
МОЛОДЕЖЬ СРЕДНЕГО КЛАССА: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ (1)

Ю.В. Голиусова

Институт социологии РАН

ул. Кржижановского, 24/35, корп. 5, Москва, Россия, 117259

Вопрос о том, есть ли в России средний класс, а если есть, то каковы его основные отличительные черты, волнует сейчас многих исследователей не только в России, но и за ее пределами. Особое внимание ученых сфокусировано на проблеме источников пополнения этой социальной группы. Одной из ресурсных групп среднего класса является молодежь. В статье рассматриваются объективные характеристики молодежи, относящейся к среднему классу, а также ее самоидентификация и представления о среднем классе в России.

В современной России проблема выделения социальных слоев или стратификации общества занимает центральное место. В концепции развития нашей страны на ближайшие годы речь идет об уменьшении бедных слоев и увеличении среднего слоя до уровня экономически развитых стран, т.е. до 60—70% всего населения. Насколько реально решение данного вопроса, покажет время и некоторые прогностические модели, построенные на результатах социологических исследований.

На современном этапе мы говорим о «старом» и «новом» среднем классах, о средних слоях, используя при этом терминологию стратификационного подхода, и как основные критерии для выделения средних слоев принимаем уровень дохода, образования, потребления, характер труда (умственный, физический), самоидентификацию и т.д.

Немаловажным вопросом, ждущим своего решения, является вопрос о критериях выделения среднего класса и вообще возможности оперирования таким понятием, как «класс» в исследовании социальной структуры. Проблема заключается, во-первых, в существенной идеологической нагруженности понятия «класс», а во-вторых, в том, что данное понятие не всегда можно применить к исследуемой группе, так как она не обладает характеристиками, которыми должен обладать класс. Иными словами, здесь мы имеем еще и проблему методологическую, из которой вытекает проблема статистическая. По одним данным, в России среднего класса в его западном понимании вообще не существует, поскольку его численность ничтожно мала. По другим, его численность в России постоянно растет и составляет уже более 20% всего населения [4].

Молодежь является ресурсной группой срединных слоев общества. По данным переписи населения 2002 года, численность этой группы в возрасте от 18 до 34 лет составляет 37,1 млн человек (25,6% населения России), из них 28,5 млн (77%) проживают в городах [5]. Как известно, большую подгруппу молодежи составляют студенты высших учебных заведений, которые собственно и являются резервом пополнения «среднего класса». Их численность составляет 7,3 млн человек или 19,7% молодежи в возрасте от 18 до 34 лет. 15,1% молодежи имеет высшее профессиональное образование, 29,1% — среднее, 13,9% — начальное. Таким образом, более трети молодых людей (те, кто имеет высшее профессиональное образование, и те, кто его получает) являются ресурсной группой средних слоев [3].

Согласно данным государственной статистики, в 2006 году молодежь в возрасте от 18 до 34 лет составляла 37,8% всего занятого населения России. 95% молодых людей в возрасте 20—29 лет работают по найму. Из тех, кто не работает по найму, 24,8% используют на своем предприятии наемную рабочую силу. К сожалению, молодые люди в возрасте от 20 до 34 лет составляют 44,8% всех зарегистрированных безработных.

По данным социологического исследования «Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты», проведенного Институтом социологии РАН при поддержке Представительства Фонда имени Ф. Эберта в 2007 году (опрошены 1796 человек в возрасте 17—26 лет), нынешнее поколение молодежи представляет собой «в основном «первый плод» социальных преобразований последних 10—15 лет», т.е. это поколение формировалось в период социально-экономических катаклизмов и нестабильности. 63% опрошенных в результате исследования удовлетворительно оценивают свое материальное положение, 19% оценивают как благополучное, а 17% говорят о плохом материальном положении. 11% относят себя к высокообеспеченным, 18% — к бедным [2].

В последнее время происходит расширение возрастных рамок молодежной социально-демографической группы, так как молодые люди в современном обществе все позже и позже по сравнению с предшествующими поколениями обретают собственный социальный статус, независимый от статуса своих родителей, пролонгируются сроки окончания учебы и вступления в самостоятельную трудовую жизнь, возраст вступления в брак и рождения детей.

Итак, к базовым проблемам можно отнести, во-первых, решение вопроса о том, кого из молодых людей можно считать средним классом, и о том, какими характеристиками обладает эта группа. Во-вторых, о том, каким представляет себе средний класс российская молодежь, какие качества она приписывает этой группе. В-третьих, важно, считают ли себя молодые люди представителями среднего класса.

В Институте социологии РАН при поддержке Представительства Фонда имени Ф. Эберта в 2006 году было проведено исследование «Городской средний класс в современной России». Всего было опрошено 1765 человек из числа городского населения. Методологической основой данного исследования стали два подхода к определению среднего класса — субъективный и объективный. Субъективный основан на принципе самоидентификации, т.е. на самозачислении индивида в тот или иной класс.

Объективный подход, используемый социологами, основан на критериях, независимых от мнения индивида. В зарубежной социологической литературе преимущественно используются два критерия: характер деятельности (труда) и величина доходов. Наряду с ними учитываются и другие критерии, тесно связанные с вышеназванными или вытекающие из них. Это — образовательный, квалификационный, должностной уровень, качество жизни и стандарты потребления.

На практике это означает сочетание в качестве критериев отнесения к среднему классу определенных характеристик *образования* (наличие как минимум

среднего специального образования), *социально-профессионального статуса* (в исследовании избрали в качестве такого критерия нефизический характер труда или предпринимательскую деятельность в качестве основного занятия, приносящего доход, т.е. принадлежность к «новому» среднему классу, получающему доход на свой человеческий капитал, и «старому» среднему классу, получающему доход на традиционные виды экономического капитала в ходе занятий бизнесом), более высокого *уровня благосостояния*, чем средний для региона проживания респондентов (т.е. показатели среднемесячных душевых доходов не ниже их медианных значений в данном регионе) и показателей широко применяемого в международных сравнительных исследованиях теста интегральной *самооценки человеком своего положения в обществе* по десятибалльной шкале, позволяющего учесть особенности самоидентификаций респондентов.

В рамках такого подхода в самом среднем классе по методу концентрических кругов обычно выделяются группы, в разной степени обладающие признаками среднего класса. Как правило, это «ядро», обладающее всеми признаками среднего класса, и «периферия», у которой для принадлежности к среднему классу не хватает одного признака. Иногда в периферию включаются и те, кто «недобирает», например, два признака, и тогда она делится на разные слои [2. С. 9—10].

К молодежной группе среди опрошенных относились 603 респондента, а подгруппа молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет, относившихся по выше-названным критериям к «среднему классу», составляла 20,9% всей молодежной группы, ставшей объектом внимания исследователей. Именно эта группа и станет объектом нашего дальнейшего анализа.

Следует отметить, что представленная группа имеет некоторую специфику. Ее члены высоко оценивают уровень своего благосостояния (табл. 1).

Таблица 1

Оценка своего положения (% от опрошенных)

	Хорошо оценили	Удовлетворительно оценили	Плохо оценили
Материально обеспечены	28,6	67,2	4,2
Питаются	63	36,1	0,8
Одеваются	47,1	52,9	0
Состояние здоровья	52,1	46,2	1,7
Жилищные условия	39,5	48,7	11,8
Отношения в семье	58,8	37	4,2
Возможности проведения досуга	49,6	42,9	7,6
Ситуация на работе	47,1	50,4	2,5
Возможность отдыха в период отпуска	42,9	47,1	10,1
Возможность общения с друзьями	66,4	31,9	1,7
Возможность реализовать себя в профессии	51,3	40,4	8,4
Возможность получения образования и знаний, которые необходимы	58	37	5
Место, регион, в котором живут	53,8	41,2	5
Положение, статус в обществе	40,3	58	1,7
Уровень личной безопасности	32,8	58,8	7,6
Возможность свободно выражать свои политические взгляды	37,8	55,5	6,7
Жизнь в целом складывается	59,7	39,5	0,8

Из таблицы видно, что респонденты в целом позитивно оценивают качество своей жизни, говорят о том, что жизнь складывается хорошо и они практически всем довольны.

Несмотря на то, что свое материальное положение респонденты оценивают как удовлетворительное, они имеют большие возможности, чем молодежная группа в целом. Так, они чаще, чем вся молодежь, за счет своих средств пользуются платными образовательными услугами, платными медицинскими услугами, платными оздоровительными услугами, ездят в туристические и образовательные поездки (рис. 1).

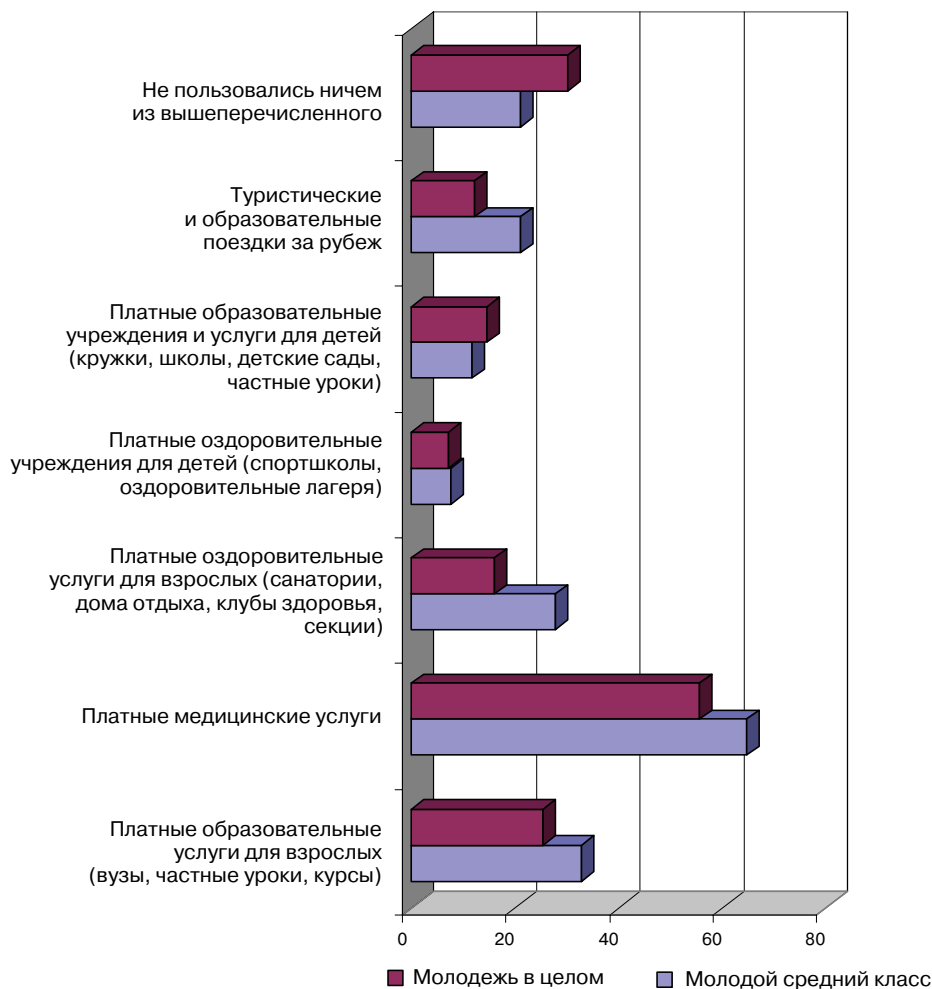


Рис. 1. Использование за счет собственных средств услуг (% по группам)

Интересен тот факт, что платными образовательными услугами для детей представители среднего класса пользуются реже, чем молодежь в целом, при том что уровень материального благополучия у них выше.

Если сравнивать источники доходов, то во всех группах преобладает заработная плата по основному месту работы. Следует отметить, что представители среднего класса чаще совмещают несколько мест работы, имеют собственный

бизнес, получают процент по вкладам и в меньшей степени используют разовые приработки и не зависят от материальной помощи родственников, друзей, соседей, то есть они более материально независимы. В целом они не стремятся что-либо предпринимать, чтобы улучшить свое материальное положение, так как считают, что в этом нет необходимости. О наличии материальных ресурсов говорит еще и то, что молодые представители среднего класса имеют больше сбережений, чем долгов (табл. 2).

Таблица 2

Имеющиеся в наличии ресурсы и средства (% по группам)

	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Сбережения, достаточные для того, чтобы прожить на них семье не менее года	15,1	8,5
Сбережения, недостаточные, для того, чтобы на них жить длительное время	26,1	16,7
Невыплаченные полностью кредиты в банках	22,7	25,4
Невыплаченные полностью кредиты на работе	2,5	2,5
Крупные долги частным лицам	0	1,2
Накопившиеся мелкие долги	2,5	15,1
Долги по квартплате более чем за два месяца	2,5	7,5
Ничего из вышеперечисленного не имеют	40,3	40,1

Место работы имеет первостепенное значение для дифференциации молодежи по профессиональному и «классовому» признакам. Более половины молодого среднего класса работают на государственных предприятиях, 23,5% — на вновь созданных частных, 15,1% — на приватизированных. Как это ни странно, но такое распределение характерно и для всей молодежной группы. Таким образом, государственные предприятия с их не очень высоким уровнем заработной платы обеспечивают доход, который позволяет отнести респондента к среднему классу. Правомерно ли тогда сравнение российского среднего класса с западным? Скорее всего, российский средний класс в значительной степени отличается от его европейского «собрата».

Большая часть молодых людей, причисленных к среднему классу, работает по специальности, полученной во время учебы, и уровень их квалификации соответствует требованиям, предъявляемым на работе.

Кем же работают современные молодые люди среднего класса? В большинстве они являются специалистами с высшим образованием (45,4%), 37% работают служащими, 6,7% являются руководителями среднего уровня (цеха, отдела), 5,9% — руководителями низшего уровня (бригадир, мастер).

Отраслевой состав выглядит следующим образом (табл. 3).

Таблица 3

Отраслевая принадлежность предприятий, на которых работает молодежь (% по группам)

Отрасль хозяйства	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Промышленность, энергетика, транспорт, строительство	18,5 (1)	37,2 (1)
Сельское и лесное хозяйство	2,5	0,8
Связь	0,8	0,3
Финансы, кредит, страховое дело	8,4	2,5
Торговля	13,5 (3)	18 (2)
Услуги	4,2	7,3(4)

Окончание таблицы

Отрасль хозяйства	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Коммунальное хозяйство, ЖКХ	1,7	3
Образование	11,8(4)	8,7 (3)
Здравоохранение	7,6	4,7
Наука и научное обеспечение	2,5	1,3
Культура и СМИ	5,9	3,7
Информационные технологии	2,5	0,7
Государственное и муниципальное управление	5	3,7
Армия, правоохранительные органы, силовые структуры	15,1 (2)	6,1
Не работают	0	2
Итого	100	100

Таблица показывает основные различия молодежи в целом и молодежи среднего класса. Молодежь среднего класса практически равномерно распределилась по выделенным в таблице отраслям, в то время как молодежь в целом сосредоточена в промышленности, энергетике, строительстве и транспорте, также ее достаточно в сфере оптовой и розничной торговли.

Работа требует определенных знаний, умений и навыков, которые можно приобрести в процессе обучения в учебном заведении или путем самообразования и самоподготовки. На рис. 2 показано соотношение ответов молодежи среднего класса и молодежи в целом.

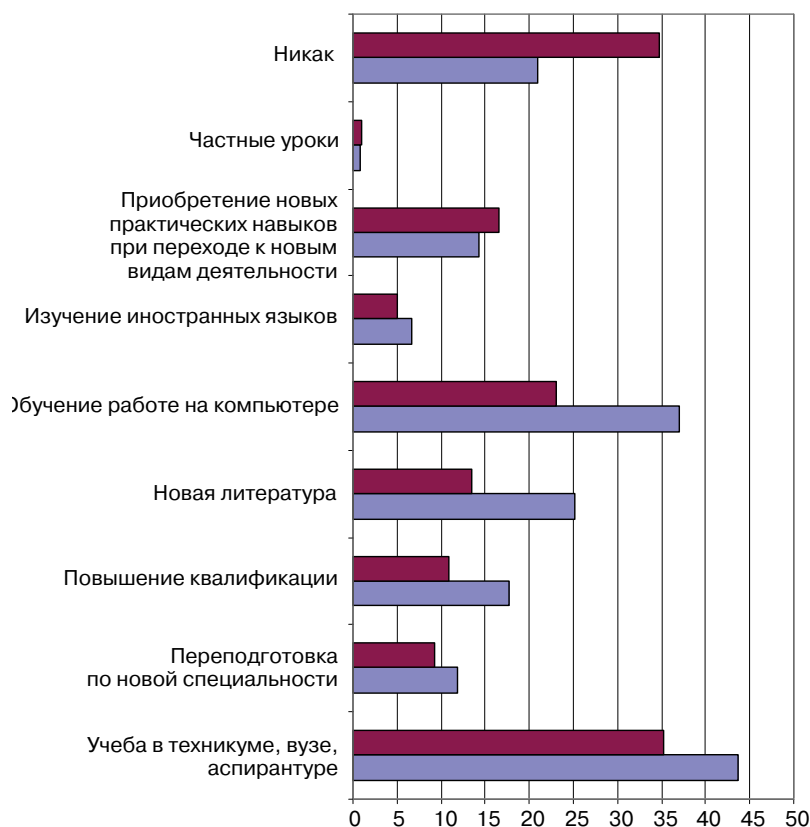


Рис. 2. Источники пополнения знаний (% по группам)

Как видно из диаграммы, молодежь среднего класса более активно и настойчиво пополняет багаж своих знаний и умений, причем это и институциональные источники (вузы, техникумы, курсы повышения квалификации и переподготовки), и источники самоподготовки (литература, компьютер).

Молодой средний класс чаще использует полученные знания (рис. 3).

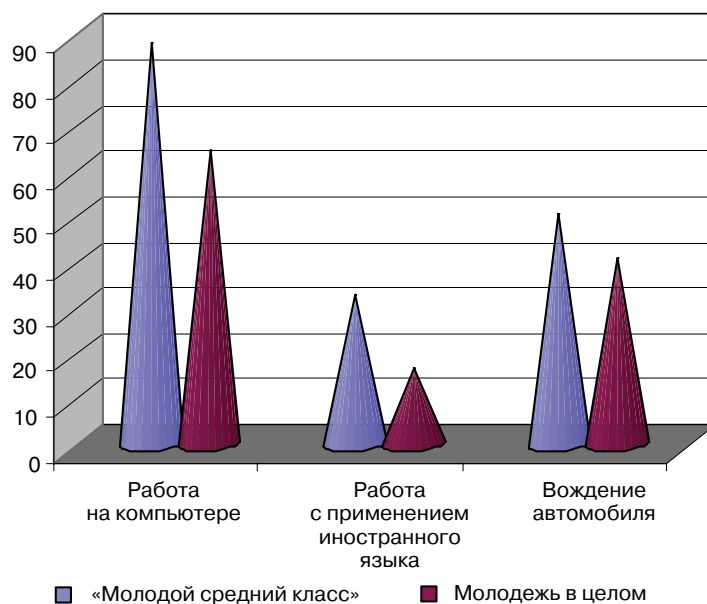


Рис. 3. Владение навыками (% по группам)

Представители молодого среднего класса чаще пользуются в своей работе компьютером и Интернетом. 41,2% опрошенных ответили, что их работа предполагает использование компьютера, в то время как в группе молодежи 57,4% сказали, что их работа этого не предполагает. Следовательно, можно говорить о том, что труд молодого среднего класса в большей степени информатизирован и интеллектуализирован. Мы можем говорить не столько об образовании и характере труда как о критерии выделения этой группы, сколько об интеллектуальности и применении в процессе труда информационных и компьютерных технологий.

Работа — это основное «место времяпрепровождения» для индивида в современном обществе. На работе человек проводит большую часть своей жизни. Поэтому закономерен вопрос о том, какими качествами должна обладать работа. Ответы респондентов на этот вопрос распределились следующим образом (табл. 4).

Таблица 4

Требования, предъявляемые респондентами к работе (% по группам)

Какой должна быть работа	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Интересной	53,8	55,9
Обеспечивающей карьеру	16	15,8
Обеспечивающей профессиональный рост	39,5	29,7
Разнообразной, творческой, предполагающей инициативу	19,3	13,6
Полезной обществу	12,6	10,8

Окончание таблицы

Какой должна быть работа	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Хорошо оплачиваемой	80,6	84,7
С хорошими условиями труда	24,4	35,5
Престижной	20,2	15,3
Оставлять время для других занятий	4,2	12,4
Не утомительной	5,9	7

Молодые представители среднего класса в наибольшей степени являются карьеристами, они наиболее креативны и склонны к выбору престижной работы. В своем большинстве это молодые интеллектуалы, поэтому помимо традиционных требований к работе (хорошо оплачиваемая, обеспечивающая карьеру, с хорошими условиями труда), они отмечают, что работа должна быть творческой, предполагающей инициативу, интересной, престижной. На рис. 4 показано, какое значение имеет работа для молодых людей.

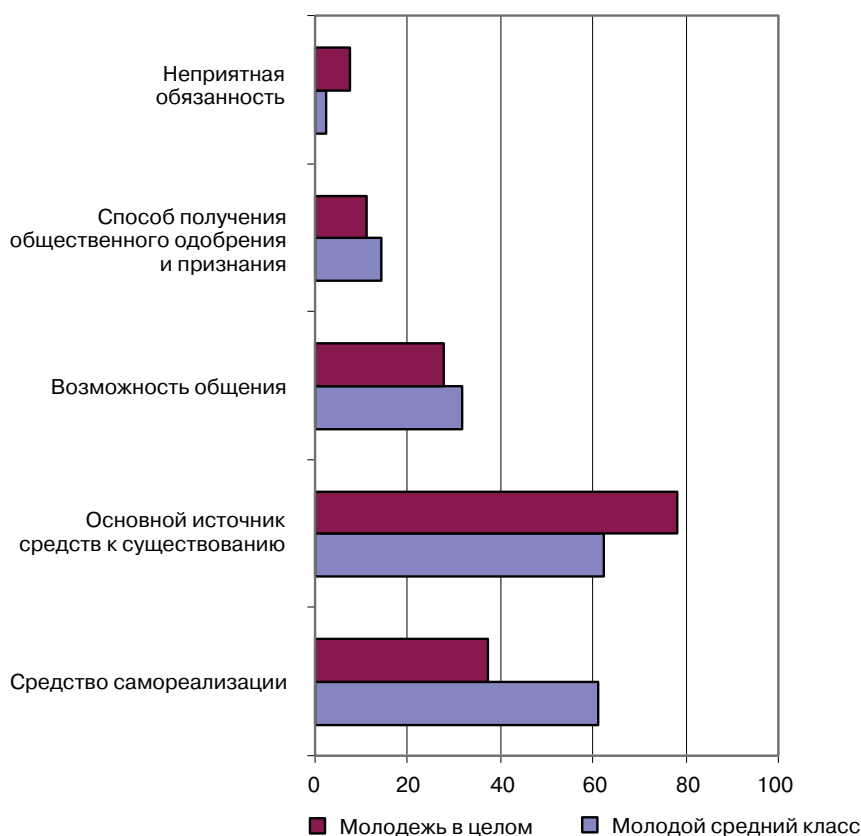


Рис. 4. Значение работы для респондентов (% по группам)

Таким образом, для молодых представителей среднего класса работа не является лишь чем-то принудительным, что дает только средства к существованию. Для них это способ преподнести себя, самовыразиться, т.е. работа является для них частью имиджа. Следовательно, чем она более престижна, тем больше она выполняет имиджевую функцию, тем в большей степени она дает возможность

самореализации. Итак, можно говорить, что среди критериев выделения среднего класса может быть названа престижность рабочего места индивида.

Следует остановиться также на вопросе о человеческих качествах, которые ценят респонденты в людях, и о наиболее распространенных для них формах проведения свободного времени.

Респондентам было предложено оценить 16 основных человеческих качеств (табл. 5).

Таблица 5

Человеческие качества, которые ценят в людях опрошенные (% по группам)

Качества	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Трудолюбие	38,7	43,6
Предприимчивость, умение добиваться успеха	49,6	50,2
Законопослушание	8,4	9,1
Инициативность, активность, творческий подход к делу	32,8	25,9
Честность	49,6	55,1
Профессионализм	51,3	40,8
Ответственность за то, что происходит в стране	3,4	5
Чувство долга	27,7	26,7
Неравнодушие	26,9	23,7
Рациональность, прагматизм	11,8	8,1
Бесконфликтность, толерантность	11,8	15,3
Послушание, смирение	5,9	3,5
Ответственность за себя и за своих близких	45,4	45,8
Чувство собственного достоинства	42	40,5
Готовность к участию в решении общих дел	8,4	10,6
Умение приспосабливаться	10,1	18,9

Молодые представители среднего класса, как видно из таблицы, являются в большей степени прагматиками. Выше других качеств они ценят профессионализм, в то время как молодежь в целом на первое место поставила честность. Итак, можно сказать, что молодой «средний класс» является скорее носителем западной ценностной модели.

И, наконец, несмотря на то, что работа занимает практически все время современного молодого человека, у него остается немного времени на досуг. Итак, как проводят свое свободное время молодые люди (табл. 6)?

Таблица 6

Досуг современного молодого человека (% по группам)

Формы досуга	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Чтение газет, книг	35,3	31,2
Посещение дискотек, ночных клубов, развлекательных мероприятий	24,4	29,5
Посещение спортклубов, секций тренировок	22,7	18,2
Посещение театров, концертов, кино	34,5	21,1
Дополнительное обучение	12,6	9,8
Посещение музеев, выставок, вернисажей	10,9	5
Занятие домашним хозяйством, детьми, дачей	31,1	37,5
Хобби	13,5	10,9
Участие в работе общественных организаций, собраний, ассоциаций	2,5	2
Занятия в кружках, клубах по интересам	1,7	2,8

Окончание таблицы

Формы досуга	Молодой средний класс	Молодежь в целом
Компьютер, Интернет, компьютерные игры	34,5	23,7
Просмотр телепередач, видео, прослушивание радию, музыки	72,3	69,2
Чтение художественной литературы	36,1	27,4
Посещение баров, кафе, ресторанов	34,5	32,5
Посещение политических организаций, митингов, собраний	0,8	1,5
Встречи с друзьями, общение	58,8	59,5
Прогулки на природе	43,7	43,4
Посещение церкви, других религиозных собраний	7,6	5,5
Ничегонеделание	48,7	53,2
Другое	0	0,5

Из таблицы видно, что досуговые предпочтения молодых представителей среднего класса мало отличаются от досуга молодежи в целом. Просто отдых и «ничегонеделание» являются самым популярным времяпрепровождением. В целом два ряда в приведенной таблице достаточно схожи, поэтому нельзя сказать, что молодые представители среднего класса чем-то выделяются из общей группы.

В целом следует отметить, что выделение исследователями молодежи среднего класса очень условно. Тем менее корректно сопоставлять эту группу с молодыми представителями среднего класса, например, в Западной Европе. В России средний класс можно выделить скорее по субъективному критерию самоотнесения. Об этом пойдет речь далее.

В последнее время проблемам формирования среднего класса в России посвящено множество публикаций. Большинство исследователей пытаются выделить эту группу по определенным критериям, описать ее, проанализировать существенные ее характеристики [1]. Среди населения стало престижным быть отнесенным к среднему классу по тем или иным критериям. Что же на самом деле представляет собой российский средний класс, особенно молодежь среднего класса? Каким представляют себе средний класс рядовые респонденты? Ответы на эти вопросы чрезвычайно интересны и важны для исследователей в различных областях социального знания.

В Тверской области было проведено исследование, посвященное проблемам формирования социальной структуры российского общества. Было опрошено 1500 человек в городах Тверь и Ржев. По данным этого исследования, около 40% молодых людей причисляют себя к среднему классу. Это вдвое больше, чем обозначено, по данным исследований, по России в целом. Однако не следует забывать, что самооценка и оценка на основании таких показателей, как средний уровень дохода, уровень образования, характер труда (умственный, физический) не всегда совпадают.

Среди критериев, по которым можно отнести того или иного индивида к среднему классу, опрошенные в возрасте от 18 до 34 лет назвали доход (71%), имущественное положение (собственная квартира, дача, автомобиль) (43%), образование (43%), личностные качества (честность, ответственность и т.д.) (22%), стабильность положения (уверенность в завтрашнем дне, стабильность социаль-

ного положения и т.д.) (17%), престижность работы (11%). Следовательно, относя себя к среднему классу и обозначая вышеперечисленные критерии, городская молодежь показывает, что обладает данными характеристиками и способна стать основой современного российского общества.

Молодежь может стать основой среднего класса, т.к., как показало исследование, она адекватно его характеризует и желает себя видеть в нем, что является показателем активности ее жизненной позиции. При совпадении интересов государственной молодежной политики и запросов самой молодежи в социально-трудовой сфере возможен рост благосостояния молодых людей и пополнение ими средних слоев общества.

ПРИМЕЧАНИЕ

- (1) Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ № 08-03-00139а.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад // www.isras.ru
[2] Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты. Аналитический доклад // www.isras.ru
[3] <http://www.gks.ru/>
[4] <http://www.middleclass.ru/>
[5] <http://www.perepis2002.ru/>

MIDDLE CLASS YOUTH: MYTH OR REALITY

U.V. Goliusova

Institute of Sociology with Russian Academy of Science
Krzhizhanovskogo st, 24/35, build.5, Moscow, Russia, 117259

Many researches both in Russia and abroad are concerned with the question of whether middle class exists in Russia and, if so, what its distinctive features are. The problem of particular interest is the sources of recruiting to that social group. One of its source clusters is youth. The article considers main traits of middle class youth, their self-identification and their perception of Russian middle class.