УДК: 316.4.057 DOI: 10.22394/2071-2367-2017-12-2-29-37

СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗА РОССИЙСКОГО СРЕДНЕГО КЛАССА

Иванова Е. И., Владыкина М. И.[1]

В статье ставится проблема выявления образа современного российского среднего класса. Средний класс является динамичным социальным образованием. Реальным он становится в процессе закрепления своих позиций, в том числе социально-профессиональных, во времени, их воспроизводства в новом поколении. Социально-профессиональная компонента образа среднего класса представлена по результатам контент-анализа метафор, выявленных на основе текстов газетных публикаций российской прессы (метод метафор), а также на основе результатов анализа экспертных фокусированных интервью, взятых у представителей его ядра.

Ключевые слова: средний класс, социально-профессиональные группы, образ среднего класса, метафора.

SOCIO-PROFESSIONAL COMPONENT OF IMAGE OF THE MIDDLE CLASS

IVANOVA E.I. – Doctor of Sociological Sciences, Professor, Russian State University for the Humanities (Russian Federation, Moscow), e-mail: ivanova.e@rggu.ru

VLADYKINA M.I. – Chief Specialist of the Department for Analysis of the Cinema Fund (Russian Federation, Moscow), e-mail: marina.vladykina@mail.ru

The article raises the problem of identifying the image of the modern Russian middle class. The middle class appears to be a dynamic social structure. The process of fixation of the middle class' positions (including socio-professional positions) over time, their reproduction in new generations makes it a real class. The socio-professional component of the image of the middle class is analyzed by using the method of metaphors. The metaphors were identified by means of content analysis of the texts of Russian newspaper articles about the middle class, and were derived from the kernel of the middle class in the process of expert focused interviews as well.

Keywords: middle class, socio-professional group, image of the middle class, metaphor.

Современные определения российского среднего класса базируются на «деятельностном» подходе. «Деятельностный» подход утверждает принцип социального историзма в качестве основного к объяснению изменений в различных сферах общества: социокультурной, экономической, политической. Средний класс является динамичным социальным образованием, общность которого определяется мотивированной деятельностью. При этом ее содержание зависит от уровня развития экономики и социальной сферы общества, специфики и ведущих принципов управления государством. В развитых странах из промежуточного, вспомогательного и неустойчивого социального слоя начала XX века средний класс превратился в ведущий, определяющий прогресс и конкурентоспособность стран социальный субъект, созидатель интеллектуальных ценностей в конце XX — начале XXI века.

Иванова Елена Игоревна – доктор социологических наук, профессор социологического факультета, Российский государственный гуманитарный университет, адрес: 125993, Россия, ГСП-3, Москва, Миусская площадь, д. 6, e-mail: ivanova.e@rggu.ru

Владыкина Марина Ивановна – главный специалист Аналитического департамента Фонда Кино, адрес: 119435, Россия, г. Москва, Саввинская набережная, д. 11.e-mail: marina.vladykina@mail.ru

Решающая роль в направлении развития общества, изменении его количественных и качественных параметров принадлежит деятельным социальным субъектам, массам обычных граждан, совершающих социальное действие[1]. Социальное действие граждан представляет собой мотивированное поведение, взаимодействующее с социально-культурными стандартами, характерными для определенной эпохи. Очерченное определенным отрезком социального времени, оно формирует конкретную общность.

Среднему классу России присущ характер деятельности, мотивированный прежде всего потребностью в самореализации. Его группообразующая активность коррелирует с социальным временем, соответствующими ему стандартами поведения, а, следовательно, социальный состав среднего класса подвижен. Данный подход к определению российского среднего класса согласуется с идеями Тарда, Латура о социальном как о «циркулирующем потоке» формирования и трансформации связей, создаваемых и осмысливаемых самими акторами [2].

Исследования российского среднего класса[3] позволили определить его структуру, основные социально-профессиональные характеристики. В отечественной социологии к среднему классу относят главным образом социально-профессиональные группы менеджеров, предпринимателей, профессионалов. Выделенные группы соответствуют следующим критериям: материальное благополучие, высокий социальный статус, наличие культурного, человеческого капитала, самоидентификация.

На основе анализа деятельности средних классов на различных этапах их жизненного пути дается определение среднего класса в современном обществе как «разнородной социальной группы, состоящей из экономически активных, материально обеспеченных и уверенных в своем социальном положении людей»[4]. Интегрирующими характеристиками социально-профессиональных групп, определяющими принадлежность к среднему классу, являются наличие у их представителей социально востребованных интеллектуальных и личностных ресурсов, стремления к самореализации в профессиональной сфере. Благодаря своей социально значимой и высокопрофессиональной деятельности представители российского среднего класса достигают социального статуса и материального положения, дающего возможность свободно выбирать направления собственной самореализации.

Современная социально-профессиональная структура в России создавалась под воздействием социального времени, предъявлявшего новые требования к располагаемым людьми социальным ресурсам – образованию, культурному и социальному капиталам. Формирование ресурсов имело непосредственное отношение к динамике среднего класса, происходило одновременно с процессом адаптации к переменам в обществе, включением личностных особенностей адаптационного потенциала. Социальные ресурсы и индивидуальные социально-психологические черты среднего класса определяли их жизненные шансы и место в социально-профессиональной структуре.

Как показывают исследования, в 2000-е гг. происходит перераспределение поколенческого состава социально-профессиональных групп. Особенно наглядно оно среди управленцев и

[1] Ядов В.А. Современная теоретическая социология. – СПб.: Социополис, 2009. – С. 8.

[2] Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. – М., 2014.

[3] Средний класс в современной России /Отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова; Ин-т социологии РАН. – М. – 2008. – 320 с.; Средние классы в России: экономические и социальные стратегии. – М: Гендальф, 2003.506 с.; Средний класс в современной России: 10 лет спустя. – Аналитический доклад. Институт социологии РАН. – М., 2014. – 215 с.; Тихонова Н.Е. Средний класс: теория и реальность/ Тихонова Н.Е., Мареева С.В. – М., 2009. – 320 с.; Российские средние классы накануне и на пике экономического роста. – М.: Экон-Информ, 2008. – 200 с.

[4] Малева Т.М., Бурдяк А.Я., Тындик А.О. Средние классы на различных этапах жизненного пути//Журнал Новой экономической ассоциации. – 2015. –№ 3 (27). – С. 109–138.

профессионалов как представителей высшего уровня квалификации. В 2013 г. половину управленцев и 41 % профессионалов среди мужчин и 43,8 % и 42,1 % среди женщин составляли представители молодого поколения – 1970–84 гг. рождения. Сравнение профессиональных предпочтений среди представителей двух реальных поколений – старшего, родившегося в 1960–1964 гг., и молодого, родившегося в 1980–1984 гг., показало, что доля представителей двух поколений, занимающих высокостатусные профессиональные позиции, довольно высока. При этом в поколении 1980–84 гг. наблюдаются высокие темпы прироста занятых в сфере управления и предпринимательства, но доля работников сферы торговли и бытового обслуживания, офисных работников среди них значительно выше [1].

Различия в профессиональных предпочтениях поколений являются результатом структурных изменений: макроэкономических (изменение балансов на отраслевых рынках труда) и социально-демографических (изменение соотношения возрастных групп). Это внешние, экзогенные факторы воспроизводства социально-профессиональной структуры. Эндогенные факторы реализуются в плоскости латентной направленности воспроизводства реальных социальных слоев[2].

Выявить латентные факторы формирования межпоколенных различий в современной профессиональной структуре позволяет оценка присущих им особенностей ценностной регуляции поведения. В 2014 г. был проведен опрос «Жизненный мир россиян», результаты которого позволили определить специфику поведения населения в основных сферах жизнедеятельности, в том числе и основные ценностные ориентиры в профессиональной деятельности. В самом обращении к респондентам содержалась привязка ответов к социальному времени: «Мы уже почти 25 лет живем в новой России. За эти годы произошли большие изменения в государственной и общественной жизни… В каком направлении, насколько глубоко они коснулись Вас, Ваших близких и Вашего окружения, мы хотели бы выяснить с помощью Ваших ответов».

Отношение к содержанию своей профессиональной деятельности и ее значению для общества респонденты выразили дифференцированно, в зависимости от принадлежности к реальному поколению. Чем моложе респонденты, тем реже они были согласны с утверждением, что «работа есть обязанность перед обществом». Напротив, старшие поколения чаще соглашались с данным тезисом.

При ответе на вопрос «Какие обстоятельства определяют социальное положение и престиж человека в нашем обществе?» существенных различий между поколениями выявлено не было, в отличие от значимых межпоколенных различий в отношении к значению профессиональной деятельности для общества. Все респонденты на первое место поставили такие факторы карьерного успеха, как владение деньгами и материальными ценностями, обладание властью и связями с нужными людьми. Сопоставление результатов социологического опроса позволило сделать вывод, что система ценностных ориентаций старших поколений, соответствующая высшим социальным потребностям и отвечающая за отношение людей к жизненным целям и средствам их удовлетворения (высший уровень диспозиций личности), находится в противоречии с социально фиксированными установками (аттитюдами). У молодых поколений данное противоречие выражено гораздо слабее.

---

[1] Иванова Е.И. Межпоколенные социально-профессиональные перемещения в современной России / Ядовские чтения: перспективы социологии: Сборник научных докладов / Под ред. О. Б. Божкова и др. — СПб.: Эйдос, 2016. – С. 413–421.

[2] Шкаратан О.И., Ястребов Г.А. Социально-профессиональная структура населения России // Мир России. – 2007. – № 3. – С. 3–49.

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос: «Согласны ли Вы со следующим утверждением: «Работа есть обязанность перед обществом»»? (Жизненный мир, 2014, N=1750).

Table 1 – The answers on the question «Do you agree with the statement «Work is obligation to the community?»

	1990 и позже	1984–89	1974–83	1964–73	1954–63	1953 и ранее	Итого
Полностью согласны	24,6	27,0	28,8	39,0	39,6	53,6	36,3
Не совсем согласны	46,9	46,8	49,2	41,3	43,8	33,0	43,3
Не согласны	28,0	26,2	21,7	18,7	16,3	12,2	19,8
Затрудняюсь ответить	0,5	0,0	0,3	1,0	0,3	1,2	0,6
Итог	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Социально-профессиональные межпоколенные различия отражают динамизм, подвижность во времени среднего класса. В разные периоды группы занимали неодинаковое положение в обществе, различались по объёмам располагаемых ресурсов, социально-экономическим интересам и уровню активности в обществе. В известной мере сущность среднего класса в социальном пространстве по многим критериям определяется *«возможным» характером его* позиционирования[1]. Он становится «реальным» в процессе закрепления своих позиций, их воспроизводства в новом поколении в соответствии с жизненными целями и аттитюдами его представителей.

Несмотря на признание российского среднего класса как состоявшегося, тенденцию к росту его численности, представления о нем размыты в массовом сознании, отношение к нему в различных социальных группах неоднозначно. Преодолеть данное противоречие можно с помощью выявления образа среднего класса. Образ среднего класса выполняет роль идентификационной модели, благодаря которой лица, потенциально составляющие его, могут осознать себя его представителями. Он также влияет на характер позиционирования класса в процессе коммуникаций.

В настоящее время фокус представлений о российском среднем классе из области экономических параметров смещается в область социальных отношений. В категории «средний класс» содержится указание не столько на характеристику экономическую, сколько на характеристику той позиции, которую он занимает в системе социальных отношений общества"[2]. При этом отмечается противоречивость позиции среднего класса в социальной структуре общества. Становление его классового самосознания предполагает определение узнаваемого образа среднего класса в массовом сознании.

Одним из инструментов выявления образа среднего класса является метафора. В настоящее время метафора все чаще используется при анализе явлений в различных областях научного знания: в социологии, политологии, психологии. Исключительные возможности метафоры послужили причиной использования ее при определении социальной идентичности. Одним из направлений работы с метафорой является конструирование метафорических моделей реальности. Метафорический язык отражает особенности восприятия и осмысления человеком социального пространства и своей позиции в нем. Метафору используют в социо-

[1] Бурдье П. Социология политики. – М: Socio-Logos, 1994.

[2] Симонян Р.Х.Средний класс: социальный мираж или реальность? // Социологические исследования. –2009. –№1. – С. 55.

логическом анализе как средство для отражения самосознания населения на определенном этапе развития общества независимо от чьих-либо симпатий и антипатий к социальному объекту[1]. Метафора возникает не случайно. Она обусловлена социальным, историческим контекстом, общим культурным фоном жизнедеятельности человека, его личным опытом [2].

Метафора понимается как отражение в форме образов значимых аспектов социальной реальности и позиции человека в системе социальных отношений. Она используется как инструмент выявления наполненной субъективными смыслами картины мира, в соответствии с которой человек определяет себя и вступает в коммуникацию. Метафора социальной группы, и в частности метафора среднего класса, отражает особенности самоощущения себя как действующего социального субъекта, обнаруживает спектр социальных позиций, типичные условия и особенности деятельности. Метафорическая модель среднего класса, конструируемая на основе метафор, полученных у представителей среднего класса, позволяет обнаружить обобщенный образ группы, особенности ее самоидентификации.

Метафора оказывается наиболее адекватным способом отражения диспозиций, определяющих специфику современного среднего класса, особенно на этапе его консолидации в социально значимую страту российского общества. Научные и публицистические статьи о среднем классе изобилуют метафорами. Само понятие «средний класс» условно и метафорично по сути, поскольку характеристики той социальной группы, которую этим понятием обозначают, выходят далеко за рамки собственно серединного положения в обществе.

Анализ метафорической модели среднего класса, представленной в российской информационно-аналитической прессе, был проведен методом контент-анализа статей о среднем классе в ведущих федеральных изданиях за период с 2008 по 2013 год. Исследовались все статьи, в заголовках которых были слова «средний класс». Всего было отобрано для анализа 42 статьи о среднем классе.

Собранные в анализированных текстах газетных публикаций метафоры были разделены на два класса: метафоры, отражающие суть и динамику становления среднего класса; метафоры, отражающие отношение к среднему классу. В первой группе метафор высвечивается многогранная природа российского среднего класса. Затронута история становления социально-профессиональных групп среднего класса. «1993 год. Самодельные предприниматели начали *выходить из подполья*» [3]. По мере укрепления среднего класса его называют *миллионом пчелок, опорой государства. На его плечи ложится внедрение инноваций* [4]**.** Чаще всего указывается на то, что на средний класс *делают ставку.* При этом средний класс *«вынужден влачить ярмо»* [5]*.* В газетных публикациях сообщается о трудностях, с которыми приходится сталкиваться среднему классу «Рассказы предпринимателей – сплошной **«***плач Ярославны»*. Говорится об эмиграционных настроениях среднего класса. «*И*з страны снова *потек ручеек*»[6].

---

[1] См., например: Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург, 2003.

[2] Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago, 1980.

[3] Казаков Д., Шейкина Г. Пятнадцать лет борьбы. «Новые русские» превратились в средний класс // Аргументы и факты. – 2008. 7 мая.

[4] Пономарева А. Широкий класс // Московские новости. – 2012. – 17 февр.

[5] Бабич К. Стратегия 2020: Сегодня средний класс всего 27% россиян // Аргументы и факты. – 2012. 19 мар.; Гонтмахер Е., Григорьев Л., Малеева Т. Средний класс и российская модернизация // Время новостей. – 2008. 1 февр; Михайлова А. Революция «креативного класса» // Аргументы и факты. – 2012. 12 янв.; Терновская Т. Интеркомерцбанк поставил средний класс на конвейер // РБК DAILY. – 2013. 24 окт.; Богданова И. Самый средний – самый яркий //Аргументы недели. – 2013. 8 авг.

[6] Бовт Г. Сколько надо для счастья? Или зачем средний класс уезжает на «чужбину» // Аргументы и факты. 2009. 11 нояб.

В публикации о столичном среднем классе утверждается, что *«средний класс – это сердце Москвы, которое упорно и надежно качает по ее жилам кровь»*[1]**.** Проблематика, связанная с судьбой российского среднего класса, называется *сердцевиной* социально-экономических и политических реформ. В контексте обсуждения высокой пассионарности среднего класса указывается на то, что «в России *партитура среднего класса еще не сыграна до конца***.** Нам еще придется услышать его *очень эмоциональное политическое крещендо*» [2].

Вторая группа метафор отражает отношение к среднему классу. Говорится о том, как нужен стране средний класс. «*Появление среднего класса либеральные реформаторы ожидали с не меньшим энтузиазмом, чем древние славяне в пьесе А.Н. Островского «Снегурочка» выкликали весну»*[3]. Указывается на то, каким должно быть отношение к среднему классу. *«Выращивание среднего класса – то же самое, что и уход за садом»*[4]. Много говорится о жестких условиях, в которых приходится работать среднему классу. «*Мешает жить и работать бюрократическое иго*». Необходимо «*снять пудовые руки чиновников с плеч бизнеса… Резко ослабить узду на шее энергичных и сильных»*[5]. Подчеркивается недопустимость пренебрежительного отношения к среднему классу. «*Средний класс нельзя вырастить как картошку»*[6]. *«Средний класс у нас растет не благодаря помощи государства, а вопреки – как сорняк под забором»*[7].

Выбранные из газетных статей метафоры формируют противоречивый образ среднего класса. Высвечивается трудный путь среднего класса к благополучию, упорный труд, давление неблагоприятных социальных обстоятельств. Высокая социальная значимость среднего класса, социально-профессиональных групп, формирующих его, не согласуется с отношением к нему со стороны государства.

Метафоры среднего класса были также получены и в процессе проведения серии экспертных фокусированных интервью среди представителей ядра российского среднего класса. В качестве экспертов отбирались руководители, высококвалифицированные специалисты (профессионалы) и малые предприниматели в возрасте от 35 до 50 лет, проживающие в Москве, имеющие высшее образование и ежемесячный среднедушевой доход, превышающий региональный прожиточный минимум от 2 до 6 раз[8]. Все респонденты считали себя представителями российского среднего класса. Было проведено 36 экспертных фокусированных интервью, по 12 интервью у руководителей, профессионалов и предпринимателей. Данная выборка позволила провести глубинное интервью среди представителей ядра среднего класса.

Собранные метафоры, как правило, представляли собой описание возникшего образа. В некоторых метафорах, представляющих собой развернутые характеристики, вычленялись их отдельные элементы, если они содержали самостоятельные смысловые единицы. Близкие по смыслу метафоры были объединены в группы. Получилось 5 групп метафор. Отдельные метафоры (их элементы) были представлены в разных группах, если в них присутствовало более одной смысловой единицы. Названия каждой группы метафор представляют собой ос-

[1] Мошкин М. Среднеклассовая борьба // Время Новостей. – 2008. 25 апр.
[2] Богданова И. Самый средний – самый яркий //Аргументы недели. – 2013. 8 авг.
[3] Там же.
[4] Мошкин М. Среднеклассовая борьба // Время Новостей. – 2008. 25 апр.
[5] Радзиховский Л. Средний класс в бурю // Российская газета. – 2008. 18 нояб.
[6] Васильева К., Холявко Е. Потерянные миллионы. Интересы среднего класса в России защищают все и никто // Новые известия. – 2008. 5 авг.
[7] Костиков В. Выживет ли в России средний класс? // Аргументы и факты. 2006. 8 июня.
[8] Тихонова Н.Е., Давыдова Н.М., Попова И.П. Индекс уровня жизни и модель стратификации российского общества // СОЦИС. – 2004. – № 6. – С. 120–129.

новные характеристики образа среднего класса, или его метафорическую модель. Ее базовыми характеристиками являются особенности самоощущений, система отношений к себе, к миру, к собственной деятельности и специфика поведения в конкретных социальных обстоятельствах. Отношения представлены в форме эмоционально окрашенных образов, наделенных смысловым содержанием.

Таблица 2 – Компоненты образа и метафоры среднего класса
Table 2 – Components of image and metaphors of the middle class

Компоненты образа среднего класса	Метафоры среднего класса
Характеристики социального субъекта	Сапсан; Сильная птица; Конь - Пегас; Мощный локомотив; Солнце; Герой; Козырь; Собака, породистая, элитная; Золотая антилопа; Жар-птица; Золотая рыбка; Белоснежка; Овца
Нравственная позиция	Соль земли. Доброе сердце. Породистая собака. Женщина с умными добрыми глазами. Алеша Попович с картины Васнецова
Деятельность	Пчелки работящие. Белка в колесе. Лошадка, которая идет по полю с плугом и тяжело-тяжело тянет. Бобры, дело свое знают
Восприятие своего социального положения	Флаг. Солнце. Серые мышки незаметные
Особенности поведения в конкретных социальных обстоятельствах	Сильная птица, которую крепко держат и не дают взлететь. Сапсан на короткой дистанции. Мощный локомотив неповоротливый, который если поедет, то его не остановишь. Прерванный полет. Куколкой была, а бабочкой не стала. Герой нашего времени в шапке-невидимке. Одинокая, бродячая собака, породистая, элитная, но не так хорошо живет. Пожилая женщина с умными добрыми глазами и протянутой рукой. Пустой невод. Козырь в чужой игре. Овца, которую стригут и доят. Журавлиный клин в осеннем небе

Как видно из табл. 2, в собранных метафорах существовал субъект действия, представленный в определенных обстоятельствах. Первую группу метафор мы обозначили как характеристики социального субъекта. В этой группе метафор представлены особенности самоощущений представителей российского среднего класса. Можно отметить высокий ресурсный потенциал и позитивную самооценку: «сапсан», «мощный локомотив», «конь». Позиция среднего класса, как главного налогоплательщика, который «платит за все», отразилась в ярких образах Жар-птицы, Золотой антилопы. В изначальной версии сильные характеристики были предъявлены в контексте ограничений их возможностей, сдерживающих движение и развитие.

Вторая группа метафор включает в себя нравственные аспекты отношений. Нравственная позиция отражает архетипические характеристики: соль земли, доброе сердце, былинный богатырь. Нравственный аспект образа российского среднего класса отражает глубинные диспозиции российского этноса, которые воспроизводятся во все времена независимо от конкретных социальных обстоятельств.

В третьей группе метафор представлены особенности социально-профессиональной деятельности, трудолюбие и работоспособность. Отличительной чертой среднего класса являет-

ся благополучие, достигнутое собственным трудом. Установка на добросовестный труд проявилась в метафорах и отражает ключевую характеристику образа среднего класса.

В четвертой группе метафор представлены характеристики восприятия своего социального положения. В этой группе наименьшее число метафор, и они достаточно противоречивы: «флаг», «серые мышки незаметные». В данном вопросе проявились серьезные расхождения между должным и ожидаемым положением среднего класса в социальной структуре современного российского общества и представлениями о его реальном положении в сознании людей.

В пятой группе метафор отражены особенности поведения в конкретных социальных обстоятельствах. Судя по количеству метафор, доминирующая тема в самоощущении представителей среднего класса – это нереализованность возможностей, отстраненность. Аналогичная проблема отчетливо прозвучала в социологическом исследовании, проведенном в мае 2014 года Институтом социологии РАН[1]. Фактически интеллектуальные ресурсы, человеческий капитал наиболее образованной части российского среднего класса превосходят возможности российской экономики и оказываются в значительной степени невостребованными. Это не может не сказаться на социальном самочувствии и самоощущении представителей среднего класса.

Наряду с выделенными в таблице характеристиками образа среднего класса в полученной группе метафор можно усмотреть и некоторые дополнительные особенности. В исследуемом образе российского среднего класса проявилось его женское лицо ("Бабье царство", "Белоснежка и гномы"), что также согласуется с данными социологических исследований (см. выше). В метафорах среднего класса персональные образы доминируют над коллективными. Просматривается несколько виктимный элемент образа среднего класса.

Выявленные характеристики в целом согласуются с данными социологических исследований, полученных с помощью других методик, но результаты исследования метафорической модели более рельефно отражают обобщенный образ российского среднего класса. Современный российский средний класс, уже имеющий устоявшуюся структуру, в то же время продолжает оставаться развивающейся социальной группой, чутко реагирующей на социальные изменения.

Библиография/References:

1. Бурдье П. Социология политики. – М: Socio-Logos, 1994. – 336 с.
2. Горшков М.К. Средний класс как отражение экономической и социокультурной модели современного развития России // СОЦИС. – 2015. – №1. – С. 35–44.
3. Иванова Е.И. Межпоколенные социально-профессиональные перемещения в современной России / Ядовские чтения: перспективы социологии: Сборник научных докладов / Под ред. О. Б. Божкова и др. – СПб.: Эйдос, 2016. – С. 413–421.
4. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. – М., 2014. – 384 с.
5. Малева Т.М., Бурдяк А.Я., Тындик А.О. Средние классы на различных этапах жизненного пути // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2015. – № 3 (27). – С. 109–138.
6. Симонян Р.Х. Средний класс: социальный мираж или реальность? // СОЦИС. – 2009. – №1. – С. 55–61.

[1] Средний класс в современной России: 10 лет спустя. - Аналитический доклад. Институт социологии РАН. – М., 2014. – 215 с.; Горшков М.К. Средний класс как отражение экономической и социокультурной модели современного развития России// СОЦИС. – 2015. – №1. С. 35–44.

7. Средний класс в современной России: 10 лет спустя. Аналитический доклад. – М.: Институт социологии РАН, 2014. – 215 с.
8. Тихонова Н.Е., Давыдова Н.М., Попова И.П. Индекс уровня жизни и модель стратификации российского общества // СОЦИС. – 2004. – № 6. – С. 120–129.
9. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. – Екатеринбург, 2003. – 248 с.
10. Шкаратан О.И., Ястребов Г.А. Социально-профессиональная структура населения России // Мир России. – 2007. – № 3. – С. 3–49.
11. Ядов В.А. Современная теоретическая социология. – СПб.: Социополис, 2009. – 138 с.
12. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago, 1980.

1. Burd'e, P. (1994) Sotsiologiia politiki [Sociology of politics]. – M: Socio-Logos. – 336 p. (In Russ.)
2. Gorshkov, M.K. (2015) Srednii klass kak otrazhenie ekonomicheskoi i sotsiokul'turnoi modeli sovremennogo razvitiia Rossii [The middle class as a reflection of the economic and socio-cultural model of Russia's modern development] // SOTsIS [Sociological Studies]. –№1. –P.35–44. (In Russ.)
3. Ivanova, E.I. (2016) Mezhpokolennye sotsial'no-professional'nye peremeshcheniia v sovremennoi Rossii [Intergenerational social and professional movements in modern Russia] / Iadovskie chteniia: perspektivy sotsiologii: Sbornik nauchnykh dokladov / Pod red. O. B. Bozhkova i dr. – SPb.: Eidos. – P. 413–421. (In Russ.)
4. Latur, B. (2014) Peresborka sotsial'nogo: vvedenie v aktorno-setevuiu teoriiu [Re-assembly of the social: an introduction to the actor-network theory]. – M. – 384 p. (In Russ.)
5. Maleva, T.M., Burdiak, A.Ia., Tyndik, A.O. (2015) Srednie klassy na razlichnykh etapakh zhiznennogo puti [The middle classes at different stages of the life path] // Zhurnal Novoi ekonomicheskoi assotsiatsii [The Journal of the New Economic Association]. – №3(27). – P.109–138. (In Russ.)
6. Simonian, R.Kh. (2009) Srednii klass: sotsial'nyi mirazh ili real'nost'? [Middle class: social mirage or reality?] // SOTsIS [Sociological Studies]. – №1. – P. 55–61. (In Russ.)
7. Srednii klass v sovremennoi Rossii: 10 let spustia. Analiticheskii doklad [The middle class in modern Russia: 10 years later. Analytical report]. – M.:Institut sotsiologii RAN, 2014.– 215 p. (In Russ.)
8. Tikhonova, N.E., Davydova, N.M., Popova, I.P. (2004) Indeks urovnia zhizni i model' stratifikatsii rossiiskogo obshchestva [The index of living standards and the model of stratification of Russian society] // SOTsIS [Sociological Studies]. – № 6. – P. 120–129. (In Russ.)
9. Chudinov, A.P. (2003) Metaforicheskaia mozaika v sovremennoi politicheskoi kommunikatsii [Metaphorical mosaic in modern political communication]. – Ekaterinburg. – 248 p. (In Russ.)
10. Shkaratan, O.I., Iastrebov, G.A. (2007) Sotsial'no-professional'naia struktura naseleniia Rossii [Socio-professional structure of the population of Russia] // Mir Rossii [World of Russia]. –№3. –P.3–49. (In Russ.)
11. Iadov, V.A. (2009) Sovremennaia teoreticheskaia sotsiologiia [Contemporary theoretical sociology]. – SPb.: Sotsiopolis. – 138 p. (In Russ.)