии разных социальных групп. Как показывают данные, среди представителей среднего класса, особенно в его ядре, выше доля тех, кто отдает приоритет свободе по сравнению с материальным благополучием, чем среди не попавших в средний класс. С другой стороны, понимание свободы совпадает как у представителей среднего класса, так и у тех, кто в него не входит: большинство россиян определяют свободу через возможность быть самому себе хозяином, а не через политические права и свободы, и эта доля составляет около 70% во всех социальных группах (табл. 5).

Таким образом, в понимании свободы представители среднего класса вновь выражают позицию всего населения (отличающуюся от типичной для западных стран и свидетельствующую о незавершенности даже в среднем классе процесса формирования мировоззрения, соответствующего современным обществам).

Таблица 5 – Отношение к свободе и ее понимание у представителей различных групп населения, 2014 г., %

Table 5 – Attitude to freedom and its understanding among representatives of different groups of population, 2014, %

Альтернативные суждения	Средний класс, в т.ч.			Потенциальный средний класс	Остальное население
	ядро среднего класса	периферия ядра среднего класса	средний класс в целом		
Свобода – то, без чего жизнь теряет смысл	74	66	70	63	56
Главное в жизни – материальное благополучие, а свобода второстепенна	26	34	30	37	44
Свобода человека – это возможность быть самому себе хозяином	69	69	69	69	70
Свобода человека реализуется в его политических правах и свободах	31	31	31	31	30

Продолжая анализ проблематики модернизированности мышления представителей среднего класса, следует остановиться на вопросе о рациональности сознания, которая также типична для обществ модерна. Одним из индикаторов этой рациональности может выступать планирование своей жизни в среднесрочной и долгосрочной перспективе, которое в большей степени свойственно представителям среднего класса (рис. 1).

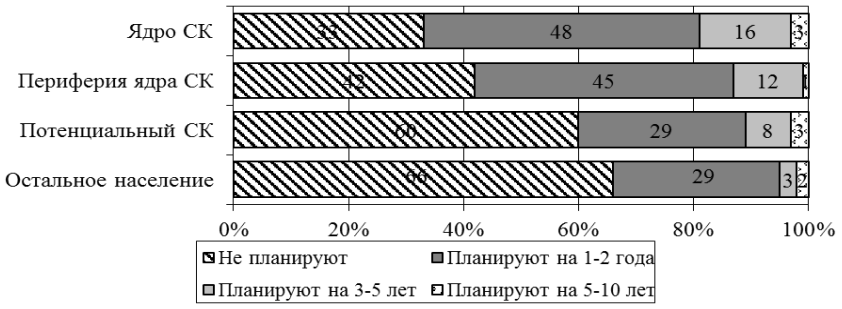


Рисунок 1 – Планирование своей жизни в различных группах населения, 2014 г., %

Figure 1 – Life planning in different groups of population, 2014, %

Важно подчеркнуть, что среди самих представителей среднего класса планирование своей жизни на перспективу пяти и более лет в большей степени свойственно самым молодым его представителям: среди тех, кому от 18 до 21 года, каждый четвертый планирует свою жизнь на такой срок. Наблюдаются в данном вопросе и определенные гендерные различия: мужчины из состава среднего класса планируют свою жизнь на пять и более лет в 20% случаев, а женщины – только в 12%. Кроме того, на горизонт планирования оказывают влияние характеристики человеческого и культурного капитала: представители среднего класса, имеющие высшее (в т. ч. незаконченное высшее) образование, в полтора раза чаще планируют свою жизнь

на длительный срок, чем получившие только среднее специальное образование, а те, кто имеет хотя бы одного родителя с высшим образованием, почти в два раза чаще, чем те, у кого родители не имеют профессионального образования второй и третьей ступени.

Таким образом, горизонты планирования у представителей среднего класса, особенно его ядра, значительно шире, чем у остальных россиян, что определяется как иными условиями их жизни (большей стабильностью положения, устойчивостью структурных позиций на рынке труда), так и особенностями их норм и мировоззрения, на которые влияют ряд факторов – возраст, тип поселения, объем человеческого и культурного капитала и т. п.

Анализируя поведенческие установки представителей среднего класса, нельзя не остановиться на анализе распоряжения ими свободными деньгами (рис. 2).



Рисунок 2 – Способы распоряжения свободными деньгами представителями среднего класса и остального населения, 2014 г., % от имеющих свободные средства

Figure 2 – Ways of disposition of free money by the middle class and the rest of the population, 2014% of available funds

Как видно из анализа результатов, представленных на рисунке 2, около трети представителей среднего класса тратят появляющиеся «свободные» деньги на приобретение дорогостоящих предметов длительного пользования и более трети – на развлечения, включая зарубежные поездки. При этом 8% среднего класса тратят свободные средства и на то, и на другое. Остальные же россияне, в отличие от среднего класса, чаще всего просто откладывают свободные средства «на черный день» (46% всех имеющих свободные средства в данной группе).

Однако наиболее ярко специфика поведенческих стратегий по распоряжению свободными средствами проявляется при анализе не просто отдельных действий в рамках возможных направлений трат, а типов этих стратегий. В связи с этим следует отметить, что соответствующие типы были выделены нами с помощью факторного анализа (метод Варимакс)[1]. Он показал, что можно выделить четыре таких стратегии. Первая из них, которую условно можно назвать «потребительской стратегией», характеризуется расходованием свободных денег на

[1] Тихонова Н.Е. Особенности статусной идентичности и потребление среднего класса // Социологические исследования. – 2015. – №1. – С. 44–54.

дорогостоящие ТДП и развлечения. Вторая – «инвестиционная стратегия» – включает покупку ценных бумаг и предоставление денег в долг под проценты. Третья – «сберегательная стратегия» – характеризуется прежде всего инвестициями в недвижимость, которые, как известно, в нашей стране уже давно не приносят прибыли, но позволяют, по крайней мере, сохранить средства в условиях нестабильности фондовых рынков и банковской системы. В меньшей степени, но также характерно именно для нее размещение свободных средств на депозитах в Сбербанке или в других коммерческих банках. Наконец, четвертая стратегия может быть охарактеризована как «стратегия выживания» и включает в себя такие виды использования свободных средств, как откладывание их «на черный день» в виде неорганизованных сбережений и помощь близким, т. е. в нее входят действия, направленные на обеспечение как собственного выживания, так и выживания значимых для себя людей. Любопытно также, что покупки валюты оказались связаны при факторном анализе в первую очередь с потребительской стратегией (видимо, в этом случае валюта нужна для зарубежных поездок, оплаты покупок и т. д.), а также, хотя и в несколько меньшей степени, с консервативной сберегательной стратегией.

Анализируя ценностные ориентации и поведенческие установки представителей среднего класса, хотелось бы остановиться на вопросе об их идентичностях: с кем они отождествляют себя сегодня и отличается ли субъективное самоопределение представителей среднего класса от самоопределения других массовых групп россиян? Проанализируем в этом контексте особенности групповой самоидентификации («мы-идентификации») среднего класса, фиксирующей ощущение близости к тем или иным социальным группам: про какие группы его представители могли бы сказать, что «это мы»? (табл. 6).

Таблица 6 – С кем часто ощущают чувство общности представители различных групп населения, 2014 г., %

Table 6 – With whom the representatives from various groups of the population often feel a sense of community, 2014,%

Альтернативные суждения	Средний класс, в т.ч.			Потенциальный средний класс	Остальное население
	ядро среднего класса	периферия ядра среднего класса	средний класс в целом		
С друзьями	67	66	66	60	57
С Вашей семьей	68	62	65	67	60
С товарищами по работе, учебе	40	32	35	23	30
С людьми Вашего поколения	23	32	29	38	31
С людьми той же профессии, рода занятий	29	18	22	13	18
С людьми, разделяющими Ваши взгляды на жизнь или верования	20	17	18	20	16
С людьми той же национальности	8	11	10	6	6
С людьми, живущими в Вашем городе или поселке	5	8	7	7	12
С людьми того же материального достатка	6	8	7	12	11
С людьми, близкими Вам по политическим взглядам, позициям	4	3	4	6	4
Медианное количество выбранных позиций	3	3	3	2	2

По количеству социальных групп, с которыми представители среднего класса часто испытывают высокую степень близости, они в 1,5 раза опережают остальных россиян (медианное значение количества таких групп составляет, соответственно, 3 и 2), что означает, что их социальное пространство в полтора раза шире. Что же касается степени распространенности тех или иных идентичностей, то две ключевые идентичности, значительно опережающие остальные, совпадают для всех россиян: чаще всего они испытывают чувство общности со своими друзьями (66% среднего класса, 58% остальных россиян) и со своей семьей (65 и 62% соответственно). Остальные идентичности в гораздо меньшей степени распространены как среди представителей среднего класса, так и среди других массовых групп населения.

Средний класс демонстрирует при этом некоторые количественные отличия от остальных россиян по более или менее свойственным для него идентичностям. Так, представители ядра среднего класса заметно чаще идентифицируют себя с товарищами по работе и учебе (40%) и с людьми той же профессии (29%). Профессиональная идентичность при этом в несколько большей мере свойственна предпринимателям, имеющим наемных работников, и руководителям разных уровней в составе ядра среднего класса. Кроме того, прослеживается ее связь с уровнем культурного капитала – чем выше был уровень образования родителей у представителей среднего класса, тем в большей степени для них характерна профессиональная идентичность.

Таким образом, профессиональная идентичность, пока вообще мало свойственная россиянам в целом, достаточно заметно проявляется в ядре среднего класса, хотя и в нем не является пока преобладающей даже у работающих (впрочем, следует отметить в связи с этим, что у представителей среднего класса эта идентичность присутствует достаточно выраженно даже у неработающих пенсионеров, что говорит о ее прочности). В завершение анализа ценностных ориентаций и поведенческих установок представителей среднего класса остановимся на анализе их досуговых предпочтений в сравнении с остальными россиянами (рис. 3).



Рисунок 3 – Популярность различных способов проведения досуга у представителей среднего класса и остального населения, 2014 г., %

Figure 3 – Popularity of a variety of leisure activities of the middle class and the rest of the population, 2014, %

Как показано на рисунке 3, главные досуговые сферы представителей среднего класса, отличающие его от остальных россиян, – посещение театров и концертов, а также музеев, выставок и вернисажей; чтение художественной литературы и периодики; Интернет; спорт; кафе, бары и рестораны; встречи и общение с друзьями. Таким образом, досуг представителей российского среднего класса на фоне остального населения страны выглядит не только заметно более насыщенным и гармоничным, но и направленным на культурное, интеллектуальное и физическое саморазвитие, а также общение. Напомним, что разнообразие и насыщенность досуга среднего класса отмечаются на фоне временн**о**го дефицита, которым характеризуется образ жизни этой группы. Другими словами, количественный недостаток свободного времени действительно восполняется у него качественными характеристиками досуга.

На фоне остального населения представители среднего класса отличаются заметно большей активностью в использовании большинства досуговых практик. В «минусе» у среднего класса только самые пассивные виды досуга – просмотр телевидения и слушание радио, а также просто «ничегонеделание».

Таким образом, именно представители среднего класса чаще, чем остальные слои населения, соглашаются с тем, что лучше выделяться и иметь яркую индивидуальность, чем жить так же, как все остальное население. Они реже других приписывают определяющую роль в жизни внешним обстоятельствам, а рассчитывают на собственные силы и возможности. На уровне ценностного сознания представителей среднего класса отличают более продуктивные и более эффективные ценностные установки. Причем наиболее эффективные экономические установки демонстрируют представители ядра среднего класса. Представители российского среднего класса справляются с функцией носителя характерных для национальной культуры ценностей и установок. Данное обстоятельство позволяет ему успешно выполнять стабилизирующую и интегрирующую функции.

Для выявления ценностных ориентаций и поведенческих установок представителей среднего класса в Орловской области были применены методы фокусированного и глубинного интервью. Методом фокус-групп в феврале 2013 года опрошены такие категории населения (всего 48 человек), входящие в состав среднего класса[1], как высокообеспеченные бюджетники – 8 человек, административные работники – 10 человек, представители местной (областной, городской) администрации – 10 человек, культурная интеллигенция – 8 человек, владельцы малого и среднего бизнеса – 12 человек. В октябре 2015 года опрошены: культурная интеллигенция – 8 человек, административные работники – 12 человек, высокообеспеченные бюджетники – 8 человек, представители местной (областной, городской) администрации – 6 человек, владельцы малого и среднего бизнеса – 12 человек. Всего 46 человек. Группы рандомизированы.

Участникам групп было предложено изложить собственные критерии принадлежности к среднему классу, ранжировать свои приоритеты в материально-имущественной, профессиональной, досугово-рекреационной сферах, охарактеризовать возможные действия для сохранения своего статуса.

Были получены следующие качественные характеристики участников:

– наличие доходов на каждого члена семьи, значительно превышающих средний показатель по региону;

– наличие нескольких объектов недвижимости (квартира, загородный дом, земельный участок), в том числе и за рубежом;

[1] К среднему классу были отнесены респонденты, отобранные по материально-имущественным, социально-профессиональным и самоидентификационным критериям.

– сбережения, банковские счета, акции;

– наличие одного или нескольких автомобилей престижных марок и, как правило, последнего модельного ряда;

– высшее образование (ученая степень/звание), нефизический характер труда;

– обеспечение достигнутого уровня материального благосостояния;

– сохранение/повышение статуса в профессиональной среде;

– улучшение жилищных условий;

– возможность получения качественного медицинского обслуживания, в том числе за рубежом;

– возможность выбора места и времени проведения отпуска за границей;

– возможность получения детьми качественного образования как в России, так и за границей;

– возможность широкого доступа к рынку товаров и услуг.

Наличие данных характеристик участники групп объясняют в первую очередь стремлением в максимальной степени сохранить свое положение в структуре общества:

Участник 1 (высокообеспеченный бюджетник) – «не хочется снижать привычный уровень жизни»;

Участник 2 (владелец малого и среднего бизнеса) – «уже сложились определенные стандарты»;

Участник 3 (представитель культурной интеллигенции) – «необходимо обеспечить детям достойное будущее»;

Участник 4 (государственный гражданский служащий) – «привычка к стабильности, определенность перспектив»;

Участник 5 (административный работник) – «наличие связей, взаимных обязательств».

В числе возможных действий для сохранения своего статуса были названы: «частичная продажа или сдача в аренду недвижимости» (культурная интеллигенция), «смена профиля деятельности, переезд в другой регион» (административные работники), «продажа или переориентация бизнеса, перевод активов за границу» (владельцы среднего бизнеса), «повышение квалификации, дополнительное образование» (представители администрации), «частичная реализация сбережений» (высокообеспеченные бюджетники).

Анализируя поведенческие установки представителей среднего класса, необходимо в первую очередь отметить более высокую политическую активность. Так, практически все участники фокус-групп на вопрос о том, принимают ли они участие в выборах, ответили, что они всегда принимают участие в выборах всех уровней власти. Свою активную гражданскую позицию они объяснили следующим образом: «…Это мой гражданский долг…», «…Ходим на выборы всей семьёй, так как хотим, чтобы дети с ранних лет привыкали к тому, что участие в выборах – есть их почетный долг…», «…Верю, что это может повлиять на то, что я буду жить лучше, справедливее…», «…Хочу поддержать власть своим голосом…», «…Делаю это, не задумываясь, так поступали все в моей семье…», «…Чтобы поддержать партию, членом которой являюсь…», «…Чтобы оказать поддержку лидерам, позиции которых разделяю…».

На вопрос об отношении к образованию, повышению квалификации участники фокус-групп отвечали следующим образом: «…Образование должно быть непрерывным, нужно постоянно повышать свою квалификацию…», «…Человек должен учиться всю жизнь, читать литературу по своей профессии, следить за новостями, открытиями, новыми достижениями…», «…Образование – это то, на что не надо жалеть денег, своим детям я буду стремиться дать образование за границей..», «…Мои дети на лето ездят на 1 месяц в Лондон для получения образования…», «…Чтобы не отстать от веяний времени, надо постоянно повышать квалифи-

кацию в любой профессиональной деятельности..», «…Появляются новые технологии, чтобы быть востребованным (или просто не потерять работу), необходимо их осваивать…».

Дети всех респондентов получают внешкольное дополнительное образование, занимаются в кружках и секциях, посещают репетиторов по различным направлениям: «Мой сын занимается игрой на гитаре, посещает спецшколу по иностранным языкам (английский, немецкий), занимается с репетитором по обществознанию и физике…», «…Дочь занимается изучением китайского языка, так как, я считаю, это поможет ей в дальнейшем при устройстве на работу, а для здоровья ходит два раза в неделю в бассейн…», «… Сын занимается карате в секции, с репетитором изучает английский язык».

Следующим был задан вопрос об отношении участников фокус-групп к работе, выбору профессии. Большинство участников связывали выбор профессии с призванием, а работу считали неотъемлемой составляющей «образа жизни», местом, приносящим не только материальную пользу, но и «моральное удовлетворение»: «…Работа для меня – это образ жизни, место где я получаю эмоциональное и моральное удовлетворение…», «… Работа – это место где я могу раскрыть свой творческий потенциал…», «… Идя на работу, я понимаю, что своей деятельностью я реально помогаю людям, приношу пользу обществу…», «… Работа – это то место где я реализую себя, раскрываю свой талант…», «… Мне интересна моя деятельность, то, чем я занимаюсь… Я не представляю себя без работы…». Такой вариант: «достигну пенсионного возраста и стану жить на одну пенсию» не рассматривает ни один из респондентов.

В завершение был задан ряд вопросов касающихся досуговых предпочтений. В данном направлении представители фокус-групп высказались так же единодушно, отметив, что они регулярно занимаются какими бы то ни, было видами спорта, часто вместе со своими детьми, реже – всей семьей, посещают фитнес-центры и тренажерные залы, катаются на велосипедах, роликовых коньках, на лыжах, совершают регулярные пробежки. «… Спорт помогает мне держать себя в форме, улучшает общее самочувствие…», «…Благодаря занятиям спортом улучшилось общее самочувствие, я практически перестала болеть…», «… Зимой всей семьей проводим выходные на базах отдыха, где катаемся на горных лыжах, несколько лет подряд отдыхали на горнолыжных курортах России…», «…Каждое утро, если позволяет погода, совершаю утренние пробежки. Это помогает начинать рабочий день в тонусе».

Говоря о досуговых предпочтениях, необходимо отметить, что все респонденты посещают театры (гастрольные спектакли), реже – местные постановки, тратят определенную часть бюджета на покупку литературы (часто научной или по работе), посещают кинотеатры, предпочитая их домашнему просмотру.

Таким образом, можно констатировать, что представителей среднего класса отличают активная жизненная позиция, стремление сохранить свое положение в структуре общества, отсутствие иждивенческих и патерналистских установок, целеустремленность.

***Библиография*/References:**

1. Алексеёнок А.А. Специфика идентификации структуры среднего класса в современном российском обществе // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6-1. – С. 180–185.

2. Алексеёнок А.А., Каира Ю.В. Стратификационные концепции изучения среднего класса в структуре современного российского общества // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2012. – № 3. – С. 224–230.

3. Голенкова З.Т. Избранные труды. – М.: Новый хронограф, 2014. – 343 с.

4. Горшков М.К., Тихонова Н.Е., Аникин В.А. Российский средний класс в условиях стабильности и кризисов / Информационно-аналитическое резюме по результатам многолетнего мониторинга. – М.: Институт социологии РАН, 2016. – 34 с.

5. Каира Ю.В. Современные социологические подходы и модели изучения трансформации социально-стратификационных процессов // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – 2012. – № 4 (4). – С. 48–52.

6. Средний класс в современной России. Опыт многолетних исследований / Под ред. М.К. Горшкова и Н.Е. Тихоновой. – М.: Издательство «Весь Мир», 2016. – 368 с.

7. Тихонова Н.Е. Особенности статусной идентичности и потребление среднего класса // Социологические исследования. – 2015. – №1. – С. 44–54.

1. Alekseenok, A.A. (2014) Spetsifika identifikatsii struktury srednego klassa v sovremennom rossiiskom obshchestve [Specificity of identification of the structure of the middle class in modern Russian society] // Fundamental'nye issledovaniia. – № 6-1. – P. 180–185. (In Russ.)

3. Alekseenok, A.A., Kaira, Iu.V. (2012) Stratifikatsionnye kontseptsii izucheniia srednego klassa v strukture sovremennogo rossiiskogo obshchestva [Stratification concepts of studying the middle class in the structure of modern Russian society] // Izvestiia Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki [News of the Tula state university. Humanitarian sciences]. – № 3. – P. 224–230. (In Russ.)

4. Golenkova, Z.T. (2014) Izbrannye trudy [Selected works]. – M.: Novyi khronograf. – 343 p. (In Russ.)

5. Gorshkov, M.K., Tikhonova, N.E., Anikin, V.A. (2016) Rossiiskii srednii klass v usloviiakh stabil'nosti i krizisov / Informatsionno-analiticheskoe reziume po rezul'tatam mnogoletnego monitoringa [Russian middle class in conditions of stability and crises / Informational and analytical summary based on the results of multi-year monitoring]. – M.: Institut sotsiologii RAN. – 34 p. (In Russ.)

6. Kaira, Iu.V. (2012) Sovremennye sotsiologicheskie podkhody i modeli izucheniia transformatsii sotsial'no-stratifikatsionnykh protsessov [Modern sociological approaches and models of studying the transformation of socio-stratification processes] // Sotsiologiia v sovremennom mire: nauka, obrazovanie, tvorchestvo [Sociology in the modern world: science, education, creativity]. – № 4 (4). – P. 48–52. (In Russ.)

7. Srednii klass v sovremennoi Rossii. Opyt mnogoletnikh issledovanii [The middle class in contemporary Russia. The experience of many years of research] / Pod red. M.K. Gorshkova i N.E. Tikhonovoi. – M.: Izdatel'stvo «Ves' Mir», 2016. – 368 p. (In Russ.)

8. Tikhonova, N.E. (2015) Osobennosti statusnoi identichnosti i potreblenie srednego klassa [Features of the identity and status of the middle class consumption] // Sotsiologicheskie issledovaniia [Sociological Studies]. – № 1 (369). – P. 44 – 54. (In Russ.)