

В. В. Токарев, Н. В. Дулина

**СРЕДНИЙ КЛАСС В СТРУКТУРЕ НАСЕЛЕНИЯ КРУПНОГО
ГОРОДА - ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ**
(на примере Волгограда)

В настоящее время проблематика среднего слоя в России, прежде всего как проблематика экономического, денежного среднего класса, проникает и в публицистику, и в научную литературу в связи с попытками оценить глубинную основу проведенных, проводимых и намечаемых реформ, показать непосредственные социальные результаты, обозначить возможные сценарии ближайшего будущего.

Выражение «средний класс» является расхожим штампом и составляет часть обыденной психологии. Средний слой – значит где-то по середине, люди, занимающие неопределенное социальное пространство между «верхами» и «низами». Средний слой и «новые русские» – это одно и то же, или нет? Чтобы ответить на этот и ряд других возникающих вопросов, видимо, необходимо напомнить, что социологическое понятие «средний класс» имеет свою старую и новую историю, тесно связано с массой дискуссий о социальной структуре модернизированных индустриальных обществ [1, С. 56].

Впервые выражение «средний класс» было применено в Англии священником Томасом Джизборном в 1785 году для характеристики совокупности собственников и предпринимателей, которые противопоставлялись крупным землевладельцам, с одной стороны, и промышленным городским и сельскохозяйственным наемным работникам, другой. Этот термин был эквивалентен французскому «третьему сословию». С тех пор вплоть до экономического кризиса 30-х годов XX века под средним классом понимали совокупность слоев мелких и средних предпринимателей, торговцев, независимых работников, лиц свободных профессий, противопоставляемых крупной буржуазии и ее политическому аппарату, остаткам крупных землевладельцев, рантье и лицам наемного и независимого труда [1, С. 56].

На рубеже XIX и XX веков употребление термина «средний класс» стало терять свою точность и определенность. Растущая экономическая и социальная роль государства отражалась в формировании обширных слоев чиновников, специалистов, профессионалов и т.д., которые явно выпадали из классификации, берущей за основание поляризацию труда и капитала как устойчивого «верха» и «низа». В результате термин «средний класс»

как бы удвоился: стали различать «старые», «традиционные» средние слои и «новые» средние слои, основной характеристикой которых стало обладание культурным капиталом, выражающемся в образовании и профессиях высшей квалификации, оказавшихся наиболее востребованными в новых социально-экономических условиях развития цивилизации. Новый средний класс получил и собственное название – «белые воротнички», очерчивая круг профессиональных работников умственного труда, менеджеров.

В отечественной науке термин «средний класс» пока не приобрел однозначного понимания (видимо, в силу короткой истории этого класса). Под средним классом понимается «совокупность социальных средних слоев, занимающих промежуточное положение между основными социальными группами в системе социальной стратификации: между богатыми и бедными» [3, С. 579]. Иначе говоря, основным критерием для выделения среднего класса предлагается признать количество денег. При проведении Всероссийских исследований при изучении среднего класса (так, например, в проектах, выполненных журналом «Эксперт» и исследовательским холдингом «Ромир - мониторинг», таких как «Средний класс России», «Самые влиятельные люди России» и др.) именно «денежный порог» являлся основанием для включения респондента в выборку исследования. «Порог проходимости» в средний слой России в настоящее время составляет не менее 6 тысяч рублей в месяц на одного члена семьи. О величине «взноса» ведется много споров среди экономистов, социологов и т.д., но, тем не менее, расчетная величина принята именно такой. Но социологов интересуют не только (да и не столько) материальные ресурсные признаки этого класса (уровень доходов/расходов, потребление, объем накопленных сбережений и т.д.), но и нематериальные ресурсные признаки – уровень образования, профессионально - квалификационная позиция, признаки социального самочувствия и т.д., поскольку именно средний класс рассматривается в наши дни как гарант стабильности, как интегрирующая сила современного постиндустриального общества, проявляющая себя в качестве таковой в различных сферах.

В этой связи интересно посмотреть, как идет формирование среднего класса в нашем городе. В условиях трансформации российского общества, изменения его структуры особый интерес представляет анализ ценностных ориентаций среднего класса, с которым связываются большие надежды в поступательном устойчивом развитии страны. Каковы ценности, которые разделяют представители этого класса Волгограда?

В одном из социологических исследований, выполненных в марте - апреле 2005 года¹, объектом исследования являлось не все население Волгограда, а только та часть, которая удовлетворяет трем основным условиям, которые явно могут быть приняты как характеристики среднего класса, а именно:

1. Возраст от 20 до 60 лет.
2. Доход не менее 6000 рублей в месяц на одного члена семьи.
3. Намерение (и возможность) в течение ближайших 5-7 лет приобрести квартиру и/или коттедж.

Согласно статистическим данным, всего среди жителей Волгограда в возрасте от 20 до 60 лет доход не менее 6000 руб. на одного члена семьи имеют около 11% горожан. Среди жителей в возрасте от 20 до 59 лет с доходом выше среднего доля людей, намеренных приобрести квартиру или коттедж, составляет 39% (33% намерены купить квартиру, 6,5% - коттедж). Таким образом, доля объекта выполненного исследования среди всего населения Волгограда составляет около 2,5%. Казалось бы, объем данной группы в структуре населения города невелик, однако эта группа имеет свои отличительные признаки и характеристики, знание которых будет способствовать лучшему пониманию изменений, происходящих в социуме города.

Понятие «ценность» является одним из основных понятий, используемых при описании и сравнительном анализе социальных и культурных структур и систем. В наиболее общем виде ценностная сторона деятельности понимается как то, что «содержит в себе оправдание или осуждение деятелем своего бытия» [2, С. 26].

В инструментарий исследования был включен блок вопросов, направленный на выявление ценностных ориентаций выделенной группы жителей Волгограда. Респондентам задавались вопросы о жизненных целях («к чему стремимся?») и общечеловеческих ценностях и нормах («чем руководствуемся?»); при этом опрошенные сначала оценивали каждую из представленных в списке ценностей и целей по 5-балльной шкале, а затем выбирали одну цель и одну ценность, которые представляются им главными в их жизни. Результаты расчета средних оценок жизненных целей респондентов приведены в табл. 1.

¹ В исследовании применялась направленная пропорциональная выборка. Расчетный объем выборочной совокупности составил 400 интервью. При доверительном уровне 0,95 максимальная статистическая погрешность общего объема выборочной совокупности составляет 5,62%.

Таблица 1. Результаты оценки важности различных жизненных целей (по пятибалльной шкале)

| ЦЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ | Среднее значение оценки |
|--|-------------------------|
| Быть отличным специалистом в своей области | 4.44 |
| Быть умным | 4.34 |
| Вести добропорядочную, нравственную жизнь | 4.01 |
| Вести уединенную жизнь | 2.28 |
| Входить в элиту общества | 2.73 |
| Дать своим детям хорошее образование | 4.61 |
| Добиться, чтобы люди моей нации процветали | 3.62 |
| Добиться, чтобы родители Вам не мешали | 2.86 |
| Жить духовной жизнью | 3.33 |
| Избавиться от комплексов | 3.24 |
| Иметь хорошего друга | 4.37 |
| Иметь хорошее здоровье | 4.75 |
| Найти свое призвание | 4.37 |
| Не голодать | 4.27 |
| Не работать | 2.35 |
| Не стареть | 3.43 |
| Не упустить свой шанс | 4.25 |
| Ни от кого не зависеть | 4.53 |
| Обеспечить здоровье и счастье Ваших родителей | 4.48 |
| Обрести чувство гармонии с природой | 3.56 |
| Овладеть определенной профессией | 4.14 |
| Получить хорошее образование | 4.17 |
| Понять смысл жизни | 3.72 |
| Развиваться как личность | 4.24 |
| Развить свои способности | 4.30 |
| Сделать что-то для сохранения окружающей среды | 3.68 |
| Служить Родине | 3.14 |
| Стать знаменитым | 2.62 |
| Стать очень богатым | 3.39 |
| Удачно жениться, выйти замуж | 3.67 |

Как свидетельствуют данные таблицы, опрошенные выставляли довольно высокие баллы всем предложенным для оценки целям (минимальную оценку 2.28 получила цель «вести уединенную жизнь»), что означает, что «в условиях размышления» респонденты склонны приписывать себе стремления к самым различным социально одобряемым целям (в список были включены формулировки только с позитивной или нейтральной мо-

дальностью). Тем не менее, можно отметить, что в наибольшей степени опрошенные стремятся «иметь хорошее здоровье» (4.75 балла в среднем по массиву), «дать своим детям хорошее образование» (4.61 балла) и «ни от кого не зависеть» (4.53 балла).

Интересной представляется и информация, полученная в результате обработки ответов респондентов на одноальтернативный вопрос о том, какая цель является главной в их жизни. В такой более жесткой «ситуации выбора» респонденты давали ответы, которые помогают более четко сегментировать потребителей (см. диаграмму на рис. 1). Итак, четверть опрошенных указали на то, что они стремятся иметь хорошее здоровье, остальные же цели выбирались не более чем 10% респондентов. Эту ситуацию можно рассматривать как следствие того, что в общем списке только цель «иметь хорошее здоровье» отражает уровень базовых потребностей человека (безопасность, выживание), остальные цели в списке означают удовлетворение потребностей более высокого уровня (по существу, они являются вторичными). Принимая во внимание, что для большинства людей реальная забота о собственном здоровье является лишь декларацией, можно утверждать, что для представителей среднего класса города наиболее приоритетными являются такие цели, как «Дать своим детям хорошее образование», «Ни от кого не зависеть» и «Быть отличным специалистом в своей области».

Таблица 2. Результаты оценки значимости общечеловеческих ценностей (по пятибалльной шкале)

| ЦЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ | Средние значения оценки |
|---------------------|-------------------------|
| Милосердие | 4.00 |
| Надежда | 4.09 |
| Профессионализм | 4.54 |
| Успех | 4.53 |
| Патриотизм | 3.77 |
| Законность | 4.25 |
| Культура | 4.19 |
| Духовность | 3.91 |
| Собственность | 4.24 |
| Свобода | 4.69 |
| Здоровье | 4.88 |
| Порядок | 4.43 |
| Настоящая дружба | 4.53 |
| Безопасность | 4.67 |
| Труд | 4.28 |

В табл. 2 представлены данные о средних баллах, выставленных респондентами при оценке общечеловеческих ценностей (оценка производилась по 5–балльной шкале). В целом можно констатировать, что хотя опрошенные весьма высоко оценили все представленные ценности (средние оценки не опускались ниже 3.77 баллов) и различия в оценках определяются десятными долями баллов, наибольшее значение для представителей среднего класса города имеют такие ценности, как «Здоровье» (4.88 балла), «Свобода» (4.69 балла) и «Безопасность» (4.67 балла).

Результаты обработки ответов респондентов также свидетельствуют, что опрошенные в наименьшей степени руководствуются принципами патриотизма, духовности и милосердия (средние оценки не выше 4 баллов). Для наглядности данные о средних оценках общечеловеческих ценностей представлены диаграммой на рис. 2.

Диаграмма на рис. 3 демонстрирует различия между ответами респондентов на вопрос о важности ценностей, заданный в «мягкой» (оценка по 5-балльной шкале) и в «жесткой» форме (ответ на одноальтернативный вопрос). Отвечая на вопрос о том, чем они руководствуются в жизни в первую очередь, 40% опрошенных заявили, что руководствуются принципом обеспечения собственного здоровья. Также диаграмма отражает значительную ориентацию представителей среднего социального слоя на ценности прагматичного характера – ценности, связанные с достижением успеха в профессиональной сфере.

Подводя итог анализу ценностных ориентаций жителей города, относящихся к среднему социальному слою, можно отметить следующее:

1. Опрошенные продемонстрировали ожидаемую ориентацию на базовую человеческую потребность – потребность обеспечения собственного выживания, безопасности, поддержания своего здоровья. Также относительно большая часть опрошенных заявили о том, что основной целью их жизни является обеспечение благополучия своих детей и родителей (соответственно 8% и 6% всех респондентов).
2. Для представителей среднего класса весьма значимыми оказываются прагматичные цели и ценности, связанные с достижением успеха в профессиональной и иных сферах. Успех, профессионализм, востребованность, независимость и свобода являются весьма заметными предпочтениями представителей среднего класса, проживающих в Волгограде.

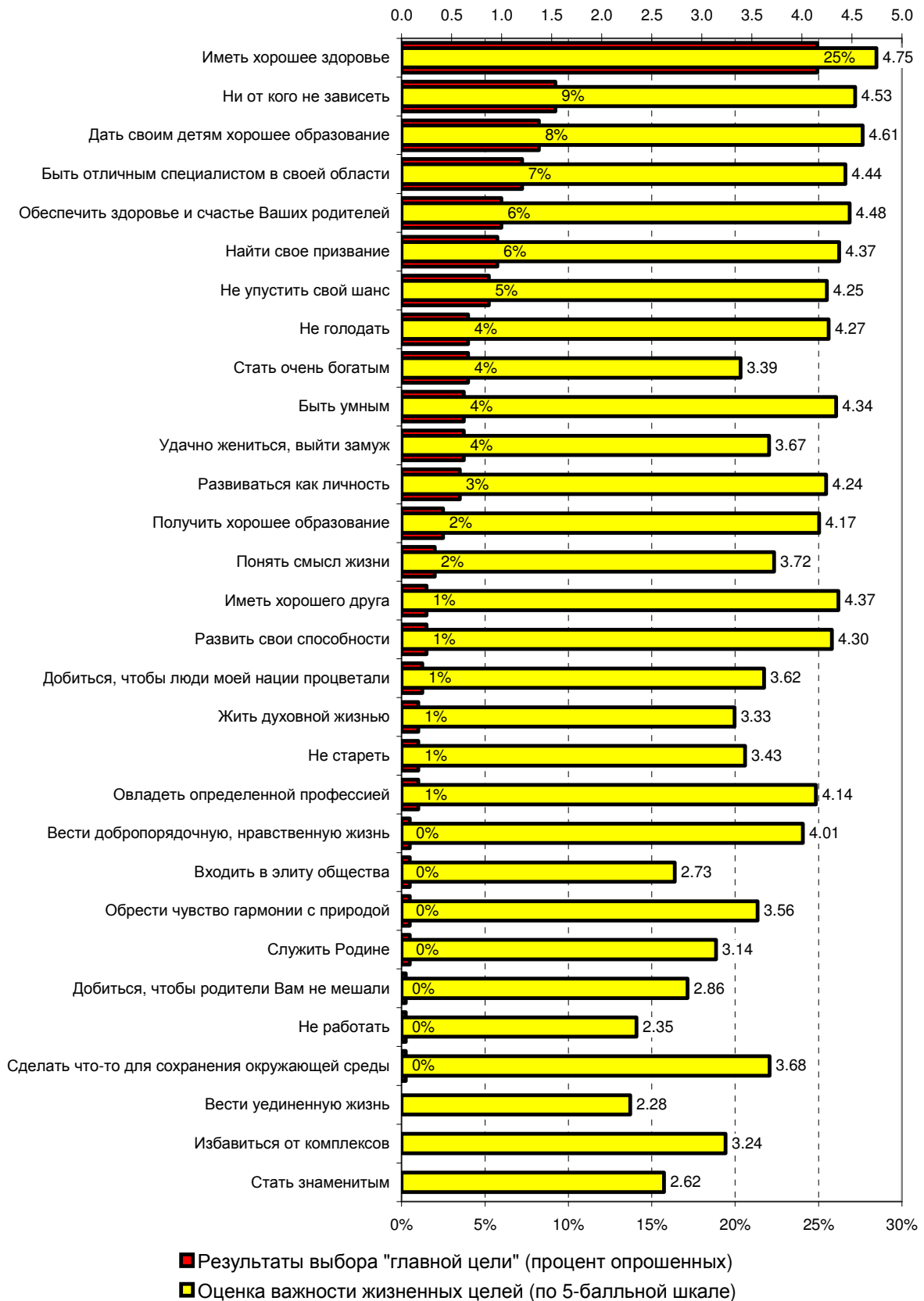


Рис. 1. Результаты обработки ответов респондентов на вопросы о наиболее важных жизненных ценностях

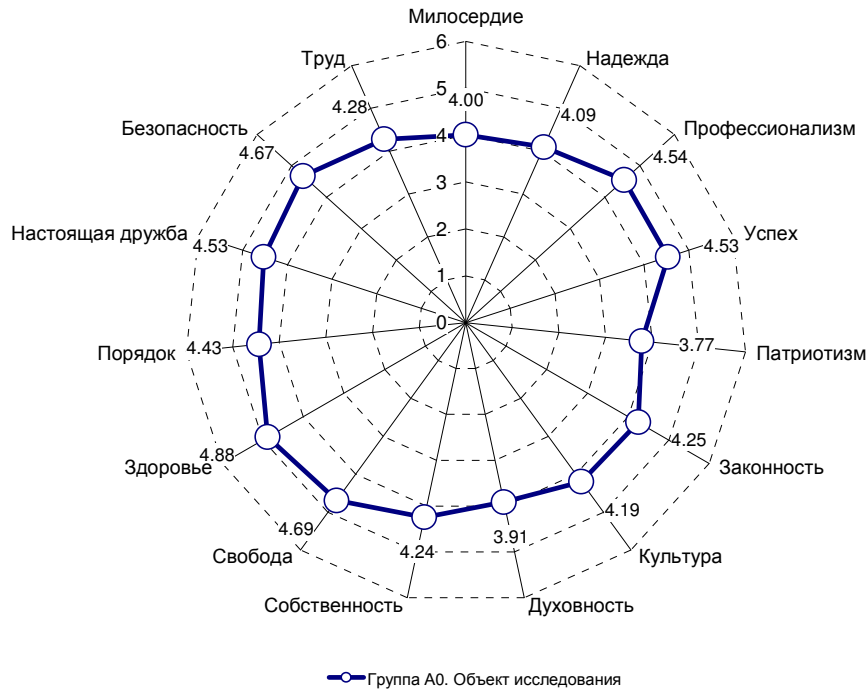


Рис. 2. Результаты обработки ответов респондентов на вопросы о важности общечеловеческих ценностей, оценки по 5-балльной шкале

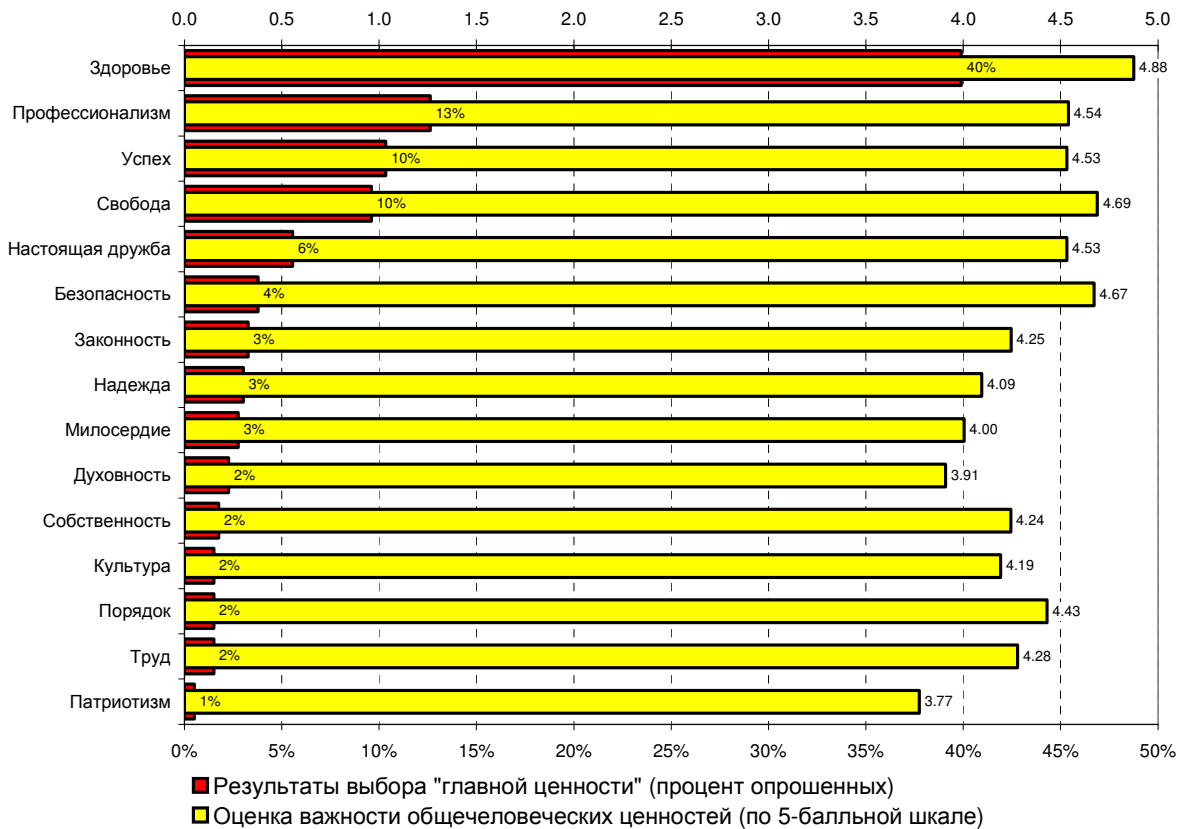


Рис. 3. Результаты обработки ответов респондентов на вопросы о важности общечеловеческих ценностей

3. В наименьшей степени представители среднего слоя склонны стремиться к патриотизму и служению Родине, труду, порядку, узнаваемости и вхождению в состав элиты, уединенности, избавлению от комплексов, сохранению природы, добропорядочной жизни. Интересно также, что стремление к обладанию собственностью не входит в перечень популярных ценностей потребителей – только 2% опрошенных считают собственность основной ценностью в своей жизни.

Практика становления и развития среднего класса на Западе свидетельствует, что это долгий и тернистый путь. В современном российском обществе средний класс, как он понимается в западных обществах, находится в зародышевом состоянии как в городе, так и в деревне. На долю средних слоев на западе, по данным различных исследований, приходится 12–20%. До такой величины в России еще далеко. Однако хочется верить, что по мере того, как будет повышаться жизненный уровень и качество жизни населения страны, совершенствоваться налоговая система, будут увеличиваться и средние слои в российском обществе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Голофаст, В. Б. Социальная структура, иерархия и образованный средний класс // Региональная политика, 1992. - №1. – С. 51 – 59.
2. Ментальность россиян (Специфика сознания больших групп населения России) / Отв. ред. И. Г. Дубов. – М.: «Имидж-контакт», 1997. – 480 с.
3. Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2 / Национальный общественно-научный фонд / руководитель научного проекта Г. Ю. Семигин; Главный редактор В. Н. Иванов. – М.: Мысль, 2003. – 863 с.