

Алексей ЛЕВИНСОН

Ольга СТУЧЕВСКАЯ

Яков ЩУКИН

О тех, кто называет себя "средний класс"

Предисловие. Излагаемые ниже соображения родились у авторов в ходе маркетинговых, социальных и политических исследований ВЦИОМ, а затем Левада-Центра.

Изучая практики потребления алкогольных напитков или сигарет, компьютерной техники или мобильной связи, спрос на образовательные услуги или отношение к политическим партиям, мы в последние годы обнаруживали ряд новых и во многом схожих социальных феноменов, между которыми можно усмотреть содержательную и, если угодно, стилевую связь. За этими проявлениями просматривается и, главное, начинает видеть себя единый социальный субъект. Его промежуточное положение на доходной шкале, по словам тех, кто себя к нему относит, служит одним из основных мотивов для использования самохарактеристики с предикатом "средний": "средний слой", "средний класс".

Люди, относящие себя к "среднему классу", по их наиболее частым собственным оценкам, которые давались ими в ходе групповых дискуссий на эту тему, составляют 10–15% населения. Но в других случаях — в ситуации массовых опросов, о которых будет идти речь ниже, — к категории "средний класс" себя относят 80% того же населения. Разные группы не случайно используют одинаковые слова, поэтому есть определенный смысл в рамках одной статьи обсудить оба случая такого самоотнесения¹.

¹ На страницах настоящего и других изданий специалисты не раз обращались к данным массовых опросов ВЦИОМ, в ходе которых респондентам давалась возможность отнести себя к той или иной социальной категории, в том числе "средний класс". См.: Левада Ю.А. Социальные типы переходного периода // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1997. № 2; Он же. Средний человек: Фикция или реальность? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 1998. № 2; Заславская Т.И., Громова Р.Г. К вопросу о среднем классе в российском обществе // Мир России. 1998. № 4; Хахулина Л.А. Субъективный средний класс: Доходы, материальное положение, ценностные ориентации // Мониторинг общественного мнения... 1999. № 2; Красильникова М.Д. Динамика общественных статусов за 20 лет... // Мониторинг общественного мнения... 2002. № 5; Согомонов А. Средний класс и образование // Отечественные записки. 2002. № 2.

Никто из этих специалистов не признавал подобного рода массовую самоидентификацию за свидетельство существования "настоящего" среднего класса. Л.А.Хахулиной был введен для обозначения подобного феномена термин "субъективный средний класс".

Дискуссии о среднем классе. В обиходе специалистов и в "народном" употреблении понятие "средние (классы, слои)" была уготована разная судьба.

История "среднего класса" в России как социологической категории — это в значительной мере история его одновременного истребования и отказа ему в существовании. Она берет начало с первых десятилетий XIX в. и без особых трансформаций доживает до наших дней¹.

В советском общественном сознании основные макро-социальные роли отдавались "низам" и "верхам" применительно к капитализму либо двум "трудящимся классам" применительно к социализму. Но они никогда не отводились группам, находящимся между ними, хотя (а в известном смысле — потому, что) большинство описаний общества и социальных оценок делались именно изнутри "прослойки".

Извне в эту среду обществоведов проникали сведения о концепции стратификации, которые исходили из совершенно иных оснований, нежели идеи марксистов о делении общества на (антагонистические) классы. Первой реакцией на них была, разумеется, "критика". В позднесоветское время, когда идеологический контроль ослаб, появились попытки приложить немарксистские модели социальной структуры к советскому обществу. Вспомним одну из них, заключавшуюся в том, чтобы выделять некий отечественный аналог среднего класса через символическую норму потребления². Эта норма складывалась на протяжении всего советского периода и сама была адаптацией к советским условиям некоторых социальных реалий и символов досоветского быта. В качестве парафраза помещичье-купеческого стандарта потребления, каким он виделся "низшим" слоям — городская усадьба, дере-

¹ "Эти идеи об отсутствии [в России] среднего класса и о разрыве между элитой и народом, которые... составляют сущность современных представлений о России... были... весьма популярны в либеральном дискурсе в начале XIX столетия" (Нойманн И.Б. Использование "Другого". М.: Новое издательство, 2004. С. 134-135).

² Разработки в этом направлении велись при участии Я.У.Астафьева, Л.Д.Гудкова, А.И.Гражданкина, А.Г.Левинсона в рамках проектов ВНИИ Технической эстетики ГКНТ СССР в 1985–1986 гг.

венская усадьба, выезд — сложилась повторяющаяся ее в миниатюре триада: квартира—дача—машина.

Эти блага на протяжении большей части советской истории не находились в свободной продаже, само право их приобрести было одной из привилегий статуса. Возможно, поэтому потребительский идеал не успел развиваться за пределы подобного комплекса. Однако обладателем одного, двух или всех трех элементов, пусть в формах малогабаритной квартиры, малолитражной машины и садового домика, стал достаточно массовый слой советского/российского населения. При желании можно считать, что так складывался советский средний класс, впрочем, к себе тогда это название не применявший.

В этом состоянии его застигло резкое изменение социальных условий в конце 1980-х — начале 1990-х годов. Кратковременная эпоха гласности вывела на первый план "прослойку" в лице интеллигенции, но последовавший этап реформ стал ее активно разлагать. Из ее рядов, но и не только, стали рекрутироваться новые социальные группы. Одна из них — собственники и частные предприниматели. Они, а также появившиеся в России иностранные компании, выступали в качестве работодателей. Специфика создаваемых ими рабочих мест, которые прежде всего стали появляться в сфере услуг, была такова, что они привлекали либо собственно (бывшую) интеллигенцию, либо людей, ориентированных на тот тип труда, который ранее ассоциировался с жизненным положением интеллигенции, средних слоев, служащих, но не рабочих и не крестьян — номинальной опорой прежнего строя.

Спустя некоторое время стали говорить об отечественном среднем классе. Поводов для этого оказалось несколько. Первым по хронологии был мотив обнаружить у себя то, что есть на Западе. Это можно назвать "бескорыстным модернизационным мотивом". По своему характеру он совпадал с условно "горбачевским" периодом в общественных настроениях, когда одним из ведущих стремлений и ожиданий в соответствующей части советского общества было превращение его в общество "нормальное"¹. Средний класс как раз годился на роль знака, атрибута, если не носителя этой "нормальности". Далее появился мотив, который можно назвать "политическим". О наличии или скорее о необходи-

мости наличия среднего класса заговорили в контексте обеспечения базы для складывающегося политического режима. Таковой на этот момент еще не имел опоры в так называемой "коммуно-патриотической" части общества и уже не имел ее в "продемократической" его части. Власть искала компромисса между этими противоборствующими сторонами, но осуществила его, как и предупреждали некоторые специалисты, в свою пользу, в пользу бюрократии. Основные политические силы остались недовольны, и задача поиска опоры сохраняла актуальность. Лояльные ельцинскому режиму обществоведы из того, что для них являлось "западным опытом", извлекли чисто марксистскую в своем переложении идею о классе, который в силу своего социально-экономического положения любит более всего покой и потому любит власть, которая ничего не делает¹.

Третий мотив, согласно которому можно утверждать, что существует средний класс, — "коммерческий". Он связан с появлением к середине 1990-х годов в крупных городах нового потребителя, занявшего место между немногими богатыми и многочисленными бедными. К этому потребителю стали присматриваться представители международных корпораций, ищущие рынок в России. В связи с этим он и выступил объектом серии маркетинговых исследований. В этой сфере исследовательской деятельности, граничащей с социологией, возникло стремление не только утвердить существование, но и доказать многочисленность среднего класса, чтобы тем самым заявить о его значительном потребительском потенциале. Таков мотив ряда проектов и публикаций, рассчитанных (или хотя бы внутренне ориентированных) и на сам средний класс и на тех, кто мог бы его рассматривать как рынок². (В предлагаемой статье, как было указано в начале, рассматриваемые проблемы близки по происхождению. Но в ней иной пафос. Нам представляется важным обратить внимание на со-

¹ Среди сложившегося тогда поколения самостоятельно пробившихся деловых людей очень популярной была идея *laissez faire*, формулировавшаяся так: ничего от вас (властей) не надо, отойдите и не мешайте, сами все сделаем.

² См., например, проекты по "среднему классу", осуществляемые на протяжении последних лет журналом "Эксперт" в сотрудничестве с различными компаниями, проводящими социологические маркетинговые исследования. Видимо, не случайно специалисты из привлекавшихся в эти проекты агентств (РОМИР, КОМКОН-2) защищали тезис о том, что средний класс в России есть и растет, тогда как эксперты, так или иначе связанные со ВЦИОМ, в публикациях, указанных здесь, в основном выражали скепсис по поводу наличия отечественного среднего класса.

¹ Эти обстоятельства обсуждают, в частности, Т.И.Заславская с соавторами и А.Согомонов в указанных выше работах.

цистальную проблематику, связанную с появлением новой общественной группы.)

Наряду со стараниями утвердить факт существования среднего класса, легитимизировать соответствующее словоупотребление постоянно встречались и встречаются попытки, направленные в противоположную сторону¹. К последнему типу мы отнесем всю аргументацию, основанную на тезисе о том, что в результате реформ в нашем обществе образовался ненормально большой, небывалый, нигде более не виданный разрыв между верхами и низами. Для сохранения такого, снабжаемого новой аргументацией, но на деле очень старого, представления о нашей жизни, как нетрудно видеть, идея о наличии чего-то в промежутке ("пропасти") между богатыми и бедными является помехой и потому всячески вытесняется².

Мы полагаем, что высказывания о существовании/несуществовании среднего класса не следует рассматривать как признания или отрицания некоторого эмпирического факта. Их статус иной — это демонстрация принадлежности к тому или другому идеологическому направлению. Таковые направления символическим образом оформляют существование социальных сил с их интересами и прочими атрибутами. При этом символические оболочки подвижнее самих социальных образований. Потому и в недавней истории имелись примеры, когда одни и те же авторитетные лица в 1997 г. заявляли, что среднего класса у нас "еще нет", а после дефолта 1998 г. говорили о первой его жертве — "российском среднем классе".

¹ См., например, мнение о том, что исследования по среднему классу спровоцированы "заинтересованностью западных благотворительных фондов". Гудков Л.Д., Дубин Б.В. Институциональные дефициты как проблема постсоветского общества // Мониторинг общественного мнения... 2003. № 3 (65). С. 35.

Сделавшим это примечательное высказывание кажется необходимым употребить дополнительные экспрессивные средства: назвать этот предмет "фантомным" и "социологически родственным НЛО", чтобы убедить научное сообщество, что изучать этот предмет не следует. Интересно, что ими же и тут же выражено сожаление, что проблемы социальной стратификации "остаются за рамками интереса и разработки". Авторы настоящей статьи солидарны с Л.Д.Гудковым и Б.В.Дубиним в том, что проблемы стратификации принадлежат к "фундаментальным проблемам российского общества" и рассматривают проблематику среднего класса России именно в этой перспективе.

² См., например, мнение доктора экономических наук Ст.Меньшова: "Резкое усиление неравенства в России практически привело к уничтожению среднего класса". По его мнению, именно такое развитие дел устраивает "западные круги, которым не нужно, чтобы Россия становилась сильной" (Родная газета (для тех, кто верит в Россию). 2003. № 28. Ноябрь.).

Попыткой вырваться из этой ситуации, выйти из сферы идеологической предзаданности, была работа исследовательского коллектива под руководством Т.Малевой¹. Авторы отказались дать собственное определение среднему классу и не стали примирять известные им и ведущие к разным результатам подходы. Они релятивизировали само определение среднего класса, тем самым вернули нас от эссенциалистских представлений о социальности к ситуации в науке о социальном. Они привлекли наше внимание к тому, что представителей среднего класса в России можно насчитать очень много или очень мало и что это зависит от критерия, положенного в основание счета. Выбор же критерия на сегодняшний момент лежит на ответственности исследователя. (В других случаях он может быть жестко задан научной традицией, официальной нормой и пр.)

Исходя из изложенного выше, мы, естественно, не будем становиться ни на одну из перечисленных позиций, т.е. не будем ни утверждать, ни отрицать наличие российского среднего класса как эмпирически данной социальной реалии. Вместе с тем мы на базе собственных исследований констатируем, что словосочетание "средний класс" готовы применить к себе или уже применяют представители ряда социальных групп и категорий. Есть все основания полагать, что в скором времени в России образуется достаточно компактная общность, которая будет именовать себя — не только в ситуациях опросов — и именоваться "средним классом", и что это словосочетание обретет вполне определенный, "домашний" социальный смысл. Появится возможность средствами опросов и другими методами определять численность этого образования, его динамику и пр.

Но на сегодняшний день картина такова. Как показывают массовые опросы, определение "средний" слой/класс готовы отнести к себе почти все россияне, т.е. это неспецифичный интегрирующий признак. Ниже мы рассмотрим соответствующие данные.

Внутри этого множества, как мы увидим, есть категории среднего класса в более узком смысле этого понятия. Часть наших сограждан, не такая многочисленная, чтобы отчетливо проявиться в массовых опросах по относительно небольшой общероссийской выборке, на свой лад заявляют

¹ Средние классы в России: Экономические и социальные стратегии / Е.М.Аврамова, Т.М.Малева (руководитель), М.В.Михайлюк, Л.И.Ниворожкина, А.А.Овсянников, Л.Н.Овчарова, В.В.Радаев, Я.М.Рощина, С.В.Сурков, Н.Ю.Фирсова. М.: Гендальф, 2003.

о своей принадлежности к среднему классу и демонстрируют, как говорилось в начале, ряд специфических черт поведения. Здесь данные массовых опросов дополняются тем, что могут дать так называемые качественные исследования. На этот раз понятие "средний класс" выступает не интегрирующим "всех", а напротив, дифференцирующим, выделяющим особую страту.

"Средние". Исследования ВЦИОМ, начатые в 1988 г., показывали, что советское общество в финальной фазе своего существования прибегало к нескольким символическим средствам, которые должны были компенсировать начинавшиеся тенденции общественной дифференциации. Одним из таких средств было очень широкое употребление понятия "средний" и его эквивалентов для описания своего социального состояния отдельными людьми, социальными группами. В семантике этого понятия акцентировалась его эгалитарная составляющая — "массовый, такой, как все". Отвечавшее сохранявшейся до поры системе советских социальных институтов это самопредставление с его оборотом — "массовый, а потому доминирующий, главный" — рухнуло вместе с их крахом. Как показали проведенные нами в начале 1990-х годов исследования, значения "средний" в смысле "промежуточный" в только-только складывавшейся новой социальной структуре еще не было. Таковая уже включала новые группы ("новые русские"), но они относились к "новым", а не к "верхним". Само наличие "верхов", точнее, сама вертикальная иерархическая структура общества была представлена слабо¹. Деление на "молодых" и "старых", на "новые" и "старые" группы было гораздо более актуальным, чем деление на "верхи" и "низы". Идеологический коллапс конца 1980-х годов и последовавший за ним экономический в начале 1990-х годов отразились в массовом распространении крайне пессимистических оценок своего состояния и всего происходящего вокруг. Нормой стало описывать свое положение как бедственное и катастрофическое. Понятие "среднего" как определения собственного нынешнего состояния попало под запрет, поскольку содержало смысл "обычного", "нормального". Российская же публика, во взрослом состоянии встретившая перемены конца 1980-х — начала 1990-х

¹ Оглядываясь назад в 2002 г., Ю.А.Левада писал: «Замкнутая "вертикальная" структура общества... разрушена в минувшее десятилетие». См.: Левада Ю.А. Заметки о "проблеме поколений" // Мониторинг общественного мнения... 2002. № 2.

годов, решительно отказывала им в "нормальности", т.е. социальной приемлемости.

Дальше произошло то, что широкие слои публицистов называют "расслоением" российского общества, ростом "пропасти между богатыми и бедными". Мы присоединяемся к мнению, что шел не столько процесс расслоения, сколько редукция сложности социального устройства. Гораздо быстрее, чем реальное размывание статистически средних по материальному достатку слоев, происходила примитивизация социальных отношений в массовых группах населения¹. Относительно тонкие социальные различия, связанные с местом работы, специальностью, уровнем образования и пр. перестали иметь значение. Люди стали зачислять себя огулом в одну категорию и такой же взгляд распространять на свое социальное прошлое.

В исследовании, проведенном среди беднейших слоев населения в 1998–1999 гг., мы обнаружили стойкое стремление этих людей зачислять себя в разряд "обнищавших" и, кроме того, непременно в состав "большинства", но одновременно именовать себя "средним классом", имея в виду и свое нынешнее, и свое прежнее положение в дореформенном обществе². За такой самоидентификацией стояло уже успевшее сформироваться новое представление о том, что «"мы" — большинство населения страны — раньше, "до перестройки", "до реформ", "до дефолта", жили "нормально", или, что то же самое, — "средне". Теперь мы, большинство, живем очень плохо, а меньшинство живет очень хорошо». Границу между собой и этими "верхами" проводили очень резко. Границу снизу часто не обозначали, показывая тем самым, что "мы" и оказались в самом низу³. Это была риторически выразительная двухчастная картина общества.

Трехчастная картина, при которой мы живем "побогаче одних, победнее других", отвечает спокойному общественному состоянию. Таким нам представляли мир многочисленные респонденты в исследованиях 2003 — начала 2004 г., они же обычно отмечали, что *наступила какая-никакая стабильность*. Исследования показали, что тогда вернулось стремление относить себя к

¹ Это неоднократно отмечали Л.Д.Гудков и Б.В.Дубин, в частности, в цитированной выше статье.

² М.Д.Красильникова в указанной выше статье, специально предостерегает, что не следует «путать... тех, кто при социализме формировал среднюю часть общества... со "средним классом"».

³ В картине не присутствовали те, кто находится "вне общества" — это бомжи. О них, если специально не спросить, не говорилось, они не шли в счет, поскольку они, разумелось, существуют ниже черты социальности.

"средним", в чем-то сходное с дореформенной фазой, только теперь в этом понятии отыскивают своего рода защиту, достигаемую через конформность и неотличимость от других. Кроме того, в концепции среднего слоя или среднего класса появилось представление и о тех, кто ниже, а не только о тех, кто выше. Впрочем, и те и другие помещались на маргинальные позиции, даже если им не отказывали в многочисленности.

Исследования последнего времени показывают, что те *массовые* группы и категории российского общества, которые готовы применить к себе наименование "средний класс", видят основной смысл для этого в предикате "средний". Слово "класс" они используют как таксономический термин, равноправный со словом "слой", т.е. некоторая группа, имеющая границы. Видно также, что по умолчанию ими принимается стратификационная картина общества, его разделение по "вертикали" на слои, различие между которым состоит прежде всего в разных объемах располагаемого дохода и как следствие — в различии потребления и прочих жизненных возможностей.

Доминирующим стало представление о распределении социальных слоев по позициям-ступеням, где каждой ступени соответствует не свой неповторимый статус, а возрастание степени или объема неких общих для всех статусных признаков. Как видим, это картина уже не словесного, а достижительского общества.

Важной и интересной чертой момента является тот факт, что в этой картине все субъекты готовы указать своих соседей "сверху" и "снизу" по стратификационной лестнице, а также операционально определить отделяющие от них границы. Но в отношении "по горизонтали" такая ясность отсутствует. Точно так же, как в академических дискуссиях, в бытовых представлениях существуют разные и в основном нетвердые взгляды относительно того, кого включать, кого не включать в "средний класс" из слоев, которые явно не относятся ни к самым "верхам", ни к самым "низам".

Одни респонденты ограничивают "средний класс" только мелкими и средними предпринимателями, другие присоединяют к ним тех, кто работает у них по найму. Иногда ограничивают "средний класс" лишь категорией менеджеров, иногда добавляют лиц рабочих профессий. Весьма дискуссионными бывают два вопроса. Один — включать ли "бюджетников", под которыми разумеют чаще всего врачей и учителей. Второй — включать ли чиновничество. Сложность с учителями состоит в том, что эта категория считается, во-первых, очень бедной и, во-вторых, по своему образу мыслей относящейся к прежней советской

жизни. А "средний класс", по умолчанию, мнится как, во-первых, выбившийся из бедности, а во-вторых, как расставшийся с "совком". В то же время значимость забот об образовании детей и забот о своем и их здоровье стоит в приоритетах "среднего класса" очень высоко, поэтому есть стремление "втянуть" соответствующих профессионалов в свою среду. Государственное чиновничество, как отмечают респонденты, особенно чиновничество средних и высших слоев, за счет своих официальных и неофициальных доходов имеет уровень потребления, вполне схожий со многими предпринимателями и менеджерами в частном секторе. Более того, они зачастую тайно или открыто участвуют в бизнесе. Все это свидетельствует за то, чтобы их включить в состав "среднего класса". Однако предприниматели в первую очередь, и наемные работники частного сектора вместе с ними, видят в чиновниках своих врагов, в лучшем случае — сложных и недружественных партнеров.

Неопределенность в вопросе об объеме понятия или о "боковых" границах нового класса — особенность его нынешнего состояния, которое мы на базе наших исследований обозначаем как канун самоопределения. Пройдет совсем немного времени, и нынешняя неопределенность исчезнет, социальная группа вполне осознает себя и свои границы. До тех пор каждый исследователь волен сам выбирать себе объект среди ряда соседей "по горизонтали", равно как и присваивать ему название.

"Средние" о себе. Словосочетание "средний класс" в силу кратко изложенной его истории имеет прикрепленное к нему положительное ценностное содержание. Принадлежать к "среднему классу" значит иметь некоторое достоинство, право на определенное уважение. Подчеркнем — достоинство аскриптивное, связанное с этой принадлежностью, а не с собственными заслугами субъекта. Как мы уже говорили, для россиян в подобной самокатегоризации ключевым является предикат "средний", а не слово "класс". Так, в марте — апреле 2004 г. в Левада-Центре были проведены три независимых исследования, все — в форме опроса по репрезентативным выборкам. Во всех случаях в них фигурировал вопрос о том, к какому из слоев общества/социальных слоев/классов готов отнести опрашиваемый себя/свою семью. Для ответа предлагалась шкала из пяти позиций, устроенная одинаковым образом в том, что касается использованных предикатов. При этом в опросе по выборке в 2600 человек фигурировало слово "класс", а в опросах по выборке 2100 чело-

Таблица 1

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ В МАРТЕ-АПРЕЛЕ 2004 г.

Выборка 2600 человек		Выборка 2100 человек		Выборка 1600 человек	
Принимая во внимание все стороны Вашей жизни, к какому из следующих слоев общества Вы бы отнесли свою семью?	В % (округл.)	К какому слою в обществе Вы бы, скорее всего, себя отнесли?	В % (округл.)	К какому из следующих социальных слоев Вы бы отнесли свою семью?	В % (округл.)
К высшему	0	К высшему	0	К высшему	0
К верхней части среднего класса	2	К верхней части среднего слоя	5	К верхней части среднего слоя	4
К средней части среднего класса	40	К средней части среднего слоя	47	К средней части среднего слоя	46
К нижней части среднего класса	41	К нижней части среднего слоя	30	К нижней части среднего слоя	34
К низшему	15	К низшему	9	К низшему	16
Затрудняюсь ответить	2	Затрудняюсь ответить	9		

век и 1600 человек — слово "слой"¹. Приведем результаты этих опросов (табл. 1).

Различия между частями среднего класса/слоя мы обсудим ниже, а пока обратим внимание на то, что во всех трех случаях к "средним" себя отнесли в сумме 82–84%, разница находится в пределах погрешности измерений. Все три исследования принадлежат к лонгитюдным. Мы имеем возможность убедиться в том, что сравнивавшиеся нами результаты относятся к типичным. В 38 опросах по выборке в 1600 человек, проводившихся с января 2002 г. раз в месяц и чаще, обсуждаемый параметр четыре раза опустился до 78–79% и три раза поднялся до 85–86%, во всех прочих случаях оставался в интервале 80–84%. Из 16 замеров по выборке 2100 человек один раз показатель составил 72%, в прочих случаях находился в интервале 75–83%. Из пяти опросов по выборке 2600 человек один раз этот показатель имел значение 77%, в четырех случаях — 83–84%.

Из практики проведения массовых опросов известно, что от опроса к опросу колеблются распределения ответов о том, что может называться "фактами" или "объективными обстоятельствами" жизни респондентов, как, например, состояние в браке. В данном случае респондентам предлагалось выразить отношение к норме, которая не имеет никаких институциональных выражений и закреплений, не является

"объективным фактом". Нет какой-либо авторитетной инстанции, приписывающей людей к той или иной категории этой шкалы. Нигде и никогда, кроме ситуации опроса, этим людям не приходилось задумываться, относятся ли они к среднему слою/классу или нет. Между тем сходство и устойчивость результатов заслуживают того, чтобы их назвать феноменальными.

Приходится предположить, что в обществе нерелективным порядком сложилась норма, которую надо уподобить языковой или стилевой, а именно: общими, нормативно заданными являются правила категоризации, тогда как процедуру отнесения себя к категории каждый выполняет сам. За счет этого норма оказывается действующей "подспудно", что защищает ее исполнение от большого числа возмущений — факторов, которые воспринимаются на уровне осознания, т.е. не на том, на котором "срабатывает" норма, существует правило.

Этим социальным правилом, как показывают приведенные выше данные, является правило зачислять себя в "средние", стремиться не быть среди "крайних". Как мы покажем далее, лишь очень веские социальные причины могут заставить людей отнести себя к "низшему слою". Декларировать же в ситуации опроса свою принадлежность к "высшему слою" из тех респондентов, кто соглашается впустить к себе интервьюеров, не осмеливается практически никто. (В более чем 70 проведенных опросах всего три раза доля относивших себя к "высшему слою" достигала 1%.)

"Средним" классом/слоем, как показывают опросы в указанных форматах, готовы за небольшим исключением считать себя практичес-

¹ Различие было и в том, что в первом и втором случаях в подсказах категории шли от низшей к высшей, в третьем — наоборот. Для удобства сравнения мы делаем порядок единым. Кроме того, в опросе по выборке в 1600 человек не предлагалась опция "затрудняюсь ответить".

ки все члены общества. К этому исключению — "низшему слою" относят себя в этих случаях те, кто заявляет, что их личные доходы составили менее 1,1 тыс. руб. в месяц (апрель 2004 г., опрос 2600 человек). (А по данным опроса 1600 человек, проведенного тогда же, этого "совершенно недостаточно, чтобы покупать все необходимое для семьи".) У половины из них на питание уходит "почти все" из доходов. Среди относящих себя к "низшему" слою половина — пенсионеры, почти половина живут в селе (44%), треть работающих в этой категории составляют квалифицированные, а четверть — неквалифицированные рабочие. Однако формальные обстоятельства, вроде перечисленных выше: пожилой возраст, низкий уровень квалификации и дохода — не определяют однозначно того, что человек должен отнести себя к "низшему слою"¹. Дело обстоит как раз наоборот. И в этих максимально депривированных категориях к *среднему* классу/слою себя относит *абсолютное большинство* людей — 70% пенсионеров, 77% жителей села, 64% людей с семейным доходом менее 3 тыс. руб. Такова сила рассматриваемой нормы: относить себя к большинству, ныне описываемому для этих людей понятием "средний слой/класс".

В предложенных респондентам вариантах ответов, а по-другому, в предложенной им от имени ВЦИОМ/Левада-Центра концепции социальной структуры общества, предусматривалась необходимость (для относящих себя к "среднему слою/классу") выбрать для себя определенную позицию *внутри* этой общности, обозначив принадлежность к его высшей, средней или низшей частям. В значительной мере логика, которую мы описали, отказа от крайностей и предпочтения чего-то "среднего", проявляется и здесь. Относительное большинство (40–46% по разным замерам) относят себя к средней части среднего слоя (подсчитано за 2002–2004 гг.). Однако здесь названная логика действует наряду с другими факторами.

Заняв позицию внутри среднего слоя/класса, т.е. отдав дань господствующей норме, некоторые жители России далее отваживались зачислить себя в "верхнюю часть среднего слоя/класса". По разным измерениям, их доля никогда не падает ниже 2% от общего числа, почти никогда не превышает 5%, в среднем близка к 4%.

¹ Можно полагать, что для этого нужны какие-либо отягчающие участь человека обстоятельства. С отнесением себя к низшему слою коррелируют другие экстремально низкие оценки своего социального положения и состояния.

Можно проследить обсуждавшийся закон ухода от крайностей и по статистике "нижней части среднего слоя/класса". Такими словами соглашаются аттестовать себя меньшинство. Однако если к верхнему "краю" себя относят единицы процентов, то к нижнему — десятки. Отказавшись отнести себя к "низшему слою" и заявив свою принадлежность к "средней", т.е. коренной части общества, эти люди далее все же ищут форму выразить свою неудовлетворенность собственным положением и находят ее в отнесении себя к низшей категории внутри среднего слоя/класса. Поэтому и в нижней части среднего слоя относительное большинство составляют люди, которые называют свое материальное положение не плохим, а "средним". Есть даже небольшая доля считающих его "хорошим"¹.

Разумеется, в основной части случаев люди видят "объективные" причины для таких самоотнесений. По данным опроса в апреле 2004 г. (N=2600 человек), средний заработок относивших себя к "нижней части среднего класса" составлял 2,5 тыс. руб., а к "средним средним" — 3,1 тыс. руб., к "верхней части среднего класса" — 3,3 тыс. руб. Собственно денежный ресурс не единственный и не главный детерминатор отнесения себя к той или иной части среднего класса. В силу весьма специфической ситуации, сложившейся на рынке труда в результате состоявшихся перемен, возраст человека (или средний возраст группы) стал важнейшим предиктором ряда показателей ресурсной обеспеченности. Молодые учащиеся люди образуют самую крупную группу в относящих себя к "верхней части среднего класса", а пожилые, находящиеся на пенсии, — самую крупную группу в отнесших себя к нижней его части. Похоже, что в соответствии именно с этим статусно-возрастным распределением доля имеющих "прекрасное настроение" в нижней части оказывается в пять раз ниже, чем в высшей. Ведь нынешняя норма предписывает старикам-пенсионерам предаваться унынию, а молодым — радоваться жизни.

"Нижняя часть среднего класса/слоя" — это люди, как показывает исследование, которых жизнь чаще не устраивает (44%), чем устраивает (14%). В этом они совпадают с теми, кто вообще не стал претендовать на принадлежность к "среднему слою", а считает себя "низшим слоем"

¹ Бывает и обратная ситуация. Респондент определяет материальное положение своей семьи как "среднее" (17%) и даже "хорошее" (3%), а претензию властям, обществу выражает тем, что относит себя не к среднему классу, а к "низшему слою", т.е. демонстративно отказывается от принадлежности к категории тех, чья жизнь "нормальна".

(57:9%), тогда как у "средних средних" и "высших средних" имеется перевес оценок "жизнь устраивает". Зачисление себя в "средний класс/слой", как мы установили в ходе углубленных интервью и фокус-групп, для многих и теперь имеет риторический смысл: "Такие, как мы, и есть носители нормы, мы — большинство, поэтому наше недовольство жизнью должно быть услышано властью. Голос большинства она не может игнорировать".

Относящие себя именно к "средней части среднего класса" также имеют целью показать, что они — большинство. Но их стремление присоединиться к большинству имеет иной смысл — продемонстрировать другим и себе, что у них в жизни "все, как у всех", т.е. в данном случае все правильно, все в норме. Мы, со своей стороны, можем сказать, что именно эта категория и задает то, что, видимо, следует рассматривать как нормы и стандарты поведения среднего класса. Это так хотя бы в силу того, что численно — это наиболее массовая группа. Коротко остановимся на ее основных характеристиках.

Это группа с небольшим превышением доли мужчин, нежели в среднем по населению (и сравнительно с относящими себя к "нижним средним"). Доля людей в пенсионном возрасте снижена, в возрасте 40-54 лет — такая же, как средняя, а в возрасте моложе 40 лет — выше, чем в среднем, при этом доля совсем молодых — выше в полтора раза. Среди молодых людей к категории "средней части среднего слоя/класса" себя относят более 60%, среди жителей городов с населением свыше полумиллиона — более половины.

Их заработки в среднем по стране — около 100 долл. в месяц, семейный доход — около 250 долл. Этого, по их мнению (73%), недостаточно для того, чтобы покупать все необходимое для семьи. Материальное положение семьи большинство (57%) называют "не слишком хорошим", и оно, по мнению 52%, осталось таким же или стало лучше, по сравнению со временем до перестройки (до 1985 г.), а по мнению 37%, стало хуже¹. На питание у них уходит половина дохода и менее.

В этой категории чуть менее пятой доли составляют люди с высшим образованием, среди последних более половины включают себя в этот разряд. Среди специалистов с высшим образованием более половины считают эту категорию "своей". То же можно сказать об относительном большинстве работников торговли и

¹ В этом самое большое отличие от "нижней части среднего слоя", где в два раза больше (76%) считающих, что стало хуже.

сферы услуг. К этой категории относят себя чаще всего и квалифицированные рабочие: к "средним средним" — 43%, к "нижним средним" — 37%¹.

В средней части среднего класса автомобилем владеют 36–39%, пользуются компьютером раз в неделю и чаще около 25%, более 66% имеют мобильный телефон. 50% из них не употребляют или почти не употребляют алкоголь, но более 66% раз в неделю и чаще пьют пиво. Те, кто относит себя к "средним средним", чуть более рослые и упитанные, чем их братья по "нижнему среднему" фрагменту, но сильно уступают тем немногим, кто приписал себя к "высшему слою" — преимущественно молодым мужчинам.

"Средняя часть среднего слоя", судя по тому, что ее представители сообщали о себе в апреле 2004 г., на думских выборах чаще всех остальных категорий поддерживали "Единую Россию" (29%), но еще чаще не голосовали (38%). В той же пропорции, что и все население, они голосовали за В.Путина, и несколько чаще, чем все, вообще не участвовали в президентских выборах (37%). За СПС здесь отдали свои голоса 2,5%, за "Яблоко" — 1,5%, И.Хакамада на президентских выборах поддержали 2%.

Такие нормы поведения задает *средняя* часть среднего слоя/класса. Это можно, как мы говорили, принять за "нормы среднего класса" как таковые. И если задает их наиболее многочисленная "средняя часть", то наилучшим образом реализует или выражает *высшая* часть среднего класса.

Напомним, что это небольшая категория. Отнести себя к ней сочли возможным лишь около 4-5% опрошенных². Однако среди тех, кто оказался готов сказать про себя, что "в последующие

¹ В одном из исследований ВЦИОМ (май 2001 г., N=2100 человек) предлагалась шкала, в которой можно было себя отнести к одной из обсуждавшихся выше пяти категорий либо "к рабочим". Тогда в последнюю группу себя записали 36% взрослых жителей страны. На весь трехчастный средний слой осталось около 45%. В другом исследовании, проводившемся с начала 2000 по конец 2001 г., фигурировали варианты: "элита", "верхняя часть среднего класса", "нижняя часть среднего класса", "рабочий класс/крестьянство", "нижняя ступень социальной лестницы". В рабоче-крестьянскую категорию тогда записалась половина общества и более. В "среднем классе" оставалось около трети, и почти все — в его "нижней части". В нескольких англосаксонских странах применяется объединение "middle class" и "working class" в одной классификации. Можно предположить, что там не такая сильная, как в нашем постсоветском обиходе, семантическая нагрузка на слова "рабочий класс", "рабочие" или "рабочий класс и крестьянство".

² Ввиду такой малочисленности, точность всех приводимых относительно этой группы данных ниже, чем в случае со "средним средним" и "средним нижним" фрагментами среднего класса.

5–10 лет я ожидаю для себя больше хорошего, чем плохого", их доля повышается до 8%, а среди тех, кто думает, что "на работе может справиться практически со всем, что может случиться", — до 13%. В этой категории самая высокая доля учащихся (18%) и людей с высшим образованием (37%). Там необычно высокая доля мужчин (52–54%) и людей в возрасте 25–39 лет (40–50%).

Обратим внимание на то, какова разница в денежных доходах между "средним средним" и "высшим средним" фрагментами среднего класса. Она составляет 1:1,3 по совокупному семейному доходу. Но "высшие средние" превосходят "средних средних" по обладанию автомобилями в 1,4 раза, по владению мобильными телефонами и компьютерами — в 2 раза. Характерно, что при этой разнице в семейных доходах в 1,3 раза, они в 1,9 раза чаще, чем "средние средние", готовы назвать материальное положение своей семьи "скорее хорошим" и "очень хорошим". О приспособленности своей семьи к переменам последних десяти лет заявляют 75% от состава группы.

Этот элемент российского общества активнее всех остальных поддержал В.Путина одобрением и голосованием, реже всех остальных уклонился от голосования на президентских выборах, но в его же рядах за кандидатуру И.Хакамада голосовали почти 10%. Этот слой реже, чем население в целом, на думских выборах голосовал за "Единую Россию" и чаще всех — за СПС (свыше 10%), за "Яблоко" не голосовал никто. Среди этой группы минимальна поддержка коммунистов как политической силы (10%), симпатии демократам встречаются в два раза чаще (22%).

Вместе с тем этот фрагмент "среднего класса" разделяет его основные политические установки, которые отражают кризис политической культуры. Как и "средние средние", эти молодые субэлитарные слои, говоря о своих политических пристрастиях, охотнее всего выбирают ответ об отсутствии политических симпатий (32%). Они, как и общество в целом, не могут сделать выбор относительно того, сколько политических партий необходимо сейчас России. Треть их готовы к однопартийной системе, 42% — к системе из двух-трех больших партий, а 15% предпочли бы иметь множество относительно небольших партий.

Есть, однако, зона политического сознания, где их позиция обладает существенными особенностями. Речь идет о взаимоотношениях России с международными экономическими и военно-политическими объединениями. В апреле 2004 г. задавался вопрос о том, соответствует ли в целом интересам России ее вступление во Всемирную торговую организацию (ВТО).

Половина населения страны сочла, что это соответствует нашим национальным интересам, 21% были против. В "средней части среднего класса" доля сторонников вступления в ВТО была выше, чем в населении в целом, — 55%, а доля противников практически такая, как в обществе в целом. В верхней же части среднего класса за вступление в ВТО высказались 72 против 14%. Казалось бы, это авангард глобализма как взгляда на мир и на судьбы отечества.

Аналогичный вопрос о том, в соответствии ли с интересом России стоит сближение с НАТО, дал по населению в целом преобладание отрицательных ответов над положительными (39: 33). Таково же распределение мнений в "нижней части среднего слоя", что подтверждает наши выводы о его сопричастности "всем". "Средний средний" гражданин с небольшим перевесом (38: 35) высказался в пользу сближения с НАТО, при этом 27% уклонились от ответа. А в среде "высших среднеклассников" все не так. Не участвующих в споре было лишь 12%, но остальные разделились практически поровну: 44% — за сближение с НАТО, 43% — против. Приходится заключить, что отношение к НАТО — это для половины из них "глобалистский дискурс наоборот", возвращение к удобной картине глобального военного противостояния.

Рассмотренная информация о немногочисленной категории тех, кто отнес себя к "верхней части среднего слоя/класса", весьма близка по некоторым социологическим характеристикам к той, которую приходилось получать в ходе упоминавшихся ранее групповых дискуссий, когда людей, подобных тем, кого опрашивали в рамках массовых опросов, мы встречали за столами проводимых нами групповых дискуссий и углубленных интервью. В ходе этой работы более рельефно проступили особенности и черты, значимость которых, на наш взгляд, велика и для общества в целом.

Новые люди. Как уже говорилось, есть несколько социальных групп, которые могут в дальнейшем объединиться в средний класс, но могут и сохранить свои особенности и счесть их основаниями для разделения.

В исследованиях и выступлениях общественных деятелей на темы "среднего класса" традиционно значительное внимание уделяется среднему и малому бизнесу. Мы хотели бы здесь обратить внимание и на другую общественную группу, развитие которой является как следствием, так в не меньшей мере и условием существования бизнеса, прежде всего крупного и среднего, а отчасти и малого. Это наемные работни-

ки, занятые в фирмах и компаниях, — как менеджмент, так и линейный персонал¹.

Определенная часть этих людей — обладатели ранее полученной квалификации, которая оказалась востребована в новых обстоятельствах. Другая часть обрела новые знания и навыки, переучившись, получив дополнительное или второе высшее образование. Наконец, третья, многочисленная часть — это те, кто дополнил свое имеющееся, как правило, высшее образование получением квалификации непосредственно в фирме или прямо на рабочем месте.

Подчеркнем, что мы выделяем наемных работников именно частного сектора. Эти люди отчетливо сознают свое отличие от наемных работников в государственном секторе. Не всегда это отличие трактуется непременно как благо, иногда оценка своего положения противоречива. Люди в своей нынешней работе видят явные преимущества перед прежней работой в государственном секторе, но не уверены, что они сохранятся надолго. Иногда люди испытывают нечто вроде ностальгии по советским учреждениям и предприятиям, хотя уверены, что туда не вернуться. Наконец, им известно, что есть ряд современных государственных учреждений, где работа людей с такими же квалификационными возможностями, как и у них, более престижна, выше оплачивается, имеет ряд социальных гарантий и привилегий — это учреждения нынешнего истеблишмента, например, администрации областного или федерального руководства, ряд федеральных ведомств.

За этими исключениями работники частного сектора находят свое положение в общем более хорошим, чем положение наемных работников государственных предприятий и учреждений. Но они не забывают, что это более хорошее положение достается только в обмен на ряд качеств, которые от них требуются.

Об этих качествах и пойдет речь дальше. Дискурс этой группы, ее стилевые стандарты и ценностные нормы представляют интерес, поскольку, как мы полагаем, именно эта группа сейчас

становится интродуктором новых социальных образцов, принимаемых обществом в качестве общезначимых.

Здесь наблюдается нечто общее и в служащих крупных иностранных фирм, и в продавцах небольших магазинов с отечественными хозяевами. Они становятся сейчас проводниками новых для нас черт бытовой культуры, которые именно в их среде приобретают понятный и для других групп социально знаковый смысл. Во многих случаях эти черты привнесены из западной офисной и бизнес-культуры. Некий первоначальный их набор впервые примеряли на себя "новые русские", и лишь потом они стали достоянием среднего класса. Как и многие другие заимствованные нормы, они "просачивались" из столиц на периферию, из крупных офисов в малые фирмы и пр.

Нетрудно видеть то общее, что делает схожим нормы на внешний вид и поведение работников с нормами на внешний вид рабочих помещений. Эти нормы вошли в наш обиход с названием "евроремонт" и сохраняют свою стилевую особенность (свою семантику) в любом исполнении, вплоть до самого скромного, дешевого, плохого. Точно так же есть типовые элементы поведения, отношения к делу, понимания ситуации и реакций, требуемые от работников нового сектора, которые едины независимо от уровня и размера фирм, положения работника на иерархической лестнице. И это черты, которые отличают их от "совслужащего" любого уровня.

Проводившиеся нами исследования показывают, что хотя внедрение и принятие этих норм проходило не в таких болезненных формах, как, по преданию, это совершалось при Петре I, все же элементы внутреннего сопротивления имели место. Так, "офисная улыбка", норма доброжелательности и приветливости по отношению к чужому человеку дается молодым соотечественникам с некоторым трудом. Наши респонденты указывали на то, что они не хотят *улыбаться всем без разбора*. В нашем случае сопротивление возникает потому, что "офисная улыбка" — это, по их опасениям, *навязанная нам Западом привычка*, и следовать ей, значит ставить под угрозу свою идентичность¹. Впрочем, есть существенные признаки

¹ В современной западной социологии средний класс оказывается "расширяющейся" группой, в которую попадают не только собственники-предприниматели, но и все востребованные мировой экономикой наемные работники, охваченные "глобальной потребительской культурой". См., например: *Sklair L. Sociology of the Global System*. L.; N.Y.: Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf, 1995. Что касается России, то Ю.А.Левада в 1998 г. давал прогноз, что «"середину" общества составят прежде всего специалисты... служащие, т.е. люди наемного труда». См. его указанную выше статью "Средний человек..." С. 12. Л.А.Хухулина в 1999 г. предполагала, что "развитие среднего класса в России будет связано с тем, каково будет материальное положение, самочувствие людей с образованием, занятых наемным трудом" (См.: *Хухулина Л.А.* Указ. соч. С. 33).

¹ Представляет интерес не психологический компонент. Усталость от эмоции, навязанной должностью, отмечалась и западными исследователями на их материале. Мы обращаем внимание на социокультурный аспект дела. Не следует путать наши соображения и внешне схожие идеи о "микротехниках власти", которые вменяются капитализму в силу его репрессивного характера. См., например: *Rose Nikolas. Power of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge (U.K.); N.Y.: Cambridge University Press, 1999.

того, что эти и подобные требования скоро примут характер социальной нормы. Салариат занят в значительной мере в сфере производства услуг, но он же является и активным потребителем услуг. И тогда, выступая в качестве клиента, потребителя, желает для себя тех же "европейских" стандартов обслуживания, включая улыбку, как за границей (например, на курортах Турции), так теперь уже и дома.

Конформность таким нормам, касающимся внешнего плана поведения, — неперемное условие не столько карьерного успеха, сколько самой возможности поступления на работу в этот сектор. Для этого также требуются свидетельства определенных личностных качеств, навыков и способностей работника. Как уже говорилось¹, наиболее удобной формой гарантии для работодателя выступает сочетание вузовского диплома и документа о работе по данной специальности в течение года. И если стаж свидетельствует о начальной квалификации претендента, то диплом выступает гарантией общецивилизационных навыков, на предыдущей культурно-исторической фазе называвшихся в России чертами "интеллигентного", "образованного человека". Он обещает нужное работодателю отношение работника к чужим деньгам, чужому труду, другим людям. Диплом также отражает социализированность человека к дисциплине, готовности учиться, мотивированность на достижение и пр.

Наряду с этими "интеллигентскими" чертами этос salariата включает элементы другого происхождения, пришедшие из бизнес-культуры. Работа в этом секторе отличается прежде всего высокими, по сравнению с государственным сектором, заработками, а также интенсивностью, более жесткими требованиями к дисциплине, квалификации. Эти люди находятся в острой конкурентной ситуации, их места им никем и ничем не гарантированы, они знают, что тот, кто не поднимается постоянно вверх, выбывает из игры и т.д. Это, как правило, достаточно молодые, активные, амбициозные люди.

Для среднего класса в целом, и для salariата, в частности, процесс восхождения по социальной лестнице имеет особо важное значение — значение личностной самореализации. Альтернативные достижениям практики и установки не встречают понимания, поскольку остаться на своей социальной ступени несложно и поэтому не может быть вменено в заслугу трактовать-

ся как собственный выбор человека. Еще несколько лет назад среди молодых респондентов превалировало мнение, что они *опоздали*. Подразумевалась невозможность создания собственного бизнеса при отсутствии стартового капитала. Теперь достижение видится молодым в основном в рамках высокооплачиваемого наемного труда как значительного, более массового канала мобильности¹. Как показывают наши исследования в области образования, даже люди, оказавшиеся вне этого процесса (занятые на низкооплачиваемой работе, не получившие высшего образования), склонны винить в этом не общество, социальную "среду", но собственную инертность, пассивность.

Достижение стало социально одобряемой целью, а из понятия "карьера" ушел негативный смысл. Внутри социума важную роль теперь играет существование людей, которые "сделали себя сами", добились своего материального благополучия, "успеха", благодаря личным усилиям, предприимчивости, способностям, а не располагают достатком благодаря своему наследственному статусу или близости к власти или потому, что, как будущие олигархи, *"оказались в нужном месте в нужное время"*. В этом смысле новый "средний класс" служит примером и образцом для значительной части остального общества. В этих образцах есть сочетание нового прагматизма с традиционной морально-этической составляющей, поэтому они, в отличие от бизнес-морали, не вступают в открытую конфронтацию с трудовой этикой предыдущего поколения. В то же время они представляют собой совершенно иную концепцию человека, предполагая личную ответственность за себя и близких и контрактные отношения с остальным миром. Труд, работа, любая деятельность получают новую оценку ("эффективности"), причем эта оценка подвергается быстрой и жестокой проверке при акте купли-продажи продукта, услуги, собственной рабочей силы. Эта "конкретность" противопоставлена стремлению к абстрактному "общественному благу". Исключительно важно, что все, что было ими достигнуто, считают эти люди, есть их личная заслуга, что позволяет среднему классу ощущать себя в основном благополучно с точки зрения взаимоотношений с общественной моралью.

Для всех представителей этого класса характерна установка на достижение. У молодых ус-

¹ Левинсон А., Стучевская О. Новые процессы в образовании как сигнал о новых процессах в обществе // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2004. № 2 (70). С. 64 и сл.

¹ То, что "новые успешные" нацелены в массе своей на эти каналы, подтверждается, в частности, наблюдаемым бумом на получение высшего образования. Именно в этом секторе важно оказывается формальная сертификация.

тановка есть, достижений может еще и не быть. У более старших они непременно есть. Мужчины гордятся тем, что они выполнили свой мужской и отцовский долг — построил дом для семьи, обеспечил ей благополучие, безопасность и т.д. Женщина горда тем, что она исполнила свою женскую и материнскую обязанность — воспитала и выучила детей, одна или с мужем ведет дом, возможно, имеет собственное дело и пр. Эти ценности и ролевые программы не принадлежат среднему классу, они принадлежат обществу в целом. Но за средним классом, во-первых, их удачная практическая реализация, а во-вторых, их новая интерпретация: собственные стандарты потребления, комфорта, образования детей и пр., которые, разумеется, значительно отличаются от массовых, еще сохраняющих, с их точки зрения, налет "совковости".

Как видим, их отличие от тех, кто сверху, и тех, кто снизу, существует наряду с родством¹. Ощущаемое ими родство заключается в том, что, по их убеждению, они вместе со всем трудовым народом постоянно работают и живут своим трудом. Они — трудящиеся в том высоком смысле, который придавался этому слову в не забытые ими советские времена, и тем отличаются от лентяев, бездельников, которых, по их мнению, немало в нижнем классе, воспитаннике советской же власти, поощрявшей, на их взгляд, лодырей и проходимцев. Но они отличаются и от тех "вышестоящих", кому богатство упало в руки, досталось не трудом. В их дискурсе поэтому легко найдется место для популистских укоров "олигархам".

Важная черта нового дискурса — оптимизм, причем выраженный в отношении судьбы не только собственной, но общества в целом². Обнаруживаемая в исследованиях последних полутора-двух лет тенденция особенно любопытна, так как обозначает радикальный отход от того, что было нормой последнего десятилетия. Тогда достаточно четко прослеживалось параллельное существование двух дискурсов — публичного и частного, где оценки и установки в этом существенном пункте расходились. Нормативными были пессимистические оценки состояния общества и его будущего, в то время как мнения и прогнозы относительно собственной жизни вы-

ражали, как правило, умеренный оптимизм. Такой тип установок был общепринятым, мало зависел от социального класса, дохода и политических предпочтений.

Наблюдаемый нами феномен "оптимизма среднего класса" также приобретает черты нормативности, благо его охотно подхватил официоз. Но мы наблюдаем его и среди тех, кто поддерживает режим В.Путина и среди тех, кто не поддерживает, для кого значимы ценности демократии и кто к ним равнодушен и т.д. Некоторая непривычность в выражении их группового оптимизма заставляет наших респондентов часто ссылаться на собственную "натуру" — *оптимист по натуре*, некоторые абстрактные предписания — *надо думать о лучшем*, опыт других народов — *вот ведь американцы* и пр.

Салариат, несмотря на свои ценности личной независимости, не может проектировать собственное благополучие, не ставя его в зависимость от политического климата, общественной среды. Здесь вполне проступает его отличие от "самозанятого" предпринимателя. Последний зависим от конъюнктуры, от чиновников, рекетиров, но знает, что основные решения он принимает сам, на свой страх и риск. Наемный работник имеет гораздо меньше такой свободы. Он зависит от обстановки внутри фирмы, но также и от климата, в котором будет или не будет процветать вся корпорация. В этом проявляется пресловутая заинтересованность среднего класса в стабильности, его столь часто поминаемая законопослушность.

Здесь мы хотели бы подчеркнуть, что последнее качество не равнозначно конформизму, начальстволюбью. Этот слой людей в первую очередь заинтересован в законе и его исполнении всеми социальными субъектами: государством, работодателями. Опять же речь не идет об особо строгой этике этого класса. Просто при общении с любыми партнерами, прежде всего с властью, его ресурсы невелики. Ему есть что потерять, но возможностей силового воздействия, подкупа и т.д. у него нет. Высший класс, крупный бизнес, говорят они, имеет нужду и способен при случае лоббировать законы, направленные на обеспечение частного интереса одного субъекта, например, своей корпорации. Средний класс, в данном случае средний и малый бизнес, а также salariat, заинтересованы, по их словам, в совершенно другом использовании закона. Им нужен закон, действующий в интересах как минимум целого класса, а то и общества в целом. Они — за универсализм, как слабые — за справедливость. (Правда, пока эта их "объективная" заинтересованность в торжест-

1 Этот признак можно считать конститутивным для формирования общности. См.: Левада Ю.А. Средний человек... С. 12.

2 Выводы опираются на исследования, проведенные до осени 2004 г., когда последовал ряд событий, отразившихся на состоянии и настроениях общества. Позиции описываемых групп в новом общественно-политическом контексте требуют специального изучения.

ве законности и права не находит политическое выражения.)

Наемных служащих в компаниях многое объединяет со слоем предпринимателей: культура потребления, заявки на определенный стиль жизни, достижение как цель. Вместе с тем на них не лежит ответственность за морально сомнительные действия, на которые в массе вынуждены, по их словам, идти предприниматели, например, "увод" прибыли, за практику "черной" и "серой" зарплаты и неуплату соответствующих налогов. Можно предположить, что в ближайшее время эти вопросы станут зоной переговоров наемного труда с предпринимателями, учитывая широкое распространение форм кредитования, ипотеки, отчислений в пенсионный фонд, "социальных пакетов" и пр. Можно также предположить, что в целом усложнение экономической жизни и социальной структуры вообще сделает необходимым более широкое применение универсалистских механизмов взаимодействия в нашем обиходе¹.

Безусловная ценность для описываемой группы — приватность. Большое значение придается личной независимости, прежде всего материальной, в стиле поведения и потребления. Эти люди указывают на свое отличие от большинства, которое или хочет состоять у кого-либо на попечении, например, у государства, или вынуждено быть в зависимости от работодателя, начальства и пр. (В среднем классе и те, кто работает по найму, как правило, склонны рассматривать свое взаимодействие с нанимателем в рамках равновесных контрактных отношений.)

Новое потребление и национальный идеал. Сравнивая результаты наших исследований времен восхождения "новых русских" и времен утверждения "нового среднего класса", в основной своей массе, salariата, можно увидеть радикальное различие в средствах, применявшихся для достижения одних и тех же целей. В начале 1990-х годов бизнесмены стремились брать на работу родственников, близких, друзей, рассчитывая на их лояльность, надеясь, что они *не ук-*

радут и не сдадут. Ради тех же целей в коллективах всячески укреплялись неформальные связи. Совместные выпивки были существенной частью этой политики. Они же непременно сопровождали и большинство деловых контактов. Это были попытки использовать принадлежащее отечественной традиции винопития убеждение, что люди, которые вместе пили, связаны особыми узами вроде дружеских и не должны злоумышлять друг против друга. Согласно этой же традиции, в ходе застолья люди должны "открыть душу" друг другу, что и делает их друзьями/родными. Эти архаические и партикуляристические техники просуществовали несколько лет. Места, где и сейчас придерживаются этих традиций делового общения, встречаются на "окраинах" российского делового мира, по рассказам респондентов, как правило, в зоне их контактов с государственными структурами.

Нынешние деловые люди исходят из универсалистских начал. Что касается алкоголя, то в современной деловой отечественной культуре ему отведено совсем другое место, чем в описанных выше случаях. Спиртное и его совместное распитие в коллективе продолжает играть роль регулятора отношений. Но теперь его функция — быть социальным лубрикантом, дозированно смягчать жесткость функциональных отношений, в том числе вертикальных. О том, чтобы "забыть все" и "открыть душу", речь более не идет, напротив, принята взаимная демонстрация способностей сохранять контроль над собой и обстоятельствами. В культуре застолья ценится знание блюд, напитков, ритуалов, т.е. определенного рода цивилизационные навыки. Меняется и репертуар напитков, и способ их потребления. Водка теряет место главного национального питья и переходит в один ряд с другими крепкими напитками, потребляемыми дозировано. Резко поднимается значение пива и вина как легкого алкоголя, позволяющего сохранять контроль над собой и ситуацией. Риски эксцессов заменяются экспериментированием в потреблении, которое реализуется в анонимной среде городского пространства ("культура кафе").

Сходные перемены касаются табачных изделий. Крепость табака перестает быть мерилем "мужественности" и силы человека (мужчины). Мужчины либо перестают курить, либо переходят на сорта, рекламируемые как легкие и содержащие минимум вредных веществ. Забота о здоровье — сначала своем, потом и окружающих людей, и вообще забота о здоровом окружении, — оказывается более важной ценностью. Грубая сила перестает быть наиболее ценным

¹ Какие агенты возьмут на себя эти функции, сейчас сказать трудно. На сегодняшний день роль профсоюзов в реальном регулировании трудовых отношений, в которых находится средний класс, практически нулевая. Возможно, дело в том, что профсоюзы, будучи формой организации индустриального рабочего класса, не приспособлены для выражения интересов описываемой нами постиндустриальной группы с ее индивидуализмом и пр. Собственно, об этом много пишут и западные историки, говоря про свой "средний класс" (Eley Geoff. Forging Democracy: The History of the Left in Europe, 1850–2000. N.Y.: Oxford University Press, 2002).

признаком мужчины, главной становится его способность принимать ответственность за других — семью, близких, подчиненных, способность управлять собой и обстоятельствами, создавать безопасную среду для тех, за кого он отвечает.

Мы ведем речь о практиках потребления того, что не относится к предметам первой необходимости, а перемены в их потреблении имеют видимость моды или заурядного заимствования чужих манер. Однако эти новшества, по нашему убеждению, представляют собой внешнюю манифестацию весьма глубоких перемен, затрагивающих ни мало ни много модальный антропологический тип, или то, что зовется национальным характером.

Наряду с перечисленными новыми элементами досуговой практики и трудовой этики чрезвычайно важное значение для общества в целом приобретают, на наш взгляд, потребительские стандарты среднего класса. Собственно средний класс, о котором идет речь, может быть без натяжек назван "вещистским", "озабоченным" своим вещным окружением. На то имеются, с нашей точки зрения, веские социокультурные причины. Часть из них тривиальна, так как связана с начальной фазой формирующейся общности, что практически всегда нагружает вещи обихода грубой, но исключительно важной знаковой функцией отделения себя от "чужих", и обозначения своего статусно-ролевого места среди "своих". Совсем недавно перед глазами всего российского общества пережили эту фазу "новые русские". "Новые средние" проходят ее же, но с учетом накопленного предшествующими поколениями социального опыта.

По составу вещный мир среднего класса формируется вокруг ядра, которое являет собой реплику советского материального идеала "квартира—дача—машина". (О нем шла речь как об одном из признаков "советского среднего класса".) Но ныне этот идеал существует как прочитанный на языке западных потребительских образцов. (Они были адаптированы в рамках моделей, выработанных первым поколением постсоветских богатых людей.) Повторим, значительная доля представителей среднего класса именно у сошедших со сцены "новых русских" подхватила их представления о том, как должен выглядеть современный "нормальный" человек. Вначале это лишь набор элементарных образцов (марка часов, автомобиля, одежды и т.п.). По мере социального "взросления" группы эти элементарные формы социального символизма заменяются на более сложные, обобщенные. Появляются свои представления о вкусе и стиле, дающие

возможность индивидуализировать свое поведение, оставаясь в рамках своего круга, класса.

Указанные феномены характерны для становления отечественного "среднего класса", но они встречались в прошлом и возникнут еще не раз в других социальных обстоятельствах. Между тем процесс формирования российского среднего класса приобрел и некоторые уникальные черты. Мы имеем в виду, что обсуждавшийся выше вещный антураж и подобные ему потребительские символы, включая образование детей, здоровье семьи, формы отдыха и пр., имеют для среднего класса не обычное практическое или престижно-показное, но особенное символическое значение. Оно состоит, во-первых, в том, что это действительно идеал, т.е. культурно и социально закреплённый стандарт, заложенный в национальное общественное сознание как цель. Во-вторых, для них он представляет собой стандарт, который при их доходах и ресурсах может быть практически реализован, воплощен. В-третьих, самое главное, — ими этот идеал *достигнут*.

Дело в том, что новый класс/слой опознает себя не просто через обладание определенным богатством или конкретным набором благ, а через достижение конкретной цели, значимой не только для достигших ее, но и для "всех". По известной аналогии можно сказать: они — те немногие в постсоветском обществе, кто сумел реализовать "советскую мечту". "Советскость" этой мечты двойная, она касается и самой цели, т.е. конкретных благ, и касается средств, что куда важнее, ибо сразу выводит проблему в ценностный горизонт. Все без исключения респонденты подчеркивали, что то, чего они добились, они добились, во-первых, сами, а во-вторых, не преступая человеческих законов. Повторим, в том, что они сумели сделать, то, чего желали бы "все", они и видят свое отличие от "всех", от неспособного на эти усилия большинства, от тех, кто ниже их по социальной иерархии. А в том, что сделали это собственным трудом и честно, они видят отличия от тех, кто выше их.

Те, кого они называют *действительно богатыми*, та небольшая часть общества, которая находится выше среднего класса, располагают в материальном отношении несравненно большим достатком, владеют гораздо более значительной собственностью и т.п. И именно в этой части еще несколько лет назад впервые появились чувства удовлетворения достигнутым — знаменитая формула "жизнь удалась!". Однако такое чувство могло появляться и появлялось только у отдельных людей. Для богатого класса в целом оно не могло возникнуть как общее потому, что

у этого класса по условиям его формирования не было адекватного и единого социального идеала. Они также начинали с "советской триады", но быстро ее прошли и оказались в символическом вакууме. Они начали подражать иностранным богачам, но образцы для подражания слишком многообразны, еще пока не сложились в российскую национальную традицию, норму на богатство. Поэтому даже при значительных средствах и ресурсах представители этого класса как целого не могут испытать того особого удовлетворения, которое дает человеку достижение социально одобренной цели, совершенное к тому же в группе таких же людей.

Сказав это, подчеркнем, что в результате мы обнаруживаем у среднего класса как особой категории россиян мир и лад с собой, не привычный для всего, что мы знаем о состоянии "народной души" с 1990-х годов и по сей день. Добавим уже упоминавшуюся черту — гордиться собой, уважать себя, опираясь не на свою узкоклассовую мораль, а на национальную традицию, на принадлежащую всему обществу этику с ее заявленными ценностями труда, честности, долга и пр.

Одной из черт русского национального характера был, как нам известно из русской литературы, неперенный надлом, вызванный конфликтом между идеальными представлениями о жизни, идеальными требованиями к себе, с одной стороны, и невозможностью реализовать эти идеалы, привести себя и свою жизнь в соответствие с собственными требованиями — с другой. С описываемым классом, как мы видим, это не так. Ему удалось преодолеть разрыв между желаемым и совершающимся. Правда, это реализовалось прежде всего не в привычных для отечествен-

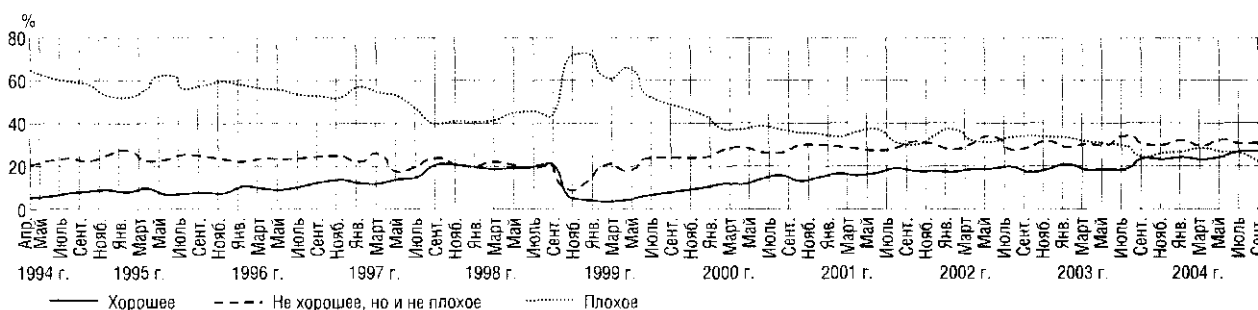
ного дискурса экзистенциальных измерениях, а в пренебрегаемой им сфере материального потребления.

Заключение. На основании исследований последнего времени мы делаем вывод, что в ходе недавних трансформаций социальной структуры российского общества состоялось формирование нового социального субъекта.

Следует отметить, что этот субъект — наш средний класс, когда он вполне оформится, — будет некоторое время исторически уникальным явлением. Люди, "сделавшие себя сами", есть во всех обществах. Но немного найдется исторических случаев, когда социальный класс оказывался полностью состоящим из таких и только таких людей. Через некоторое время, когда повзрослеют дети этих людей и возникнет наследственный статус представителя среднего класса, эта специфика исчезнет. Но сейчас это вид особенных людей, чем-то необычных индивидов, нерядовых личностей, непременно вырвавшихся откуда-то, вышедших из какой-то среды, покинувших ее.

Такие же черты 10–15 лет назад были свойственны нынешним более богатым, в тот ранний период совершившим свой социальный прыжок. Только для них, как показывали наши исследования, этот переход бывал более драматичным и ценностно-компромиссным, чем для описанного типа людей, чей внутренний мир оказывается не разорванным, а гармоничным. Если завершится (а не сорвется) формирование российского среднего класса, мы скоро увидим, как он превратится в общезначимую модель нового образа жизни, нового человеческого типа россиян.

Как Вы считаете, сейчас в целом хорошее или плохое время для того, чтобы делать крупные покупки для дома? (в % от числа опрошенных, N=2400 человек)



Последние несколько лет экономического роста в стране и улучшения материального благосостояния населения привели к существенным изменениям потребительских настроений. Летом—осенью 2004 г. впервые за последние десять лет доля тех, кто считает, что сейчас "хорошее время для покупок товаров длительного пользования", превысила долю противников этого утверждения. Благоприятные субъективные настроения вносят свою значительную лепту в расширение платежеспособного спроса на потребительском рынке России.