

Социально-психологический подход к проблеме определения среднего класса в России

Моисеев Андрей Сергеевич

студент

МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: moisey-as@yandex.ru

Введение. В массовом сознании упорно закрепился термин «средний класс», в который, подчас, каждый вкладывает своё собственное понимание. До 90 годов XX века тема среднего класса была недоступна для отечественной социальной психологии. Только с середины 90 годов XX века стали появляться работы, в которых шла жаркая дискуссия о наличии и роли среднего класса в России, что было обусловлено изменениями социально-экономических отношений в обществе. Поэтому новизна темы изучения среднего класса не вызывает сомнений.

Понятие «средний класс» впервые начали употреблять в Англии, однако впоследствии это понятие стали применять во многих развитых и развивающихся странах, где средний класс представляет собой большинство, которому свойственно желание политической стабильности, нежелание резких изменений в обществе, политических потрясений. Его мнение и поведение в целом прогнозируемы, что и делает средний класс желанным для любого государства [Богомолова, Донцов, Фоломеева, 2002, стр. 141]. Таким образом, средний класс в развитых странах Запада становится центральной социальной фигурой, ему приписывают роль решающей силы в стабилизации, интеграции и развитии общества, опоры и гаранта демократических и либеральных ценностей [Дилигенский, 2002, стр. 15]. В последнее время в развитых странах Запада также стали выделять новый средний класс, члены которого стремятся не к деньгам и материальному благополучию, которые подразумеваются, а к самореализации. Социальное поведение таких людей определено *ценностями* среднего класса [Богомолова, Донцов, Фоломеева, 2002].

Что считать средним классом в России? Критерии выделения среднего класса в России ещё до конца не сформулированы, хотя и обозначены некоторые параметры определения этой группы населения: социально-демографическая характеристика (уровень дохода, сфера деятельности, уровень образования, занимаемая должность, иногда профессия, социальный статус, характер потребления, возраст); особый образ жизни; ориентация на увеличение дохода (деньги как мерило успеха) или на самореализацию (в случае, когда имеется необходимый для этого доход) [Богомолова, Донцов, Фоломеева, 2002, стр. 142]. В результате разные авторы предлагают разный набор критериев, однако все соглашаются с тем, что кроме объективных критериев выделения среднего класса, важнейшей психологической характеристикой среднего класса является *идентификация* с ним его представителей [Богомолова, Донцов, Фоломеева, 2002, стр. 143]. Средний класс может считаться реальным образованием тогда, когда его члены разделяют общие ценности, имеют общую систему категорий и оценок и осознают себя принадлежащим к этой группе. Идентификация со средним классом становится важным субъективным критерием определения представителей этого класса. Этот критерий используется и в социологических [см. например, Хахулина, 1999], и в социально-психологических исследованиях. Например, исследование К.Ю. Подцерковской показало, что средний класс субъективно определяется как слой с определённым уровнем дохода, состоящий из нескольких групп, различающихся по характеру занятости и профессиональному признаку [Богомолова, Донцов, Фоломеева, 2002, стр. 143]. Кроме того, результаты исследования показали, что идентификация

представителей среднего класса со своей группой высока и носит положительную эмоциональную окраску. Отнесение себя к среднему классу делается на основе сравнения с представителями других социальных групп по критерию дохода, характера работы, образа жизни, уровня образования и активной жизненной позиции. Для Г.Г. Дилигенского центральным понятием, позволяющим определить и дифференцировать категорию «средний класс» является понятие идентичности как комплекса представлений индивидов о социальной реальности и их места в ней, которые регулируют жизненную активность и специфичны именно для данной страты (отличают от других страт) [Дилигенский, 2002, стр. 58].

Внимание на субъективный критерий определения среднего класса обращается и в исследованиях общественного мнения [Бавин, 2006, стр. 8]. Опираясь на данные ФОМ, П. Бавин пишет, что понятие «средний класс» обладает в массовом сознании преимущественно позитивными коннотациями, и это приводит к тому, что люди всё охотнее относят себя к этой группе. За период с октября 1998-го по февраль 2004 года доля россиян, относящих себя к среднему классу выросла с 20 до 43%.

Перспективные направления социально-психологических исследований российского среднего класса. Всё сказанное обуславливает необходимость перспективных направлений социально-психологических исследований российского среднего класса. Наиболее интересны, с нашей точки зрения, два пути: 1) исследования социальной идентичности представителей российского среднего класса и 2) исследования ценностей представителей этой социальной группы. Более того, эти два сюжета тесно связаны между собой. Ценности выступают как нечто общее, что может объединять людей – в том числе объединять в социальные группы. Изучая ценности представителей российского среднего класса, мы можем больше продвинуться в понимании того, как осуществляется идентификация россиян со средним классом. Именно сходные ценности (как в социальном, так и в личностном аспекте) могут толкать человека на осознание того, что «я такой же, как и *мы*, как моя социальная группа – средний класс». То есть субъективный критерий выделения среднего класса – когда человек сам себя причисляет к этой группе – может быть основан именно на сходстве системы ценностей [см. Емельянова, 2006]. Именно это положение использовано в качестве основы в нашем дипломном исследовании. Подчеркнём, что проблема идентичности становится особенно актуальной в современной России, так как в нашей стране ещё не закончились социально-экономические изменения. Возможно, обрести новую идентичность позволит как раз идентификация со своей большой социальной группой – классом; в частности это актуально для повышения удельного веса в обществе такой группы, как средний класс.

Литература

1. Бавин П. В ожидании среднего класса // Социальная реальность. 2006 № 1.
2. Богомолова Н.Н., Донцов А.И., Фоломеева Т.В. Психология больших социальных групп: новые судьбы, новые подходы // Социальная психология в современном мире / под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М., 2002.
3. Дилигенский Г.Г. Люди среднего класса. М., 2002.
4. Емельянова Т.П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М., 2006.
5. Хахулина Л. Субъективный средний класс: доходы, материальное положение, ценностные ориентации // Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения. 1999. № 2.