

СОВРЕМЕННОЕ РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

УДК 316.343.654

СРЕДНИЙ КЛАСС: КРИТЕРИАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ¹

© Светлана Анатольевна ИЛЬИНЫХ

Новосибирский государственный университет экономики
и управления, г. Новосибирск, Российская Федерация,
доктор социологических наук, профессор кафедры социальных
коммуникаций и социологии управления, e-mail: ili.sa@mail.ru

Обосновано, что понятие «средний класс» не имеет четкого и однозначного определения. Исследователи выделяют ряд критериальных показателей, в соответствии с которыми идентифицируют представителей среднего класса. Критериальные показатели различаются в зависимости от социологического подхода, но в целом сводятся к четырем: уровень образования, профессиональный престиж, уровень благосостояния и самоидентификация. Показано, что в экономических исследованиях преобладает монетарный подход, в социологических – социально-профессиональный и самоидентификационный подходы. Доказано, что на основании критериальных показателей выделяется «ядро» и «периферия» среднего класса. Приводятся иллюстрационные примеры, описывающие характеристики представителей «ядра» и «периферии» среднего класса, выявленные в исследовании Института социологии РАН. Приводятся результаты эмпирического исследования критериальных показателей представителей среднего класса. На основании таких критериальных показателей, как образование, доход, профессиональный статус проведено исследование представителей городского среднего класса в г. Новосибирск. Приводятся результаты эмпирического исследования, при этом осуществляется сравнение по некоторым показателям с результатами других крупномасштабных исследований.

Ключевые слова: средний класс; критериальные показатели; стратегии поведения; доход; профессиональный статус.

Средний класс: определение понятия через критериальные признаки

История российских социально-экономических реформ уже перешагнула двадцатипятилетний рубеж. За этот период были осуществлены крупнейшие преобразования, изменившие всю архитектуру российской экономики и российского общества. Однако вновь и вновь задаются вопросы о том, каковы результаты реформ, что принципиально нового мы имеем и т. д.

К числу наиболее дискуссионных тем относится и проблема определения среднего класса в современной России [1]. Это неудивительно. Факт формирования среднего класса можно было бы рассматривать в качестве важного свидетельства и даже критерия эффективности реформ, говорящего о проч-

ности всей системы экономических, социальных и политических институтов. И наоборот, отсутствие среднего класса можно было бы воспринимать как символ неудачи социально-экономических преобразований. Именно в силу политического характера проблема среднего класса окутана густой пеленой предрассудков и мифов.

До сих пор предпринимаются попытки опровергнуть факт существования среднего класса в России. Есть и желание найти в российских реалиях социальные группы, которые были бы похожи на западноевропейский или американский средний класс. Продолжающаяся в академических кругах теоретическая дискуссия о сущности среднего класса в трансформирующемся обществе не в состоянии дать ответа на вопрос о том, насколько успешно происходит (и происходит ли вообще) формирование среднего класса в современной России. Именно поэтому с по-

¹ Данное научное исследование подготовлено при финансовой поддержке гранта НГУЭУ (соглашение 08/2015).

зиции социологии главное слово – за эмпирическими исследованиями.

В 2000 г. под руководством Т.М. Малевой было проведено исследование «Средний класс в России: экономические и социальные стратегии» [2]. Оно основано на эмпирических оценках, которые были получены в ходе масштабного репрезентативного социологического опроса четырех тысяч российских домохозяйств, представляющих двенадцать регионов России.

Стоит отметить, что это была одна из наиболее серьезных и глубоких работ по изучению среднего класса. Стоит сказать, что до того вопрос о роли среднего класса представлялся не слишком актуальным. Наблюдаемое падение ВВП на 43 % в 1990-е гг. и массовая эмиграция интеллигенции не позволяли серьезно обсуждать эту тему.

Большинство аналитиков и критиков либо считали средний класс в России несуществующим, либо средства массовой информации сводили его к слоям с достатком выше некоторого уровня. Безусловно, для анализа среднего класса как сложного социального явления недостаточно только экономических инструментов. Поскольку важно оценить также образ его жизни, включая характер потребления, особенности политического поведения и т. д. Исследователи-социологи говорят также о том, что мало изучены и вопросы социального «рекрутинга» нового среднего класса (классов) из социальных групп советского общества [3, с. 6]. Отчасти это связано с характером приватизации, в которой потенциальный средний класс остался без ресурсов своей имущественной и финансовой независимости.

Однако тема формирования среднего класса становится вполне актуальной, что отражено в Концепции долгосрочного развития России на период до 2020 г. Этот документ ставит задачу повышения доли среднего класса в обществе до 50 %, причем именно через предпринимательство.

Почему же тема среднего класса столь актуальна?

Вероятно, причина – в особой роли собственно среднего класса. Эта роль связана с реализацией долгосрочных стратегий развития России. Для осуществления самых амбициозных планов необходима та сила, та социальная группа, которая реально сможет

оценить, воспринять и осуществить инновации, вводимые в экономическую, социальную и т. д. сферы жизни общества. Как считает Т.М. Малева, если для старта социально-экономической модернизации принципиальное значение имеет коалиция экономических и политических элит, то успех в достижении этих целей зависит от социальной базы модернизации [4, с. 8].

Эту роль как раз и способен выполнить массовый средний класс. Для того чтобы разобраться в этом, рассмотрим некоторые определения. Разные исследователи вкладывают различный смысл и пользуются различными определениями понятия «средний класс». Важно обратить внимание, что сам феномен многогранен, противоречив и сложен, именно поэтому столь же разнообразны и его определения. Несмотря на справедливое замечание В.В. Радаева о том, что средний класс – и не средний, и не класс в принятом смысле слова [5], все же его нельзя игнорировать.

Стоит сказать, что выделяют монетарный, социально-профессиональный, самоидентификационный и некоторые другие подходы. Скорее всего, они равнозначны. В экономических исследованиях преобладает *монетарный подход*, согласно которому делаются попытки дать определение среднего класса в терминах денежных доходов или в лучшем случае и крайне редко – в терминах материальных активов [4, с. 13-14].

Социологическая школа выдвигает два подхода. В рамках первого средним классом называются люди с относительно высоким уровнем образования и должностным положением. Это поиски *социально-профессионального среднего класса*.

Вторая школа в качестве стратификационного использует критерий самоощущений, т. н. *социальную самоидентификацию*.

В соответствии с тем или иным из вышеназванных критериев существуют: «экономический» средний класс, «социально-профессиональный» средний класс, «субъективный» средний класс. Они пересекаются, но не совпадают.

В эволюционно развивавшихся рыночных обществах такой проблемы либо не существует, либо она не имеет подобной остроты. Все перечисленные критерии обладают высокой консистентностью: люди с высшим

образованием обладают высокой конкурентоспособностью на рынке труда и в других экономических сферах, имеют относительно высокий доход (неважно – трудовой или предпринимательский) и, как результат, высоко оценивают свой статус в обществе. В конечном итоге все сходится на одних и тех же социальных группах, и столь сложная методологическая задача, как та, которая стоит перед нами, решается относительно легко. Не случайно, что преобладающим подходом в современных западных исследованиях является доходная стратификация, построенная на вычлениии различных групп населения по уровню материальных активов [6–10].

Проект Института социологии РАН называет «средним классом» группу, выделенную по критерию самоидентификации с данным термином, и использует традиционные доходно-имущественный и квалификационно-должностной критерии лишь как дополнительные [11]. Эмпирическая база проекта формировалась в 1999, 2003, 2006 гг., в каждом случае опрашивались только представители «среднего класса».

Исследование О.И. Шкаратана и его коллег трактует средний класс как одну из групп в условиях этакратического общественного устройства [12]. В нем предполагается изучение профессиональных агрегатов в составе среднего класса, в т. ч. с учетом их функциональности либо дисфункциональности, а также выделение «реальных» социальных групп с использованием агрегирующих методов анализа данных (кластерный анализ). Проект опирается на собственную эмпирическую базу 1994, 2002, 2006 гг. Это общероссийские представительные опросы экономически активного населения с выборками не более 3000 человек.

Более позднее исследование среднего класса провел Институт социологии РАН [13]. Ученые причисляли респондентов к среднему классу по четырем критериям. Уровень образования – наличие как минимум среднего специального, уровень благосостояния – доход не ниже средних цифр для данного поселения, количество товаров длительного пользования – не меньше, чем у населения в целом, профессиональный статус. Особенно важной была «самоидентификация», когда свой статус в обществе человек оценивает не ниже, чем на четверку по

10-балльной шкале, а накопленный им «человеческий капитал» (опыт, связи, средства, возможности и пр.) приносит доход, позволяет найти работу, обеспечить семью, быть здоровым и радоваться жизни.

Итак, подводя промежуточный итог, стоит сказать, что главная роль среднего класса в том, что он является оплотом стабильности российского общества. Эта роль среднего класса обусловлена следующим.

Средний класс – это наиболее производительная, образованная и эффективная рабочая сила, концентрирующая человеческий и социальный капитал нации.

Средний класс – класс, обладающий собственностью и заинтересованный в стабильности экономических, финансовых и социальных институтов, в т. ч. институтов, регулирующих отношения собственности.

Серединное положение среднего класса в системе социальных отношений предопределяет его важнейшую роль в стабилизации общей социальной структуры и обеспечивает связь между различными социальными группами любого общества.

Средний класс – активный экономический субъект потребительского рынка, и от его активности зависит состояние и перспективы развития этого рынка.

Средний класс – проводник инновационных форм экономического, потребительского и финансового поведения, он первый осваивает передовые практики и транслирует их всему обществу.

Средний класс – основной налогоплательщик и, тем самым, со-инвестор социальной сферы [4, с. 9].

Важно держать в поле зрения и то, что средний класс определяется не только доходами и потреблением, но и трудовым способом получения доходов, характером деятельности, устойчивостью, образованием, которые формируют самоуважение и внутреннюю независимость.

От определения понятия «средний класс» перейдем к вопросу о критериях идентификации представителей этого класса. Как указывает Т.М. Малева, средний класс не может быть описан одним интегральным критерияльным признаком. Средний класс – это социальная совокупность, характеризующаяся цепочкой признаков, к которым относятся:

– материальные ресурсные признаки: уровень доходов, объем накопленных сбережений; уровень имущественной обеспеченности;

– нематериальные ресурсные признаки: уровень образования, профессионально-квалификационная позиция, должностная позиция;

– признаки социального самочувствия (самоидентификация): стратегии успешного экономического поведения; самооценки успешности адаптации к новым экономическим условиям; самооценки комфортности нынешней жизни и др. [1].

Для построения интегрального критерия материальной обеспеченности исследователи используют следующие показатели: 1) текущие денежные доходы; 2) накопленные сбережения; 3) накопленное движимое имущество; 4) наличие сельскохозяйственных животных; 5) имеющееся в распоряжении домохозяйства накопленное недвижимое имущество; 6) имеющиеся в распоряжении домохозяйства земельные паи, пастбищные и сенокосные угодья.

Показательно, что при таком подходе стиль жизни исключен из состава признаков среднего класса. С нашей точки зрения, это не вполне обосновано. Хотя Т.М. Малева обосновывает свой выбор тем, что у любого из критериальных признаков есть две функции – объединяющая и разграничительная. Первая позволяет выявить относительную однородность внутри исследуемой группы, вторая – провести водораздел между этой группой и ее окружением.

В силу больших материальных ресурсов, сконцентрированных у среднего класса, логично предположить, что эта социальная группа отличается по потребительской активности от остальных. Т.М. Малева полагает, что совершенно неочевидно, существует ли сколько-нибудь единый вектор в потреблении и тем более в стиле жизни для всего среднего класса. Рассматриваемая социальная группа внутренне неоднородна, и точно так же неоднородны потребительские предпочтения и практики входящих в ее состав индивидов.

Т.М. Малева рассуждает о неоднородности среднего класса следующим образом: «...Мы предполагаем, что среднего класса как единого целого попросту не существует –

ни с точки зрения сходства социально-экономических позиций (профессии или стиля жизни), ни с точки зрения общего мировоззрения, ни с точки зрения единообразного поведения (например, голосования за определенный политический блок). Вдобавок все эти точки зрения уведут нас в разные стороны. Отдельные параметры средних слоев, конечно, могут и должны пересекаться, но надежды на получение единой стройной картины в принципе нет. Во всяком случае, еще никому не удалось обосновать ее в достаточной мере – эмпирически, с цифрами в руках. Увы, средний класс не вписывается в одну универсальную схему и со строго стратификационных позиций оказывается фикцией, некоей сверхклассовой конструкцией...» [2, с. 15-16]. Этот вывод ученых крайне важен, поскольку позволяет рассматривать средний класс не как некую монолитную страту, а как слой, имеющий «ядро» и «периферию». Представим некоторые их характеристики.

В исследовании, проведенном Институтом социологии РАН, было выявлено, что три четверти людей, входящих в «ядро» среднего класса, потратили на формирование своего «человеческого капитала» (образование, переподготовку и т. п.) 15 лет и более [13]. Больше половины отдали этой цели свыше 16 лет. «Периферия» среднего класса СК состоит сейчас в основном из работников со средним специальным образованием, на что тратится 12–14 лет учебы. Социологи отмечают, что в настоящее время наличие высшего образования стало более ощутимо влиять на жизненные шансы обладателей диплома.

Интересно, что владение компьютером и умение использовать информационные технологии в работе выступают в качестве «водораздела»: в «ядре» среднего класса ежедневно пользуются компьютером 67 %, на «периферии» – 35 %, среди «кандидатов в средний класс» – 37 %. Работа остального населения в 84 % случаев не требует компьютерной грамотности и таких навыков не предполагает. Аналогичная картина наблюдается и в отношении Интернета. Больше половины представителей «ядра» среднего класса пользуется Интернетом каждый день, так же поступает каждый пятый представитель «периферии» среднего класса. Среди

прочих россиян ежедневно обращается к Интернету 5–6 %.

Средний класс знает иностранный язык. Если 8 % представителей «ядра» среднего класса использует его ежедневно, 19 % – иногда, то подавляющее большинство россиян не только не используют, но и не нуждаются в этом вообще.

Безусловно, и «ядро» и «периферия» могут быть детально описаны в аспекте их критериальных признаков. Но ввиду ограничения рамками статьи укажем, что важно также изучение стратегий поведения представителей среднего класса. Для описания российского среднего класса важно рассмотреть также некоторые стратегии: поведение на рынке труда, финансовое поведение, стиль жизни и др. Эти стратегии имеют некоторое отличие от таковых же в других стратах. Все это и обуславливает необходимость эмпирической проверки стратегий поведения среднего класса.

Средний класс: эмпирическое измерение стратегий поведения

Беря за основу такие критериальные признаки, как образование, доход, профессиональный статус, автором было проведено исследование представителей городского среднего класса в 2015 г. в г. Новосибирске. В исследовании методом анкетирования были опрошены 276 мужчин и 395 женщин. Для того чтобы вкратце представить опрашиваемых респондентов, опишем результаты нескольких вопросов.

Наиболее показательным является вопрос «*К какому социальному классу Вы себя относите?*», поскольку позволяет увидеть субъективную оценку респондентами своего статуса. Оказалось, что 7,2 % мужчин и 1,8 % женщин относят себя к наиболее обеспеченному классу. 21,4 % мужчин и 8,1 % женщин – к верхней части среднего класса, 41,7 % мужчин и 58 % женщин – к среднему среднему классу, 24,3 % мужчин и 22,8 % женщин – к нижней части среднего класса. Иными словами, большая часть опрошенных относит себя к среднему среднему классу.

Эти данные отчасти подтверждают результаты исследования вопроса о жилье. Большая часть респондентов проживает в собственном жилье самого разного уровня. Так, 60,9 % мужчин и 58,2 % женщин проживают в собственной квартире, 5,4 % муж-

чин и 11,9 % женщин – в своем частном доме, 8 % мужчин и 3 % женщин – в своем коттедже, 1,4 % мужчин и 1 % женщин – в комнате коммунальной квартиры, 3,3 % мужчин и 6,3 % женщин – в «ипотечной» квартире.

В рамках изучения темы интересен вопрос о том, какова площадь основного жилья респондентов, которая приходится на одного человека. Оказалось, что 10–19 кв. м основного жилья на одного человека имеют 31,5 % мужчин и 43 % женщин. 20–29 кв. м – 31,2 % мужчин и 32,9 % женщин; 30–39 кв. м – 11,6 % мужчин и 8,6 % женщин; 40–49 кв. м – 11,2 % мужчин и 3,3 % женщин. Крайние варианты: менее 10 кв. м у 6,2 % мужчин и 5,8 % женщин; более 50 кв. м – 8 % мужчин и 5,1 % женщин.

Итак, представленные результаты позволяют в некоторой степени увидеть «портрет» представителей среднего класса в демографическом разрезе.

Стоит сказать, что, как уже было указано, исследовались и критериальные показатели, и стратегии поведения представителей среднего класса. Укажем, что в рамках статьи представим такие критериальные признаки, как профессиональный статус и доход.

Профессиональный аспект опишем с помощью таких показателей, как должностной статус, отношение к работе. Большинство из опрошенных респондентов работают по найму постоянно (мужчины – 52,5 %, женщины – 60,3 %). Свой бизнес имеют 22,1 % мужчин и 5,8 % женщин. Как видим, женщины почти в 4 раза меньше становятся обладателями собственного бизнеса по сравнению с мужчинами.

Чаще всего бизнес представлен организациями малого бизнеса, т. к. в основном численность работающих в подчинении преимущественно до 10 человек (мужчины – 26,7 %, женщины – 7,3 %). У 13,3 % мужчин и 7,9 % женщин подчиненных от 10 до 30 человек.

На вопрос «*Какую должность по основному месту работы Вы занимаете?*» мы получили следующее распределение: топ-менеджер, руководитель компании, бенефициар (мужчины – 13,1 %, женщины – 4,3 %), руководитель крупного подразделения (мужчины – 8,3 %, женщины – 1,5 %), руководитель среднего уровня (мужчины – 15,6 %, женщины – 8,9 %), руководитель низшего

звена (по 9,1 % в каждой группе), ведущий специалист (мужчины – 17 %, женщины – 18,7 %), служащий, специалист (мужчины – 23,9 %, женщины – 33,2 %), предприниматель (мужчины – 9,8 %, женщины – 6,3 %), самозанятый (мужчины – 0,4 %, женщины – 1 %). Полученные данные позволяют увидеть, что женщины в 4 раза реже являются топ-менеджерами и почти в 6 раз реже руководителями крупного подразделения. При этом как ведущие специалисты и служащие они даже опережают по численности мужчин. Эти данные подтверждают общие гендерные тенденции, выявленные исследователями на рынке труда.

Средний класс, с нашей точки зрения, может иметь специфическое *отношение к работе*. Поясним вывод. Если для представителей низшего класса работа является преимущественно источником средств существования, то для среднего класса работа имеет и инструментальную, и терминальную ценность. Инструментальная ценность работы в том, что она является собой источник средств. Терминальная ценность работы проявляется в возможности самореализации. В нашем исследовании оказалось, что для респондентов работа воспринимается также и с точки зрения получения новых связей и возможностей, что отражает ее инструментальную значимость.

Так, распределение ответов на вопрос «*Укажите, пожалуйста, какое значение для Вас имеет работа?*» показывает, что существенно выделяются три главных характеристики работы: как источник финансового благополучия (мужчины – 81,5 %, женщины – 70,6 %), как средство самореализации (мужчины – 41,7 %, женщины – 45,6 %), как возможность приобретения новых возможностей и связей (мужчины – 35,9 %, женщины – 27,3 %). Хотя и несущественно, но все же доля мужчин выше при оценке работы с точки зрения финансовой независимости и новых связей, а доля женщин выше при подходе к работе как средству самореализации. Для примерно пятой части опрошенных работа связана с социальным статусом (18,8 и 18,2 % соответственно). Еще для меньшей доли опрошенных работа оценивается с точки зрения общественного одобрения и признания (14,1 и 13,3 % соответственно). От-

дельные респонденты указывают, что их работа – это то, что им интересно и нравится.

Стоит сказать, что в исследовании, проведенном под руководством Н.Е. Тихоновой, представители среднего класса не высказывались о том, что не хотели бы работать, тогда как эти мнения были у представителей других классов [11, с. 22]. В нашем же исследовании 6,2 % мужчин и 8,4 % женщин при возможности вообще бы не работали, т. к. работа оценивается как неприятная обязанность. С нашей точки зрения, эти респонденты относятся, скорее всего, к периферии среднего класса. Интересно, что женщин чуть больше, чем мужчин. Вероятно, это объясняется все той же тройной ношей для женщин: дом (в его хозяйственно-бытовых проблемах) – работа – дети (если шире, то семья и все соответствующие обязанности).

Хотелось бы привести также результаты исследования Т.М. Малевой в отношении изучаемого вопроса, поскольку они дополняют представление о среднем классе в аспекте работы. Результаты ее исследования вносят сомнения в справедливость тезиса о «*трудоголизме*» представителей среднего класса. И хотя трудовые нагрузки у них несколько выше, чем в других социальных стратах, все же оснований для диагноза «сверхзанятость» нет, как полагает Т.М. Малева [1]. По базовой выборке средняя загруженность работников, относящихся к обобщенному среднему классу, составляет 44,3 часа в неделю, что ненамного превышает среднюю загруженность по выборке (43,4 часа) или загруженность работников, не относящихся к среднему классу (43,1 часа).

Следующий *критериальный признак* – **доход**. Оказалось, что у 43,1 % мужчин и 62,3 % женщин ежемесячный доход на одного члена составляет до 30 тыс. руб. Около трети опрошенных имеют доход от 30 тыс. до 50 тыс. руб. (32,2 % и 27,1 % соответственно). Доход от 50 тыс. до 70 тыс. руб. имеют 14,9 % мужчин и 7,3 % женщин. Очевидно, что доля женщин уменьшилась почти вдвое. Почти в семь раз меньше опрошенных женщин, имеющих доход от 70 тыс. до 90 тыс. руб., по сравнению с мужчинами (6,9 и 0,8 % соответственно). И практически отсутствуют женщины, имеющие доход от 90 тыс. руб. и выше, у мужчин таковых представителей 4 %. Вероятно, косвенно это мо-

жет быть свидетельством проявления гендерных аспектов [14]. Исследователи указывают на более низкий уровень зарплат женщин в целом, вне зависимости от принадлежности к классу [15; 16].

Возможности улучшения материального положения. С нашей точки зрения, можно выделить активные и пассивные способы улучшения своего положения в материальном плане. К числу активных способов можно отнести любую возможность дополнительных заработков, в т. ч. и работу по совместительству. К пассивным – сдача в наем любых предметов и недвижимости, проценты от вложенных денежных средств.

Согласно полученным данным, мужчины пользуются чаще более активными способами. Так, используют любую возможность заработков 31,2 % и работают по совместительству 27,9 %. Пассивными способами пользуется десятая часть опрошенных: по 11,6 % сдают в наем и используют проценты от вкладов. При этом 18,8 % не имеют возможности улучшить свое материальное положение в принципе и 18,1 % ничего не делают, т. к. в этом нет необходимости.

У женщин мы имеем совершенно другую картину: 32,7 % не имеют возможности в принципе, примерно пятая часть ничего не делает ввиду отсутствия такой необходимости (20,3 %). Еще одна пятая часть пользуются любыми дополнительными заработками и 16,5 % работают по совместительству. Пассивными способами пользуются примерно десятая часть опрошенных (9,1 %).

Итак, примерно пятая часть женщин использует активные способы, третья часть не может предпринять какие-либо меры. У мужчин третья часть активна в поиске новых способов улучшения материального благосостояния.

Если примерно равная доля опрошенных мужчин и женщин ничего не предпринимает из-за отсутствия необходимости, то вдвое больше женщин не имеет возможности что-либо сделать.

Но для полноты картины среднего класса хотелось бы дополнить эти результаты данными, полученными в исследовании Т.М. Малевой, поскольку в нем исследовались и другие классы-страты. В указанном исследовании выявлено, что для работников, относящихся к среднему классу, более ха-

рактерна стратегия, связанная с *множественной занятостью*, т. е. с наличием второй работы и приработков. Эти работники демонстрируют не только большую работоспособность, но и большую конкурентоспособность на рынке труда, коль скоро на предложение их труда откликаются сразу несколько работодателей. В среднем классе дополнительные заработки имели почти четверть занятых (24,2 %), в то время как в прочих группах – лишь 14,6 % [1]. Как видим, в нашем исследовании доля имеющих дополнительную занятость увеличилась.

Что касается *способов распоряжения свободными деньгами*, то они отличаются в двух группах респондентов, хотя и не принципиально. Так, мужчины предпочитают вложить в недвижимость (31,9 %), в банковские депозиты (29,3 %), приобрести технические новинки и оплатить отдых за границей (по 29 %), обновить имеющееся имущество (купить автомобиль и т. д.) (25,4 %). Женщины стремятся оплатить отдых за границей (29,1 %), оставить в неприкосновенности (27,1 %), вложить в банковские депозиты (26,6 %), приобрести технические новинки и оплатить лечение (по 25,8 %).

Интересно, что россияне минимально нацелены инвестировать свои свободные средства в ценные бумаги (акции, облигации и т. д.). Таковых всего 6,5 % мужчин и 2,5 % женщин. Иными словами, практика работы с ценными бумагами практически минимальна, что, вероятно, свидетельствует об осторожном отношении к такому виду деятельности в целом.

Обращает на себя внимание и то, что мужчины чаще готовы вкладывать деньги в некоторые сферы. Так, почти вдвое в недвижимость по сравнению с женщинами (31,9 и 18,5 % соответственно) и втрое в свой бизнес (26,1 и 9,1 % соответственно).

Однако женщины гораздо чаще ориентированы на то, чтобы оставить свободные средства в неприкосновенности (18,5 и 27,1 % соответственно), оплатить за лечение (12,3 и 25,8 %) и образование (14,9 и 24,6 %) либо приобрести мебель (13 и 19,7 %).

Таким образом, можно говорить о разных практиках распоряжения свободными деньгами. У мужчин – это более рискованные и высокодоходные, а у женщин – менее рискованные, но более практичные способы

(лечение, образование, приобретение мебели). Это, вероятно, связано с такой особенностью, как обладание тем или иным типом маскулинности и фемининности [17].

Подведем итоги. Проблематика среднего класса остается весьма актуальной и потому требует дальнейшего глубокого анализа. На основании приведенных данных можно говорить о том, что сам феномен «среднего класса» не имеет четкого определения. Вместе с тем исследователи пытаются вычленить его критериальные признаки и эмпирически исследовать стратегии поведения. Сложная структура среднего класса, профессиональная карьера, стиль жизни и т. д. – все эти вопросы нуждаются в дальнейшем серьезном изучении. Эти и другие вопросы крайне актуальны по той причине, что средний класс выступает оплотом стабильности российского общества. Важно также изучение условий рекрутирования в средний класс, поскольку именно от размера этой страты зависит спокойствие завтрашнего дня, уверенность в будущем.

-
1. *Малева Т.М.* Россия в поисках среднего класса. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2007/3/ma9.html> (дата обращения: 09.09.2015).
 2. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / под ред. Т.М. Малевой. М., 2003.
 3. Российский средний класс: анализ структуры и финансового поведения. М., 2009.
 4. Российские средние классы накануне и на пике экономического роста. М., 2008.
 5. *Радаев В.В.* Средний класс как нормативная модель // Дискуссия о среднем классе. Материалы конференции «Средний класс: проблемы формирования и перспективы роста». М., 2008. С. 39-45.
 6. *Giddens A.* The Class Structure of the Advanced Societies. L., 1973.
 7. *Homczynski K.M.* Class and Status in East-European Perspective // The Transformation of Europe: Social Conditions and Consequences. Warszawa, 1993.
 8. *Kraus I.* Stratification, Class, and Conflict. N. Y., 1976.
 9. *Mokrzycki E.* A New Middle Class? // Democracy, Civil Society and Pluralism in Comparative Perspective: Poland, Great Britain and the Netherlands. Warszawa, 1995.
 10. *Stephen J.R.* Social Stratification in the United States. N. Y., 2000.

11. *Тихонова Н.Е.* Городской средний класс в современной России // Аналитический доклад Института социологии РАН. М., 2006.
12. *Шкаратан О.И., Инясевский С.А., Любимова Т.С.* Новый средний класс и информационные работники на российском рынке труда // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 5-27.
13. *Добрынина Е.* Железная середина // Российская газета. 2014. 30 мая.
14. *Ильиных С.А.* Влияние гендера на картину мира: опыт социологического исследования // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2009. № 28. С. 66-86.
15. *Ильиных С.А.* Гендерная асимметрия: причины и основные пути ее преодоления: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Новосибирск, 2004.
16. *Ильиных С.А.* Гендерные стереотипы и гендерные представления в организационной культуре: на примере организаций малого бизнеса // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. Тамбов, 2009. Вып. 10 (78). С. 332-338.
17. *Ильиных С.А.* Концепты маскулинности и фемининности в русле гендерного подхода // Идеи и идеалы. 2011. Т. 1. № 4 (10). С. 131-144.

-
1. *Maleva T.M.* Rossija v poiskah srednego klassa. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2007/3/ma9.html> (data obrashhenija: 09.09.2015).
 2. Srednie klassy v Rossii: jekonomicheskie i social'nye strategii / pod red. T.M. Malevoj. M., 2003.
 3. Rossijskij srednij klass: analiz struktury i finansovogo povedenija. M., 2009.
 4. Rossijskie srednie klassy nakanune i na pike jekonomicheskogo rosta. M., 2008.
 5. *Radaev V.V.* Srednij klass kak normativnaja model' // Diskussija o srednem klasse. Materialy konferencii "Srednij klass: problemy formirovanija i perspektivy rosta". M., 2008. /S. 39-45.
 6. *Giddens A.* The Class Structure of the Advanced Societies. L., 1973.
 7. *Homczynski K.M.* Class and Status in East-European Perspective // The Transformation of Europe: Social Conditions and Consequences. Warszawa, 1993.
 8. *Kraus I.* Stratification, Class, and Conflict. N. Y., 1976.
 9. *Mokrzycki E.* A New Middle Class? // Democracy, Civil Society and Pluralism in Comparative Perspective: Poland, Great Britain and the Netherlands. Warszawa, 1995.

10. *Stephen J.R.* Social Stratification in the United States. N. Y., 2000.
11. *Tihonova N.E.* Gorodskoj srednij klass v sovremennoj Rossii // Analiticheskij doklad Instituta sociologii RAN. M., 2006.
12. *Shkaratan O.I., Injasevskij S.A., Ljubimova T.S.* Novyj srednij klass i informacional'nye rabotniki na rossijskom rynke truda // Obshhestvennye nauki i sovremennost'. 2008. № 1. S. 5-27.
13. *Dobrynina E.* Zheleznaia seredina // Rossijskaja gazeta. 2014. 30 maja.
14. *Il'inyh S.A.* Vlijanie gendera na kartinu mira: opyt sociologicheskogo issledovanija // Sociologija: metodologija, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sociologija: 4M). 2009. № 28. S. 66-86.
15. *Il'inyh S.A.* Gendernaja asimmetrija: prichiny i osnovnye puti ee preodolenija: avtoref. dis. ... kand. sociol. nauk. Novosibirsk, 2004.
16. *Il'inyh S.A.* Gendernye stereotipy i gendernye predstavlenija v organizacionnoj kul'ture: na primere organizacij malogo biznesa // Vestnik Tambovskogo universiteta. Serija Gumanitarnye nauki. Tambov, 2009. Vyp. 10 (78). S. 332-338.
17. *Il'inyh S.A.* Koncepty maskulinnosti i femininnosti v rusle gendernogo podhoda // Idei i idealy. 2011. T. 1. № 4 (10). S. 131-144.

Поступила в редакцию 7.10.2015 г.

UDC 316.343.654

MIDDLE CLASS: CRITERIA INDICES AND BEHAVIOUR STRATEGIES

Svetlana Anatolyevna ILYINYKH, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation, Doctor of Sociology, Professor of Social Communications and Management Sociology Department, e-mail: ili.sa@mail.ru

It is proved that the concept "middle class" does not have a clear and unambiguous definition. Researchers have isolated a series criteria indicators, which identified the middle class representatives. Criterion figures depending on the sociological approach, but as a whole are reduced to four: the level of education, professional prestige, welfare and self-identification. It is shown that in economic research dominates the monetary approach, in sociological – social-professional and self-identification approaches. It is proved that on the basis of criteria indicators released the "core" and "periphery" of the middle class. Illustrative examples, describing the characteristics of the representatives of the "core" and "periphery" of the middle class, identified in the study of the Institute of Sociology RAS are given. The results of empirical research, criteria indicators of the middle class are presented. On the basis of criteria indicators such as education, income, occupational status studied representatives of the urban middle class in Novosibirsk. The results of empirical research are given, then a comparison of some indicators with those of other large-scale studies are carried out.

Key words: middle class; criteria indicators; behavior strategy; welfare; professional status.