

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ДЕТЕРМИНАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКОГО СРЕДНЕГО КЛАССА¹

Постановка проблемы. Средний класс — особая социальная группа, которая активно исследуется в различных науках (в экономике, политологии, социологии, психологии и др.) и обсуждается в СМИ. Ведутся дискуссии о критериях выделения среднего класса и о той роли, которую он выполняет в обществе. Неоднозначность выделения и продолжающийся процесс его формирования определяют актуальность изучения среднего класса с позиции самоопределения. С учетом неоднозначности выделения среднего класса и продолжающегося процесса его формирования чрезвычайно актуальным является изучение социальной активности и самоопределения этой группы.

В условиях современного общества процесс социального самоопределения субъекта все более усложняется. Пассивное принятие социальных ролей, уход в круг семьи и близких друзей, крайний индивидуализм затрудняют осмысление своей позиции в социуме. Вместе с тем проявление социальной активности, осознанное использование тех или иных стратегий социального самоопределения повышают удовлетворенность своим местом в жизни, и в конечном итоге повышается качество жизни в целом.

Целью эмпирического исследования выступало выявление психологической детерминации социальной активности и социального самоопределения у отдельных подгрупп российского среднего класса. Выборка составила 397 респондентов, проживающих в Москве и Московской области, в возрасте от 17 до 69 лет.

Концептуальные основы исследования. Подходы к анализу содержания и структуры самоопределения предлагают многие авторы (К.А. Абульхано-

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Мониторинг состояния гражданского общества», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г.

ва, Л.И. Божович, Е.М. Борисова, М.Р. Гинзбург, А.Л. Журавлев и А.Б. Купрейченко, Е.А. Климов, А.К. Маркова, А.В. Петровский, В.А. Петровский, Н.С. Пряжников, С.Л. Рубинштейн, В.Ф. Сафин, Д.И. Фельдштейн и др.). Социальное самоопределение — процесс активного поиска субъектом своего способа жизнедеятельности в обществе (социуме) на основе воспринимаемых, принимаемых или формируемых (создаваемых) им во временной перспективе базовых отношений к обществу (социуму) и его субъектам, а также на основе собственной системы жизненных смыслов и принципов, ценностей и идеалов, возможностей и способностей, ожиданий и притязаний [Журавлев, Купрейченко, 2007, с. 20]. Ключевыми элементами социального самоопределения являются социальные ценности, значимость сфер жизни и направлений жизнедеятельности, удовлетворенность ими, социально-экономический статус, *готовность к социальной активности*.

Опираясь на современные исследования (И.М. Андромонова, В.Г. Мордкович, Е.С. Соколова, А.С. Чернышев и др.), мы определяем *социальную активность* как индивидуальные или групповые действия, направленные на изменения общества (социума) в целом, своего места в нем и самого себя (Я-социальное). Социальная активность может иметь различную степень выраженности. Под *нормативной* понимается социальная активность в основной деятельности (в работе, учебе), а также активность, связанная с удовлетворением насущных потребностей личности и ее близких. Социальная активность выше *нормативной*, это активность, направленная на нужды общества (меценатство, спонсорство, волонтерство, социально полезное хобби, а также активность в общественных объединениях, фондах, клубах и т.д.). Следует отметить, что *нормативная* активность, хотя и ориентирована на потребности субъекта, косвенно влияет на благополучие всего общества. Можно сказать, что забота о физическом, экономическом и психологическом благополучии — как собственном, так и своих близких — является гражданским долгом каждого члена общества.

Социальное самоопределение и готовность к социальной активности имеют особенности у различных социальных групп, в частности у среднего класса. В исследованиях [Тихонова, 2007; Горюнова, 2008; Тихонова, Мареева, 2009] в качестве критериев отнесения к среднему классу используются характеристики: 1) образование (наличие как минимум среднего специального образования); 2) социально-профессиональный статус (нефизический характер труда или предпринимательская деятельность); 3) наличие более высокого уровня благосостояния, чем средний для региона проживания респондентов (т.е. показатели среднемесячных душевых доходов не ниже их медианных значений в данном регионе); 4) самоидентификация респондентов [Тихонова, 2007, с. 9–10].

Анализ исследований показывает, что представителей среднего класса отличают специфический образ жизни, система ценностей [Андреев, 2007; Бавин, 2006; Горюнова, 2008; Дилигенский, 2002; Заславская, Громова, 1998; Купрейченко, Моисеев, 2008; Попова, 2005; Седова, 2007; Тихонова, 2007; Хахулина, 1999 и др.]. Можно предположить, что для среднего класса характерно позитивное отношение к различным видам социальной активности, к обществу и своему месту в нем, т.е. особая социальная позиция как результат социального самоопределения в нестабильных условиях трансформирующегося российского общества.

Программа эмпирического исследования. Программа исследования является модификацией программы социального самоопределения А.Л. Журавлева и А.Б. Купрейченко и включает следующие содержательные блоки:

1) блок самооценки экономического статуса, его индикаторов, уровня и динамики;

2) блок ценностей — методика «Базовые ценности и антиценности россиян»;

3) блок самооценки социальной активности — авторский методический прием изучения готовности к социальной активности;

4) блок оценки социально-экономических характеристик — методика определения среднего класса Института социологии РАН [Тихонова, 2007; Горюнова, 2008];

5) блок оценки удовлетворенности различными сферами жизни — авторский методический прием изучения удовлетворенности различными сферами жизни;

6) блок стратегий преодоления стрессовых ситуаций — опросник SACS в модификации Н.Е. Водопьяновой, Е.С. Старченковой.

Результаты исследования

В целом результаты эмпирического исследования продемонстрировали позитивный прогноз удовлетворенности в будущем всеми сферами жизни и направлениями жизнедеятельности у представителей среднего класса по сравнению с удовлетворенностью ими в настоящий момент и в прошлом. Это свидетельствует о позитивной динамике социального самоопределения представителей современного городского среднего класса в будущем. Однако социальная группа среднего класса неоднородна по своим экономическим, социальным, демографическим и, разумеется, психологическим характеристикам.

Можно сделать предположение о том, что самоидентификация с одним из уровней социально-экономического статуса (ниже среднего, средний,

выше среднего) есть не простая констатация уровня материального благосостояния, а проявление определенной социальной позиции личности, проявляющейся в системе ценностей, готовности к социальной активности и в других особенностях социального самоопределения представителей выделенных категорий (подгрупп). Современные исследования показывают, что существует взаимосвязь субъективной оценки качества жизни и экономико-психологического статуса личности [Филинкова, 2005; Хашенко, Баранова, 2004; Hartner, Kirchler, Poshalko, Rechberge, 2010; Wenzel, 2007]. Соответственно можно предположить, что различия в статусе наших респондентов будут определять психологические особенности их самоопределения.

Подгруппы среднего класса были выделены с помощью методического приема Н.Е. Тихоновой, который связан с интегральной самооценкой индивидом своего положения в обществе [Горюнова, 2008; Тихонова, 2007]. В результате выделены три подгруппы среднего класса: 1) субъективный «нижний» средний класс (16% выборки); 2) субъективный «средний» средний класс (57% выборки); 3) субъективный «верхний» средний класс (27% выборки).

Среди представителей «нижней» подгруппы среднего класса больше руководителей низшего звена и служащих; в «средней» и «верхней» подгруппах больше руководителей, а также владельцев и совладельцев предприятий. Эти результаты кажутся естественными, так как социальный статус управленцев и предпринимателей выше, чем социальный статус служащих и младших менеджеров. Средний душевой доход у «нижней» подгруппы составляет 34 тыс. руб./мес., у «средней» — 43 тыс. руб., у «верхней» — 40 тыс. руб./мес. Таким образом, уровень дохода не является ключевым фактором идентификации представителей различных подгрупп среднего класса. Это еще раз убеждает в том, что изучается фактически субъективный (психологический) феномен.

Установлено, что считают себя социально активными примерно половина представителей подгрупп «нижнего» и «среднего» среднего класса. При этом в подгруппе представителей «верхнего» среднего класса считают себя социально активными 76% респондентов, а не считают себя социально активными — 24%. Это может быть связано с тем, что социальные позиции этих респондентов являются более крепкими и высокими, что позволяет им в большей степени проявлять свою социальную активность и осознавать это. Имея возможность не думать постоянно о выживании, эти люди обладают свободными ресурсами для их использования в сверхнормативных целях.

Для представителей «верхнего» среднего класса характерна более высокая степень включенности в исследованные формы социальной активности (табл. 1). Одиночная нормативная активность примерно одинакова у всех рассматриваемых подгрупп среднего класса (чуть выше у представителей

«верхней» подгруппы), в то время как наибольшие показатели по степени включенности в одиночную социальную активность выше нормы, а также в нормативную активность в большой группе выше у представителей «верхне-го» среднего класса.

Таблица 1. Выраженность различных форм социальной активности у представителей подгрупп среднего класса

Подгруппа среднего класса	Выраженность различных форм социальной активности (среднее)			
	Нормативная одиночная	Выше нормативной одиночной	Нормативная в малой группе	Выше нормативной в большой группе
«Нижняя»	3,92	2,13	2,21	2,17
«Средняя»	3,99	2,03	1,68	1,96
«Верхняя»	4,19	2,52	2,05	2,19

Вместе с тем наиболее высокие показатели нормативной активности в малой группе — у представителей «нижнего» среднего класса. Кроме того, показатели включенности в исследованные формы социальной активности у этой подгруппы немного выше, чем у представителей «средней» подгруппы среднего класса, чьи показатели оказались минимальными. Это свидетельствует о том, что социальная активность более характерна для «верхней» подгруппы среднего класса, так как у них есть возможность, сохраняя высокое социальное положение, тратить ресурсы на развитие себя и общества.

В то же время социальную активность проявляют и представители «нижней» подгруппы среднего класса. Но для них это не возможность развития, а необходимость выживания. Без мобилизации, без определенного уровня включенности в социальную активность они могут потерять свои позиции в обществе и скатиться за черту нижней границы среднего класса. Меньшая готовность проявлять социальную активность представителями «средней» подгруппы среднего класса, если учесть их желание «законсервировать» свое социальное положение, не вызывает удивления. Для них проявление социальной активности — угроза стабильности. Руководствуясь принципом «как бы чего не вышло», они боятся менять себя и свое место в обществе. Можно также предположить, что, затратив на предыдущем этапе жизни изрядные усилия на достижение социально-экономического благополучия, они перешли на этап стабильности и некоторого успокоения. Последнее предположение основано на феномене «качественного экономического скачка» в условиях относительно устойчивого экономического развития, который заключается в

резком изменении мотивации и активности, норм и правил поведения, в том числе нравственных, при приближении к «зоне перехода» субъекта в другую социально-экономическую группу или слой общества, в самой этой «зоне», а также непосредственно сразу после перехода [Купрейченко, 2010].

Интересными представляются причины, по которым респонденты считают или не считают себя социально активными. Среди представителей «нижнего» среднего класса основной причиной, позволяющей не считать себя социально активными, является семья (*«Нет времени, все занимают семья и работа»*). Однако среди представителей других подгрупп среднего класса занятость семьей не является причиной, чтобы не считать себя социально активным. У этих респондентов иная мотивировка отсутствия активности: лень, другие способности и интересы, интровертированность и т.д. Однако «планка» социальной активности у этих респондентов выше. Например, встречались такие мнения: *«Только участвую в выборах», «Плечью обуха не перешибешь, измени себя сам»*. Таким образом, для представителей «среднего» и «верхнего» средних классов в определенной степени характерна социальная активность, даже если они себя таковыми не считают. При этом участие в выборах или изменение самого себя не воспринимается как достаточное основание считать себя социально активным человеком. Другая группа причин отрицания активности связана с отсутствием желания что-либо делать (*«Не хочу быть активным», «Ничего не хочется»*).

У представителей «нижнего» среднего класса основной причиной, позволяющей считать себя социально активными, как и социально неактивными, является семья. Активность этих людей сосредоточена в сфере семьи (*«Активен в семье, воспитании детей, внуков», «Посещение театров, выставок, есть увлечения, воспитываю сына, дружу с людьми»*). По всей вероятности, сосредоточение социальной активности в сфере семьи связано с отсутствием возможностей (прежде всего материальных) проявлять активность в других сферах, требующих более обширных горизонтальных и вертикальных социальных связей. Другая картина наблюдается в отношении представителей «среднего» среднего класса. Для них причина социальной активности кроется в работе: *«Работа, путешествия, посещение театров, выставок, кино», «Хожу на выборы, принимаю участие в общественных инициативах, помогаю коллегам по работе», «Работаю, имею увлечения, имею семью, хожу в театр, много читаю»*. Таким образом, эти респонденты связывают социальную активность со сферой работы. Они имеют неплохой материальный уровень и социальный статус, вместе с тем им есть куда развиваться. Поскольку определенные позиции уже достигнуты, можно предположить, что представители «среднего» среднего класса с более высоким оптимизмом оценивают результаты своей социальной активности, главным образом в сфере работы.

Немного иные причины для того, чтобы считать себя социально активными, присутствуют у представителей «верхнего» среднего класса. Для них социальная активность — это активность на социетальном уровне: *«Помощь близким, участие в политике, в реализации социальных проектов», «Участвую в развитии социальной жизни государства, университета, семьи»*. Сравнительно высокий социальный и материальный уровень этих людей позволяет им рассматривать социальную активность как активность в контексте общества в целом. Они мало проявляют активность в сфере семьи и работы, им необходимо стараться внести свой вклад в общество в целом.

По всей вероятности, существуют качественные отличия между мотивацией социальной активности у представителей различных подгрупп среднего класса. Представители «нижнего» среднего класса сосредоточены на социальной активности в сфере семьи. Причем семья выступает и как причина проявления социальной активности, и как причина, препятствующая такому проявлению. У представителей «среднего» среднего класса социальная активность проявляется в работе, а у представителей «верхнего» среднего класса — в изменении общества в целом. Таким образом, с ростом субъективного социального статуса у представителей среднего класса можно наблюдать, как мотивация и направленность социальной активности трансформируются от личной (сфера семьи) к общественной (работа, общество в целом). Это подтверждает гетерогенность среднего класса в России, а также позволяет предположить, что носителем развивающейся групповой субъектности среднего класса является наиболее успешная в социальном плане подгруппа — «верхний» средний класс.

Заключение

Выполненный анализ позволил выявить психологические характеристики, которые связаны с самоидентификацией представителей среднего класса. Причисление себя к одной из трех подгрупп среднего класса — «нижней», «средней» или «верхней» — определяет различия по многим переменным социального самоопределения. В их числе: значимость различных сфер жизни и удовлетворенность ими; ожидания и цели, а также самооценка собственных возможностей их достижения; субъективные критерии социальной и экономической категоризации, принимаемые и отвергаемые ценности, а также предпочитаемые формы, мотивы и степень социальной активности.

Как было сказано выше, представители «нижнего» среднего класса сосредоточены на социальной активности в сфере семьи. Причем семья выступает и как причина проявления социальной активности, и как причина, пре-

пятствующая ее проявлению. У представителей «среднего» среднего класса социальная активность проявляется в работе. Основной мотив социальной активности у представителей «верхнего» среднего класса – прогресс общества в целом. Социальное самоопределение «верхнего» среднего класса можно охарактеризовать как позитивное, оптимистичное, ориентированное и на личные интересы (самореализация и развитие), и на социальные ценности и благополучие страны. В целом с ростом субъективного социального статуса у представителей среднего класса мотивация и направленность социальной активности трансформируются от личной (сфера семьи) к общественной (работа, общество в целом).

Литература

- Андреев А.Л.* Мировоззрение и ценности среднего класса // Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад ИС РАН. М., 2007.
- Бавин П.* В ожидании среднего класса // Социальная реальность. 2006. № 1.
- Горюнова С.В.* Методологические проблемы выделения среднего класса в российском обществе // Сб. статей аспирантов факультета экономики ГУ ВШЭ. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2008.
- Дилигенский Г.Г.* Люди среднего класса. М., 2002.
- Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б.* Экономическое самоопределение: теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во Института психологии РАН, 2007.
- Заславская Т.И., Громова Р.Г.* К вопросу о «среднем классе» в российском обществе // Мир России. 1998. № 4.
- Купрейченко А.Б.* Нравственно-психологическая детерминация экономического самоопределения личности и группы: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2010.
- Купрейченко А.Б., Моисеев А.С.* Признаки группового субъекта у современного российского среднего класса: постановка проблемы // Личность и бытие: субъектный подход. Материалы научной конференции, посвященной 75-летию со дня рождения члена-корреспондента РАН А.В. Брушлинского. М.: Изд-во Института психологии РАН, 2008.
- Попова А.* Россияне привыкли к своей стране // RBC daily. 5.03.2005 г. URL: <http://www.rbcdaily.ru/news/society/index.shtml/2005/03/05/200157>
- Седова Н.Н.* Морально-нравственные ориентации представителей среднего класса // Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад ИС РАН. М., 2007.
- Тихонова Н.Е.* Критерии выделения и определение численности среднего класса в современном российском обществе // Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад ИС РАН. М., 2007.
- Тихонова Н.Е., Мареева С.В.* Средний класс: теория и реальность. М.: Альфа-М, 2009.

Филинкова Е.Б. Психологические основания самоидентификации российских предпринимателей // Проблемы экономической психологии. Т. 2. М.: Изд-во Института психологии РАН, 2005. С. 557–576.

Хахулина Л. Субъективный средний класс: доходы, материальное положение, ценностные ориентации // Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения. 1999. № 2.

Хащенко В.А., Баранова А.В. Взаимосвязь оценки качества жизни и экономико-психологического статуса личности // Проблемы экономической психологии. М., 2004. Т. 1. С. 501–526.

Hartner M., Kirchler E., Poshalko A., Rechberge S. Taxpayers's Compliance by Procedural and Interactional Fairness Perceptions and Social Identity // Psychology & Economics. 2010. Vol. 3. No. 1. P. 12–31.

Wenzel M. The Multiplicity of Taxpayer Identities and Their Implications for Tax Ethics // Law and Policy. 2007. P. 31–50.