

**ЗНАЧЕНИЕ СУБЪЕКТИВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ
СОЦИОСТРАТИФИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РОССИЙСКОГО
ОБЩЕСТВА ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

В статье обосновывается целесообразность изучения социально-классовой идентичности в современном российском обществе для разработки эффективной социально-экономической государственной политики. На примере исследования среднего класса Самарской области показана научная и практическая значимость изучения социально-классовых групп в современном российском обществе как объекта социальной идентичности и как концепта, наполняемого целым комплексом субъективных смыслов.

Ключевые слова: российское общество, социальная стратификация, государственное управление, социально-экономическая политика, средний класс, социальная идентичность, субъективный смысл, Самарская область.

Изучение социально-классовой идентичности в современном российском обществе необходимо для разработки эффективной социально-экономической государственной политики. Выявление приоритетных символов для обозначения социостратификационной самоидентификации призвано способствовать закреплению основных целей данной политики в массовом сознании. В первую очередь это относится к рефлексивным процессам представителей тех социальных групп, без активности которых принципиально невозможна реализация модернизационной стратегии: массовых групп специалистов, имеющих высокий образовательный и квалификационный уровень; владельцев малого и среднего бизнеса — тех, кто уже на сегодняшний день благодаря, пользуясь терминологией П. Бурдьё, своему «культурному» капиталу могут обеспечить себе достаточно высокий уровень материального благосостояния.

Дискуссии о том, существует ли средний класс в России и какова его специфика по сравнению с западными образцами, по сей день ведутся весьма оживленно. Это обстоятельство говорит о том, что «средний класс» для изучения социальной структуры современного российского общества был и остается довольно проблематичной категорией. На наш взгляд, применительно к современному российскому обществу «средний класс» принадлежит к разряду концептов, т. е. таких медальных форм мысли, в которых одновременно присутствуют и объективный, и субъективный уровни понимания. Значение концепта «средний класс» в российском общественном сознании и в жизненной практике россиян определяется тем, в какой мере он выступает в качестве социального представления. Проблема исследования среднего класса не может быть сведена к набору статистических дан-

* © Прохоров Д.В., 2013

Прохоров Денис Викторович (devipr@yandex.ru), кафедра государственного и муниципального управления Самарского государственного университета, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

ных о доходах, профессиональных и тому подобных характеристиках. Такие данные, разумеется, необходимы, но, на наш взгляд, центральным моментом идентификации среднего класса следует считать характеризующий участников этой группы комплекс представлений о социальной реальности и их месте в ней.

С каждым годом растет число публикаций, посвященных изучению среднего класса в российском обществе, не ослабевают споры о границах, численности, о самом факте его существования. Высказываются полярно противоположные точки зрения: одни авторы утверждают, что в России среднего класса нет вообще или что в лучшем случае имеются лишь его эмбрионы, другие — что он представляет собой вполне сложившееся социальное образование. Ключевыми в исследовании российского среднего класса нам представляются следующие вопросы: существует ли в нашей стране в период продолжающейся общественной трансформации средний класс как социальный слой, представители которого в целом удовлетворены своим положением и имеют для этого достаточно оснований; осознают ли его представители собственное специфическое место в социальной структуре и, в конечном счете, можно ли говорить о формировании социальной идентичности российского среднего класса. Поиск ответов на эти вопросы предполагает смещение акцентов в сторону исследования социальной идентичности, мировоззрения и ценностей представителей среднего класса.

Говоря о региональном аспекте исследования, необходимо отметить следующее: на общероссийском уровне проведено множество исследований среднего класса — в основном они проводились на основе репрезентативной выборки, хотя есть и несколько феноменологических. В то же время на сегодняшний день известно крайне мало региональных и местных исследований, в которых средний класс изучался бы в качестве объекта социальной идентичности [1–4]. Несмотря на сбор информации о финансовом положении средних слоев общества различными областными структурами (в первую очередь территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Самарской области) и некоторые сравнительные межрегиональные исследования общих стратификационных признаков среднего класса [5], в Самарском регионе изучение среднего класса как объекта социальной идентичности и субъективных смыслов данного концепта проводилось впервые.

Изменения в социальной структуре, характерные для России в целом, в полной мере имеют место и в Самарской области. Самарская область является одним из ведущих регионов России с высоким уровнем социально-экономического развития. Социально-экономические, а также демографические характеристики (многонациональный состав населения, соотношение городского и сельского населения) говорят об объективных условиях формирования и развития в регионе таких социальных страт, как «старый» и «новый» средний класс, что, в свою очередь, позволяет не только провести в ходе исследования региональный срез, но и экстраполировать результаты исследования в Самарской области на территорию всей страны.

Таким образом, особый интерес представляет изучение среднего класса в современном российском обществе как объекта социальной идентичности и как концепта, наполняемого целым комплексом субъективных смыслов, поскольку в данном случае мы обращаемся к проблеме восприятия политического и экономического пространства страны — дальнейшее развитие российского общества и государственности в существенной мере зависит от того, какие представления о среднем классе реально закрепляются в сознании россиян и насколько вообще значима для них самоидентификация с этой социальной группой.

Результаты социологического исследования (2009–2012 гг.), проведенного нами в два этапа и основанного на применении качественного и количественного подходов в их параллельном сочетании, позволяют в существенной мере ответить на

поставленные выше вопросы. На первом, качественном, этапе проведена серия глубинных интервью среди представителей среднего класса по объективным критериям: уровень дохода и образовательный уровень. Всего на данном этапе было опрошено 32 человека¹.

На втором, количественном, этапе сотрудниками кафедры государственного и муниципального управления и кафедры управления Тольяттинского филиала СамГУ с нашим участием автора в 2011–2012 гг. был проведен опрос населения Самарской области. Выборка составила 1013 человек. Использовалась четырехступенчатая выборка².

К сожалению, в объеме одной статьи невозможно изложить все данные, полученные в ходе исследования, поэтому ниже приведем основные его выводы. Более подробно с полученными данными и с отдельными аспектами проведенного исследования можно ознакомиться в наших предыдущих публикациях, в том числе в недавно вышедшей коллективной монографии «Самарская область. Социокультурный портрет» [6–8].

Исследование определенно показало, что при анализе российского среднего класса невозможно ограничиваться только объективными критериями, необходимо использовать субъективные критерии, в число которых входят социальная идентичность, субъективные смыслы, ценности. Критерий самоидентификации со средним классом является многосоставным и означает выявление того, насколько значим концепт «средний класс» для изменяющегося сознания россиян, какие смыслы вкладывают люди в этот концепт, насколько важно им осознавать себя представителями среднего класса.

Выделяются следующие эмпирические классы самоидентификации с российским средним классом у его представителей, выявленных по объективным критериям: полноценная (уверенная) и частичная (ограниченная, усеченная) самоидентификации. Отдельно выделено отсутствие самоидентификации со средним классом у его объективных представителей. Основаниями выбора «полноценной» са-

¹ В качестве представителей среднего класса в рамках качественного этапа исследования мы определили людей с личным доходом не менее 25 000 рублей в месяц, имеющих образование не ниже среднего специального, выполняющих в качестве наемных работников деятельность, связанную преимущественно с интеллектуальным трудом, занимающих должности не ниже специалиста и имеющих, как правило, соответствующее должности определенное число подчиненных, либо имеющих собственное дело (малые и средние предприниматели).

² На первой ступени использовался стратифицированный отбор, где в качестве критерия выделения страт использовался тип поселения — по данному критерию генеральная совокупность была поделена на городское и сельское население. Вторая ступень — стратифицированный отбор по критерию «размер населенного пункта», где были выделены следующие страты: город с населением более 1 млн чел., город с населением от 500 тыс. чел. до 1 млн чел., города с населением от 100 тыс. чел. до 500 тыс. чел., города с населением до 100 тыс. чел., поселки городского типа, села. На третьей ступени проведен типологический отбор в рамках каждой страты, в результате чего были определены следующие типологические объекты: город с населением более 1 млн чел. — Самара; город с населением от 500 тыс. чел. до 1 млн чел. — Тольятти; города с населением от 100 тыс. чел. до 500 тыс. чел. — Сызрань, Новокуйбышевск; города с населением до 100 тыс. чел. — Чапаевск, Отрадный, Похвистнево; поселки городского типа — Волжский, Суходол; села — Дубовый Умет, Воскресенка, Николаевка, Рождествено (Волжский район), Сергиевск, Красносельское, Кармало-Аделяково, Черновка (Сергиевский район), Большая Глушица, Александровка, Новопавловка, Тамбовка (Больше-Глушицкий район), Шигоны, Усолье, Малячкино, Муранка (Шигонский район), Алькино, Большой Толкай, Старый Аманак, Савруха (Похвистневский район). На четвертой ступени использовался квотный отбор по критериям пола и возраста. Квоты рассчитывались на основе данных ФСГС РФ по Самарской области. Опрос проводился в рамках исследования «Социокультурный портрет Самарской области» при финансовой поддержке РГНФ (грант № 11-03-00281-а).

моидентификации являются уровень материального благосостояния, потребительские возможности, идентификация своего ближайшего окружения как представителей среднего класса. Основаниями, определяющими формирование усеченной самоидентификации со средним классом, являются рассогласованность «объективных» критериев, по которым можно отнести себя к среднему классу, дифференциация самоидентификации в зависимости от типа населенного пункта и региона проживания. Субъективная оценка невозможности самоотнесения к среднему классу базируется на следующих основаниях: отсутствие чувства стабильности своего социального положения, «непрестижность» осознанного самоотнесения к среднему классу в условиях продолжающейся трансформации социальной структуры современного российского общества, отрицание или непонимание какого-либо субъективно значимого содержания социостратификационных терминов, в том числе и концепта «средний класс».

Концепт «средний класс» в российском общественном сознании наделяется следующими субъективными смыслами: 1) группа, ассоциирующаяся с определенным уровнем материального благосостояния; 2) группа, представители которой характеризуются качественным образованием высокого уровня, квалифицированным трудом, являющимся источником для стабильного и «этичного» материального достатка; 3) группа, качество жизни которой характеризуется стабильностью, уверенностью в завтрашнем дне; 4) носитель особого «здорового» этоса: созидательное мировоззрение; основа для самоуважения и уважения со стороны других людей, ценности честного труда, любви к своему делу, профессионализма, саморазвития, доверия, дружбы, довольства (удовлетворенности) жизнью, семья, воспитание, уважительное отношение к другим, уверенность в себе, своих силах; социальное, психологическое и физическое благополучие; 5) группа, чей образ жизни может выступать в качестве жизненного стандарта, нормы: гармоничное сочетание работы и досуга, семья, красивая жизнь; 6) ближний социальный круг; 7) социальная основа государства и продукт государственной политики; 8) феномен западного общества, несвойственный российской социальной реальности; 9) условная социальная группа, представители которой характеризуются среднестатистическими показателями, средним уровнем жизни. Отдельно как субъективная позиция выделяется отрицание какого-либо содержания и смысла в словосочетании «средний класс».

Наиболее ярко выраженную самоидентификацию со средним слоем демонстрируют жители городов с населением до 100 тысяч человек. Среди сельских жителей современной России наиболее распространено отстраненное отношение к вопросу о социостратификационном самоопределении. Для жителей мегаполиса с численностью населения более 1 млн чел. характерна гармония объективного и субъективного отнесения в средний класс.

По результатам количественного этапа проведенного исследования принадлежности к среднему классу в современном российском обществе, исходя из соотношения объективных и субъективных критериев, выделены следующие типологические группы: 1) СК-1: «полноценный» («гармоничный») средний класс — те, кто объективно относится к среднему классу и одновременно осознает себя его представителями (26,3 % от общего количества респондентов); 2) СК-2: «объективный» («не признающий себя») средний класс — те, кто по объективным признакам принадлежит к среднему классу, в то же время субъективно себя к нему не причисляет (18,6 %); 3) СК-3: «субъективный» («не признаваемый исследователями») средний класс — те, кто лишь субъективно ощущает себя в составе среднего класса, не попадая в него по объективным критериям (22,4 %). В первых двух группах (СК-1 и СК-2) отмечается преобладание мужской доли над женской; в СК-3, напротив, количество женщин явно превосходит мужскую долю. В «полноценном» среднем

классе (СК-1) существенно преобладают молодые люди в возрасте от 18 до 39 лет, а также резко снижается представительство людей старше 60 лет. Для среднего класса, определяемого по объективным признакам (СК-2), также характерна повышенная доля лиц молодого возраста — однако здесь наибольшая доля приходится на возраст от 18 до 29 лет и заметно представительство возрастной группы от 40 до 49 лет. В составе СК-3 возрастное распределение отличается от предыдущих двух групп: для этой группы характерно меньшее представительство самых молодых категорий (от 18 до 24 лет) и больше представителей старшего возраста. Наименьшая доля сельчан и максимальная доля городского населения наблюдается в составе СК-1. В СК-2 несколько больше сельского населения (преимущественно это жители рабочих поселков). В СК-3 соотношение населения по типу расселения почти повторяет общее квотирование по массиву с крайне незначительным преобладанием городского сегмента.

Субъективное осмысление концепта «средний класс» в современном российском обществе показывает противоречивость и незавершенность процесса формирования среднего класса как реальной социальной группы. Не сформирована позитивная ценность социальной идентичности среднего класса, что, в свою очередь, объясняется сохраняющимся переходным характером современного российского общества. Более того, исследование показало, что социально-экономическая ситуация в современной России не позволяет положительной мотивации самоотношения к среднему классу закрепиться в общественном сознании.

Говоря о научной и практической значимости и применимости результатов представленного исследования, можно отметить следующие наиболее существенные моменты.

Во-первых, результаты проведенного исследования дают возможность выделить общее и особенное в происходящих в современном российском обществе социостратификационных процессах в сопоставлении с общемировыми тенденциями через понимание идентификационных предпочтений, фиксируемых в российском общественном сознании.

Во-вторых, анализ субъективных признаков, определяющих «средний класс», позволяет широко использовать данный концепт в средствах массовой информации в целях консолидации массовых сегментов российского общества, представители которых обладают высоким инновационным и гражданским потенциалом для реализации успешной политики модернизационного развития России.

В-третьих, полученные результаты исследования могут быть использованы в деятельности органов государственного и муниципального управления, а также различных общественных организаций в аспектах определения ориентиров социально-экономического развития и разработки эффективной идеологии как на общенациональном, так и на региональном уровнях.

В-четвертых, разработанная и использованная методика может применяться не только относительно среднего класса, но и для исследования субъективных признаков других социальных групп современного российского общества.

Библиографический список

1. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Этнос среднего класса: нормативная модель и отечественные реалии. Тюмень: Центр прикладной этики; НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2000. 272 с.
2. Дилигенский Г.Г. Люди среднего класса. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2002. 285 с.

3. Кучканов В.И. Проблематика концептуализации феномена среднего класса в современной российской социологии // *Философия. Наука. Культура*: сб. кафедры философии ИППК МГУ. 2005. Вып. 8. С. 169–178.
4. Сафиуллин М.Р., Ефлова М.Ю., Нагимова А.М. Социальное самочувствие и самоидентификация среднего класса в Татарстане // *Социологические исследования*. 2012. № 10. С. 28–33.
5. Власова Е.М. Состояние и тенденции развития среднего класса в регионах Среднего Поволжья // *Регионоведение*. 2010. № 4. URL: <http://regionsar.ru/node/615>.
6. Прохоров Д.В. Самоидентификация представителей российского среднего класса: эмпирический анализ // *Вестник Самарского государственного университета*. 2011. № 4. С. 47–52.
7. Прохоров Д.В. Эмпирический анализ самоидентификационных признаков современного российского среднего класса // *Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал*. 2013. № 3 (23). URL: http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/45/pdf_24.
8. Самарская область. Социокультурный портрет: монография / А.М. Исупов [и др.]. Самара: Глагол, 2012. 320 с.

*D.V. Prokhorov**

**SIGNIFICANCE OF SUBJECTIVE INDICATORS OF DEVELOPMENT
OF SOCIAL AND STRATIFICATIONAL PROCESSES OF RUSSIAN SOCIETY
FOR PUBLIC ADMINISTRATION (ON THE EXAMPLE OF STUDY
OF SAMARA REGION MIDDLE CLASS)**

The article explains the advisability of study of social class identity in contemporary Russian society to develop effective social and economic public policy. On the example of study of middle class of the Samara region scientific and practical importance of study of social-class groups in Russian society as an object of social identity and as a concept which is filled with complex of subjective meanings is shown.

Key words: Russian society, social stratification, public administration, social and economic policy, middle class, social identity, subjective sense, Samara region.

* *Prokhorov Denis Viktorovich* (devipr@yandex.ru), the Dept. of Public and Municipal Management, Samara State University, Samara, 443011, Russian Federation.