

Ильиных Светлана Анатольевна

доктор социологических наук, профессор,
исполняющий обязанности заведующего
кафедрой социологии
Новосибирского государственного университета
экономики и управления

СРЕДНИЙ КЛАСС В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация:

В статье анализируется средний класс с позиции социологии управления. С точки зрения социологии управления можно говорить о том, что средний класс отличается от других классов как доходами и потреблением, так и способом получения доходов, характером деятельности, устойчивостью мировоззрения, высоким уровнем образования, которые формируют самоуважение и внутреннюю независимость. Социология трактует средний класс с позиции двух подходов – социально-профессионального и социально-самоидентификационного. На основании этих двух подходов автором выявлены эмпирические характеристики среднего класса. Анализ таких признаков, как образование, доход, профессиональный статус, позволил рассмотреть некоторые признаки среднего класса и вычлнить имплицитные признаки представителей среднего класса.

Ключевые слова:

средний класс, признаки, стратегии поведения, доход, профессиональный статус, образование, социально-профессиональный и социально-самоидентификационный подход, гендерный аспект, способы улучшения материального положения, социология управления.

Ilyinykh Svetlana Anatolyevna

D.Phil. in Social Science,
Professor, Acting Head of
Social Science Department,
Novosibirsk State University of Economics
and Management

THE MIDDLE CLASS IN THE FRAMEWORK OF THE SOCIOLOGY OF MANAGEMENT

Summary:

The article analyses the middle class in the framework of the sociology of management. From the perspective of the sociology of management the middle class distinguishes itself by both income, consumption and the way of gaining income, the type of activities, firmness of outlook, high education level, which form the self-esteem and inner independence. Sociology interprets the middle class from the perspective of the two approaches: social professional and social identity. Based on these two approaches, the author discusses the empirical characteristics of the middle class. Analysis of such characteristics as education, income, occupational status, has allowed to consider some features of the middle class and describe the implicit signs of the middle class representatives.

Keywords:

middle class, signs, behaviour strategies, income, occupational status, education, social professional and social identity approaches, gender aspect, ways to improve financial situation, sociology of management.

Исследование социальной структуры общества интересовало социологов разных времен. Этот интерес не случаен, поскольку именно средний класс выступает базисом стабильности общества, классом удовлетворенных жизнью индивидов, слоем людей, имеющих устойчивые традиции, ценности, разнообразные досуговые практики и вполне «здоровые» практики потребления.

Средний класс как объект исследования в рамках социологии появился в работах М. Вебера, который понимал под классом любую группу индивидов, находящихся в сходной классовой ситуации и обладающих одинаковым классовым статусом, а фактором, детерминирующим появление классов, считал экономический интерес [1]. Анализ классов сквозь призму выполняемых ими функций был произведен также в работах М. Хальбвакса [2].

Коренные изменения в различных сферах общества привели к формированию нового типа социального устройства с соответствующим изменением социальной структуры. Так, в России за период социально-экономических реформ осуществлены достаточно серьезные преобразования, изменившие всю структуру российской экономики и российского общества. Одним из них с точки зрения социологии управления можно считать изменение стратификационной системы. В данном случае актуальны следующие вопросы: какие принципиальные изменения произошли в этой системе, появились ли новые классы, расширились или сократились уже имеющиеся, традиционные классы и т. д.

В рамках статьи рассмотрим вопрос, касающийся среднего класса. Несмотря на появившиеся новые направления исследований в социологии управления, означенная тема продолжает оставаться достаточно актуальной по той причине, что средний класс играет особую роль в жизнедеятельности российского общества. Ее суть сводится к тому, что для осуществления самых перспективных планов в России необходима та социальная группа, которая реально сможет

оценить, воспринять и осуществить экономическую, социальную и другие инновации. Этой силой как раз и может быть массовый средний класс. Так что же представляет собой средний класс? Сам феномен многогранен и сложен, а потому разнообразны его определения. В.В. Радаев замечает, что средний класс – и не средний, и не класс в принятом смысле слова [3].

В настоящее время к исследованию среднего класса применяют методологию, основанную на монетарном, социально-профессиональном, самоидентификационном и некоторых других подходах. Эти подходы более или менее равнозначны. В экономических исследованиях преобладает *монетарный подход* [4, с. 13–14].

Социология трактует средний класс с позиции двух подходов. В рамках первого, *социально-профессионального подхода* к среднему классу относят индивидов с достаточно высоким уровнем образования и должностным положением. Второй, *социально-самоидентификационный подход* использует критерий самооощущений.

Так, «средний класс» как группа, выделенная по критерию самоидентификации, рассматривается в проекте Института социологии РАН [5]. Здесь используются доходно-имущественный и квалификационно-должностной критерии. В исследовании О.И. Шкаратана предлагается в составе среднего класса изучать профессиональные агрегаты, в том числе с учетом их функциональности либо дисфункциональности, а также выделять «реальные» социальные группы с использованием агрегирующих методов анализа данных (на основе кластерного анализа) [6].

В более позднем исследовании среднего класса, проведенном Институтом социологии РАН, предлагалось четыре критерия для отнесения респондентов к среднему классу [7]. Сюда относятся уровень образования, благосостояния, количество товаров длительного пользования, профессиональный статус. Существенную роль играл показатель «самоидентификации». Важно, чтобы свой статус в обществе индивид оценивал не менее чем на 4 балла по 10-балльной шкале, а «человеческий капитал» в виде опыта, связей, средств, возможностей и пр., который накопил человек, приносил бы доход, позволял найти работу, обеспечить семью, быть здоровым и радоваться жизни.

Итак, с точки зрения социологии управления можно говорить о том, что средний класс отличается от других классов как доходами и потреблением, так и способом получения доходов, характером деятельности, устойчивостью мировоззрения, высоким уровнем образования, которые в совокупности формируют самоуважение и внутреннюю независимость.

Исходя из такого подхода к среднему классу, важно выделить те критерии и признаки, по которым индивид может быть причислен к среднему классу. Как указывает Т.М. Малева, средний класс не может быть описан одним интегральным критериальным признаком. К числу таких признаков относятся: уровень доходов, объем накопленных сбережений, уровень имущественной обеспеченности, что отражает *материальные ресурсные признаки*; уровень образования, профессионально-квалификационная, должностная позиции, что составляет *нематериальные ресурсные признаки*; стратегии успешного экономического поведения, самомотивации успешности адаптации к новым экономическим условиям, самооценки комфортности нынешней жизни и др., что характеризует *признаки социального самочувствия* (самоидентификация) [8].

Даже на основании этих критериев можно говорить о том, что средний класс крайне неоднороден. К примеру, Т.М. Малева указывает: «...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 единого поведения (например, голосования за определенный политический блок)...» [9, с. 15–16]. Средний класс чаще всего рассматривается как стратифицированный слой, имеющий «ядро» и «периферию». Согласно результатам исследований, проведенных Институтом социологии РАН, было выявлено, что на формирование своего «человеческого капитала» (образование, переподготовку и т. п.) три четверти людей, входящих в «ядро» среднего класса, потратили 15 лет и более [10]. «Периферия» среднего класса, состоящая сейчас в основном из работников со средним специальным образованием, тратит 12–14 лет на учебу. Чем же отличаются «ядро» и «периферия»?

Так, владение компьютером в работе выступает в качестве границы: ежедневно пользуются компьютером 67 % «ядра» среднего класса и 35 % его «периферии». Используют интернет каждый день больше половины представителей «ядра» и каждый пятый представитель «периферии». Иностранный язык используют ежедневно 8 % представителей «ядра» среднего класса, в то же время подавляющее большинство россиян не используют иностранный язык, так как не нуждаются в этом вообще.

В 2015 г. автором настоящей работы было проведено исследование представителей городского среднего класса в г. Новосибирске. За основу были приняты такие признаки, как образование, доход и профессиональный статус. Методом анкетирования были опрошены 276 мужчин и 395 женщин. Основываясь на классификации Уорнера, мы задали респондентам вопрос:

«К какому социальному классу Вы себя относите?» Оказалось, что к наиболее обеспеченному классу себя причисляют 7,2 % мужчин и 1,8 % женщин. При этом нами сознательно отбирались типичные представители среднего класса. В данном случае по такому критерию, как самоидентификация, респонденты отнесли себя к высшему классу. К верхней части среднего класса себя отнесли 21,4 % мужчин и 8,1 % женщин, к средней – 41,7 % мужчин и 58 % женщин, к нижней – 24,3 % мужчин и 22,8 % женщин. С точки зрения социологии управления можем говорить об управлении представлениями респондентов о своем социально-стратификационном статусе.

Как было указано выше, признаками среднего класса являются профессиональный статус и доход. Рассмотрим **профессиональный аспект** через показатели должностного статуса и отношения к работе. Респондентам был задан вопрос: «Какую должность по основному месту работы Вы занимаете?» Согласно полученным результатам, 13,1 % мужчин и 4,3 % женщин работают в статусе топ-менеджера, руководителя компании, бенефициара, 8,3 % мужчин и 1,5 % женщин являются руководителями крупных подразделений. Сходная ситуация по руководителям среднего уровня, которыми оказались 15,6 % опрошенных мужчин и 8,9 % женщин. Показательно, что совпадает число респондентов, занимающих должности руководителя низшего звена (по 9,1 % в каждой группе) и ведущего специалиста (мужчины – 17 %, женщины – 18,7 %). Иная картина в отношении статуса служащего и специалиста: данную позицию занимают 23,9 % мужчин и 33,2 % женщин. Как видим, женщины реже являются топ-менеджерами (в 4 раза) и руководителями крупного подразделения (почти в 6 раз), но как ведущие специалисты и служащие они даже опережают по численности мужчин. Несмотря на то что средний класс занимает в стратификационной системе более высокие позиции, гендерные аспекты для него также актуальны.

Средний класс, с нашей точки зрения, имеет своеобразное *отношение к работе*. Для среднего класса работа выступает в качестве инструментальной и терминальной ценности, а для представителей низшего класса она прежде всего является основным источником средств к существованию. В результате анализа ответов респондентов на вопрос: «Укажите, пожалуйста, какое значение для Вас имеет работа?» – были выявлены три главные характеристики работы. Для 81,5 % мужчин и 70,6 % женщин работа – это источник финансового благополучия, для 41,7 % мужчин и 45,6 % женщин – средство самореализации, 35,9 % мужчин и 27,3 % женщин воспринимают работу как возможность приобретения новых возможностей и связей. Хотя и несущественно, но все же выше оказалась доля мужчин, оценивающих работу с точки зрения финансовой независимости и новых связей, в то же время большее количество женщин продемонстрировало свое отношение к работе как к средству самореализации.

Следующий признак – **доход**. Оказалось, что 43,1 % мужчин и 62,3 % женщин имеют ежемесячный доход на одного члена семьи до 30 000 р. Доход от 30 000 до 50 000 р. имеют около трети опрошенных (32,2 и 27,1 % соответственно). О доходе от 50 000 до 70 000 р. высказались 14,9 % мужчин и 7,3 % женщин (показательно, что доля женщин уменьшилась почти вдвое). Почти в семь раз меньше опрошенных женщин, имеющих доход от 70 000 до 90 000 р. (6,9 и 0,8 % соответственно). 4 % мужчин имеют доход от 90 000 р. и выше. С точки зрения социологии управления можем говорить о проявлении в данном случае гендерных аспектов [11]. По нашему мнению, наблюдается в целом более низкий уровень зарплат женщин по сравнению с мужчинами без «привязки» к тому или иному классу [12; 13].

Способы улучшения материального положения можно рассматривать с разных точек зрения, в том числе и с позиции «активности – пассивности». Активные способы – это любая возможность дополнительных заработков, в том числе и работа по совместительству, пассивные – сдача внаем любых предметов и недвижимости, проценты от вложенных денежных средств. Согласно результатам исследования, мужчины чаще пользуются активными способами. Показательно, что 31,2 % мужчин используют любую возможность заработка и 27,9 % работают по совместительству. Пассивные способы применяет десятая часть опрошенных: по 11,6 % сдают внаем и используют проценты от вкладов. 18,8 % мужчин не имеют возможности улучшить свое материальное положение в принципе, а вот 18,1 % ничего не делают, так как не видят в этом необходимости. В группе женщин 20,3 % опрошенных ничего не делают ввиду отсутствия такой необходимости, 32,7 % женщин в принципе не имеют такой возможности. При этом лишь одна пятая часть использует возможности получения любого дополнительного заработка и 16,5 % работают по совместительству. 9,1 % прибегают к пассивным способам. Как видим, с точки зрения социологии управления очевидно, что лишь пятая часть опрошенных женщин пользуется активными способами, в то время как только третья часть мужчин проявляет активность в поиске новых способов улучшения материального благосостояния. Все это тоже отражает особенности экономических и поведенческих практик среднего класса.

Подведем итоги. Проблематика среднего класса остается весьма актуальной и потому требует дальнейшего глубокого анализа в рамках социологии управления. Принципиальное отличие

социологического подхода от экономического позволило рассмотреть некоторые признаки среднего класса и вычлениить имплицитные признаки представителей среднего класса. Но стоит сказать, что требуют тщательного изучения такие проблемные вопросы, как стратификационная структура среднего класса, профессиональная карьера, стиль жизни, условия рекрутирования в средний класс. Причина столь пристального внимания в том, что «глубина» и «ширина» этой страты определяют спокойствие и уверенность всего общества в завтрашнем дне.

Ссылки:

1. Вебер М. Сословия и класс // Личность. Культура. Общество. 2007. № 4. С. 22.
2. Хальбвакс М. Социальные классы и морфология СПб., 2000. 506 с.
3. Радаев В.В. Средний класс как нормативная модель // Дискуссия о среднем классе : материалы конф. «Средний класс: проблемы формирования и перспективы роста». М., 2008. С. 39–45.
4. Российские средние классы накануне и на пике экономического роста. М., 2008.
5. Городской средний класс в современной России : анализ. докл. Института социологии РАН. М., 2006.
6. Шкаратан О.И., Иняевский С.А., Любимова Т.С. Новый средний класс и информационные работники на российском рынке труда // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 5–27.
7. Добрынина Е. Железная середина [Электронный ресурс] // Российская газета. 2015. № 6393 (121). 12 сент. URL: <http://www.rg.ru/2014/05/30/klass.html> (дата обращения: 12.11.2016).
8. Малева Т.М. Россия в поисках среднего класса [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2007/3/ma9.html> (дата обращения: 12.11.2016).
9. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / под ред. Т.М. Малевой. М., 2003.
10. Добрынина Е. Указ. соч.
11. Ильиных С.А. Влияние гендера на картину мира: опыт социологического исследования // Социология: методология, методы, математическое моделирование : науч. журн. РАН. 2009. № 28. С. 66–86.
12. Ильиных С.А. Гендерная асимметрия: причины и основные пути ее преодоления : автореф. дис. ... канд. социол. наук. Новосибирск, 2004.
13. Ильиных С.А. Гендерные стереотипы и гендерные представления в организационной культуре: на примере организаций малого бизнеса // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 10 (78). С. 332–338.

References:

- Dobrynina, E 2015, 'Iron middle', *Rossiyskaya gazeta*, no. 6393 (121), September 12, viewed 12 November 2016, <<http://www.rg.ru/2014/05/30/klass.html>>, (in Russian).
- Halbwachs, M 2000, *Social classes and morphology*, St. Petersburg, p. 506, (in Russian).
- Ilyinykh, SA 2004, *Gender asymmetry: the reasons and the basic ways of overcoming it*. PhD thesis abstract, Novosibirsk, (in Russian).
- Ilyinykh, SA 2009a, 'Influence of gender on the picture of the world: experience of sociological research', *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoye modelirovaniye : nauch. zhurn. RAN*, no. 28, pp. 66-86, (in Russian).
- Ilyinykh, SA 2009b, 'Gender stereotypes and gender representation in the organizational culture: the case of small businesses', *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, no. 10 (78), pp. 332-338, (in Russian).
- Maleva, TM (ed.) 2003, *Middle Classes in Russia: Economic and Social Strategies*, Moscow, (in Russian).
- Maleva, TM 2007, *Russia in search of a middle class*, viewed 12 November 2016, <<http://magazines.russ.ru/nz/2007/3/ma9.html>>, (in Russian).
- Radayev, VV 2008, 'The middle class as a normative model', *Diskussiya o srednem klasse : materialy konf. «Sredniy klass: problemy formirovaniya i perspektivy rosta»*, Moscow, pp. 39-45, (in Russian).
- Shkaratan, OI, Inyasevsky, SA & Lyubimova, TS 2008, 'The new middle class of informational and workers in the Russian labor market', *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, no. 1, pp. 5-27, (in Russian).
- The Russian middle class on the eve and at the peak of economic growth* 2008, Moscow, (in Russian).
- The urban middle class in modern Russia: the analyte. rep. Institute of Sociology* 2006, Moscow. , (in Russian).
- Weber, M 2007, 'Classes and class', *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo*, no. 4, p. 22, (in Russian).