

## ЦЕННОСТИ СРЕДНЕГО КЛАССА КАК МОБИЛЬНОЕ ОТРАЖЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

*В статье приводится анализ эмпирического материала, раскрывающего содержание ценностных установок среднего класса (на примере Республики Адыгея).*

Анализ процессов социальной стратификации в обществах разного типа показывает, что принадлежность к среднему классу определяется не только уровнем материального благосостояния, но и наличием особых ценностных установок в мировоззрении, социальным менталитетом.

В нашей стране в условиях перехода к информационному обществу развитие творческих навыков в труде и формирование творческой личности, открытой к восприятию нового, являются важной ценностной установкой для представителей среднего класса. Инновационные процессы, постепенно охватывая все области жизнедеятельности людей, заставляют их забывать про «шаблонный» метод мышления и формируют общественную потребность в сознательной и систематической ориентации на творческую деятельность и способность к освоению инновационных практик.

Под инновационными практиками понимаются типические действия людей, которые, с одной стороны, не слишком широко распространены (по крайней мере, на данный момент времени), но уже достаточно заметны, а с другой – являются новыми способами действия, которые, к примеру, еще десятилетие назад существовали в исключительно ограниченных масштабах или вовсе отсутствовали. Необходимо отметить, что инновационные практики не всегда отождествляются со всеми новыми (прогрессивными) явлениями, а связаны с новыми элементами в собственной активности определенных социальных групп.

Появление инновационных способов действий во многом обусловлено с общей эволюцией и глобальными социокультурными процессами (например, распространение Интернета). Таким процессами в нашей стране можно считать и утвердившиеся в последнее десятилетие некоторые виды деятельности, которые в советское время были неразвиты или отсутствовали (к примеру, предпринимательская деятельность).

Таким образом, в каждый момент времени благодаря новым производственным и социальным технологиям появляются новые формы поведения, которые через какое-то время встраиваются в привычные стили жизни, постепенно меняя облик социальных групп, способы их мышления, действия, ценностную иерархию. По мнению С.В. Горюновой, «освоение и распространение инновационных образцов успешного социально-экономического поведения также считается одной из важнейших функций среднего класса».

Анализ эмпирических данных показал, что в ценностных установках среднего класса республики Адыгея заложен значительный инновационный компонент, касающийся всех сфер жизни: профессиональной деятельности, семьи, досуга, потребления, политического участия, отношения к здоровью и т. д. Представители данной социальной группы в большей степени ориентированы на активную адаптацию к быстро меняющейся социальной реальности. Сталкиваясь в ходе опроса с дилеммой «поиск нового – следование традиции» представители среднего класса в большей степени демонстрируют установку на поиск нового (примерно 60%), в то время как остальному населению более близка вторая позиция (примерно 55%).

По данным нашего исследования, осуществление присущих среднему классу инновационно-достижительных ориентаций позволяет его представителям достигать более выгодной позиции прежде всего в профессиональной сфере.

Главным фактором продвижения вверх значительного большинства представителей среднего класса Республики Адыгея являются именно высокие достижительные установки в профессиональной сфере и, прежде всего, особое отношение к ценности работы. Характерно распределение акцентов в предложенных респондентам суждениях, отражающих жизненные ценности относительно работы: с утверждением «главное в работе – это сколько за нее платят» были согласны 42,5% представителей среднего класса (66,7% остального населения), а с утверждением «только на интересную работу, требующую постоянного повышения уровня знаний,

можно потратить значительную часть жизни» – соответственно 56% и 32% (остальные 2,8% от общего числа опрошенных затруднились ответить). Особенно ценны в группе среднего класса содержательные и статусные характеристики работы: то, что она интересна, отметили 64%, дает возможность проявлять инициативу – 54%, сделать карьеру – 34,8%. По такой позиции, как «благодаря работе приношу пользу людям» мнения респондентов в обеих группах практически совпали: 29% у представителей среднего класса и 31% у остального населения.

Следствием таких реализуемых на практике ценностных установок становится большая удовлетворенность профессиональными составляющими своего положения среди представителей среднего класса. Ситуация на работе оценивается ими в три раза чаще, а возможность реализовать себя в любимом деле – в четыре раза чаще.

Различия в обычных и инновационных практиках легко обнаруживаются и в таком элементе трудовой деятельности, как поиск работы. Кроме обычных форм поиска (прямые обращения на предприятия, обращения к коллегам, родственникам, знакомым) представители среднего класса чаще других групп используют инновационные формы, к которым можно отнести использование институциональных посредников и средств массовой коммуникации (включая Интернет).

Как показали результаты исследования, представители среднего класса РА осваивают и такую форму занятости, как предпринимательская деятельность, которая сама по себе является инновационной, поскольку в советское время она фактически отсутствовала (по крайней мере, в качестве основного вида занятости). Поэтому наличие этой деятельности служит показателем инновационной активности. В настоящее время большинство предпринимателей республики концентрируются в торговле и посредничестве, поскольку производственные структуры по объективным причинам ведут борьбу за выживание, сокращая производство и персонал. Те же социальные группы среднего слоя, которые определяют лицо постиндустриального общества (инновационные фирмы, фирмы по производству интеллектуальных услуг), не получили достаточного развития.

В целом, как показывают результаты исследования, наличие в мировоззрении высоких достижительных установок (карьерный рост, материальный достаток), подкрепленных качественным образованием и значительным инновационным компонентом, делают представителей среднего класса обладателями особой культуры профессионалов, которая отличает их от остального населения.

Более выгодная ситуация на рынке труда позволяет представителям среднего класса реализовать определенный стиль жизни и за пределами сферы трудовой деятельности. Стиль жизни «складывается из таких поступков людей и таких предметов собственности, которые истолковываются ими самими и окружающими как показатели или символы положения, занимаемого в той или иной стратификационной структуре».

Данная сторона групповой субкультуры, фиксирующая устойчиво воспроизводимые манеры, привычки, ценностные предпочтения и вкусы, конструируется в основном из особого типа потребления и досуга, характерного для среднего класса.

Сфера отдыха и досуга – важнейшая сфера повседневности, связанная как с устоявшимися традициями и привычками жителей нашей республики, так и с новыми возможностями, открывающимися на рынке рекреационных услуг. Ценность сферы досуга определяется его объемом, структурой, содержанием. Как известно, досуг охватывает время, затраченное на восстановление сил, физическое и духовное развитие, приобщение к культуре, общественно-политическую активность, занятия с детьми, занятия по интересам, пассивный отдых. На сегодняшний день удовлетворенность населения своим досугом является своеобразным индикатором положения и социального самочувствия различных социальных групп. Кроме того, доступность полноценной культурной и социальной жизни, расширение спектра социальных контактов и форм проведения свободного времени на практике – один из тех базовых качественных параметров, которые в настоящее время заметно дифференцируют жизненные стандарты различных групп населения страны. Специфика реальных досуговых моделей активности во многом характеризует избираемый образ жизни, который, в свою очередь, наряду с уровнем образования и материальной обеспеченности оказывается одним из главных критериев самоидентификации среднего класса.

Как показали результаты исследования, 17,5% представителей среднего класса расценивают собственные досуговые возможности как хорошие, а 49,8% – в принципе, удовлетворены тем, как они проводят свободное время. Среди остального населения хорошими свои досуговые возможности признали только 10% опрошенных.

За последнее десятилетие формы проведения свободного времени претерпели определенные изменения, которые в разной степени затронули различные социальные слои. На смену

традиционным досуговым формам приходят инновационные (Интернет), которые либо заменяют обычные практики отдыха, либо непосредственно замещают друг друга.

На сегодняшний день все досуговые практики можно сгруппировать следующим образом. Простой домашний досуг объединяет элементарные формы проведения свободного времени (чтение, просмотр телепрограмм, пассивный отдых). Данный вид досуга является достаточно распространенным среди всех групп населения республики, так как не требует дополнительных затрат.

Добавление к данному виду досуга тех или иных увлечений и инновационных компонентов, включая занятия на компьютере, самообразование, активное общение, направленное на пребывание вне семьи, обогащает свободное время более продвинутыми формами досуга, несущими в себе коммуникационный, развивающий потенциал.

Оставаясь по сути домашним, такой тип досуга все-таки более интересен и «традиционен» для жителей нашей республики и России в целом, поскольку его практикует большинство населения. Однако по таким досуговым практикам, как занятия на компьютере, Интернет, а также повышение уровня своего образования в свободное время наблюдаются значительные различия между представителями среднего класса и остальным населением. Это свидетельствует о том, что у многих представителей среднего класса преобладают скорее интеллектуальные, чем обыденные предпочтения сфере досуга и в сфере духовной жизни вообще.

Третий, наиболее разнообразный тип досуга – активный, о котором речь идет уже как о важном параметре качества жизни, начинается только при условии расширения спектра досуговых предпочтений за счет внедомашних видов культурной, развлекательной, рекреационной, общественно-политической или иной деятельности. Именно такие формы досуга характерны для средних классов развитых стран.

Посещение театров, ресторанов, клубов, путешествия, включенность в деятельность различных оздоровительных, образовательных институтов, как и любая другая социальная активность, требует значительных дополнительных затрат. Однако ориентация именно на данный тип досуговой деятельности придает социокультурной жизни индивидов наибольшую полноту. Как показали данные исследования, наиболее популярными практиками активного отдыха у представителей среднего класса республики является посещение ресторанов, баров, клубов, концертов, спортивных секций, салонов красоты, отдых в горах. Возможно, что по мере роста доходов населения все большей популярностью будет пользоваться и такой вид досуговой практики как путешествия, приобретая при этом оттенок статусного потребления. Данный вывод позволяет сделать анализ ответов на такой вопрос, как «На что бы Вы потратили неожиданно появившуюся у Вас крупную сумму денег?». Именно среди представителей среднего класса РА на третьем месте оказался ответ «на путешествия» (29%). При этом на первое место вышла покупка недвижимости (38%), после которой следует позиция «помощь близким» (31%).

Таким образом, в наиболее традиционных формах досуга различия между средним классом и остальным населением республики невелики. Что же касается инновационных, менее распространенных досуговых практик, то здесь лидерование представителей среднего класса неоспоримо. Вероятно, что со временем прогрессивные поведенческие практики среднего класса впоследствии трансформируются в социокультурные установки, распространяющиеся на другие массовые слои населения.

Складывающийся стиль жизни среднего класса, помимо особой культуры труда и использования свободного времени определяется также и потребительскими практиками. При этом наличие у людей каких-то предметов потребления не следует сводить только к фактам пассивного обладания вещами, отделяя их и даже противопоставляя процессам активной деятельности. Приобретение вещей сегодня не рассматривается просто как экономический акт расходования денежных средств. Это деятельность, которая начинается с процесса выбора и заканчивается процессом освоения вещи или услуги. Причем деятельность также во многом инновационная, поскольку даже недорогих предметов повседневной жизни связана с необходимостью изучения рынка, получения знания о различиях между свойствами разных вещей, существующих в бесчисленных вариациях. Различия потребительских свойств становятся все более тонкими, заставляя обращать внимание на нюансы.

На сегодняшний день стереотипы потребительского поведения представителей российского среднего класса в целом отличаются от потребительских практик остального населения. Модель потребительского поведения представителя среднего класса формируется в полном соответствии с положением в обществе. Во-первых, представитель среднего класса зарабатывает своим квалифицированным трудом, поэтому его потребление определяется жестким экономи-

ческим расчетом. Во-вторых, профессионал – в большинстве случаев человек образованный, имеющий собственные представления об эстетике и качестве.

Если в сфере труда, отдыха, отношения к здоровью и образованию, модели потребительского поведения у среднего класса складываются определенные ценностные установки, то ценности политического участия и самоорганизации являются слабовыраженными. Одной из отличительных черт российского среднего класса является то, что на данном этапе развития он является классом «в себе» («class in itself»), а не классом для себя («class for itself»), как, например, западные средние классы.

Проведенное исследование политических предпочтений представителей среднего класса показало, что постоянный интерес к политике в составе среднего класса проявляют лишь 7% опрошенных, причем 3% из них отметили, что с политикой так или иначе связана их профессиональная деятельность (активисты политических партий и общественных движений, работники СМИ). Треть опрошенных (32,5%) отметили, что вообще никогда не интересуются политикой, и еще около 40% следят за ней «факультативно», то есть иногда обсуждают происходящее в стране с окружающими. Аналогично обстоит дело и с политическими предпочтениями: 65% представителей средних слоев заявили о своей идеологической нейтральности. Возможно, высокий уровень политической неопределенности в политических предпочтениях среднего класса не в последнюю очередь связан с тем, что его представителям все труднее удается не только политически, но и идеологически идентифицировать себя в рамках существующего политического спектра.

В Республике Адыгея неоднозначным оказалось отношение представителей среднего класса к ценности закона. Большинство опрошенных (37,5%) согласилось с утверждением, что «закон необходимо соблюдать всегда и везде», 31% высказали мнение «главное не закон – а справедливость», а 26,7% (причем преимущественно молодое поколение) поддержали такую точку зрения, как «считаю нормальным обойти закон ради собственной выгоды». Таким образом, почти треть опрошенных считают возможным ради достижения успеха жертвовать некоторыми морально-этическими нормами и принципами. Данный факт говорит о том, что в вопросах формирования правосознания российский средний класс в настоящее время не может выступить в роли носителя транслятора социальных стандартов для протосредних классов, которые, отметим, в республике, как и в России в целом, являются самыми многочисленными.

Недоверие к институтам власти и правопорядка, а также идеологическая неопределенность во многом определяет отношение представителей среднего класса, как и остального населения республики, к религиозным ценностям. На вопрос «Считаете ли Вы себя верующим человеком?» большинство респондентов (57%) ответили «да, я скорее верующий, чем неверующий», 34% отнесли себя к неверующим людям, остальные 8% ответить затруднились. При этом необходимо отметить, что адыги, относящиеся к среднему классу, в большей степени, чем русские, склонны к активной религиозной жизни. Это подтверждает тот факт, что среди верующих адыгов гораздо больше оказалось тех (68%), кто следует строгому соблюдению религиозных обрядов, а также разделяет мнение о том, что в воспитании детей необходимо опираться на религиозные устои и национальные традиции.

Необходимо отметить, что отношение к ценности религии и процент участия в религиозной жизни у представителей среднего класса не имеют ярко выраженных отличий от предпочтений остальных жителей республики. Дело в том, что в любом обществе средний класс, являясь носителем тенденций социальной стабильности, в наибольшей степени выражает приверженность ценностям, доминирующим в данном обществе. В традиционном обществе таковыми являются и религиозные ценности, которые находят значительное число приверженцев в средних слоях РА.

В целом, исследование смысложизненных ценностей среднего класса РА показывает, что они в значительной степени являются ценностями традиционного общества.

Таким образом, как видно из таблицы 1, средний класс четко аккумулирует смысложизненные ценности, разделяемые остальным населением республики, что в целом соответствует функции среднего класса как носителя типичных национальных ценностей, среди которых важная роль отводится семье, детям, общению, благополучию. Однако существенным отличием ценностного сознания среднего класса республики является большая, по сравнению с остальным населением, степень распространения в нем индивидуалистских начал. Большинство представителей среднего класса, как и остального населения, демонстрируют ярко выраженную склонность к индивидуализму и декларируют стремление опираться на свои силы, и лишь незначительная доля остального населения склонна поддерживать коллективистские ценности (потребность действовать сообща), и в большинстве случаев воспринимает индивидуализм как антиценность.

Иерархия ценностей среднего класса и представителей  
остального населения Республики Адыгея

Средний класс			Остальное население		
ранг	ценности	%	ранг	ценности	%
1	Семья	78	1	Семья	82
2	Здоровье	74	2	Достаток	80
3	Работа	72	3	Здоровье	76
4	Успех	70	4	Общение	74
5	Профессионализм	70	5	Безопасность	70
6	Самореализация	66	6	Стабильность	70
7	Достаток	64	7	Работа	65
8	Законность	60	8	Законность	63
9	Общение	57	9	Любовь	58
10	Свобода	53	10	Справедливость	54
11	Индивидуализм	50	11	Порядок	54
12	Стабильность	48	12	Профессионализм	50
13	Безопасность	45	13	Успех	46
14	Уважение окружающих	38	14	Самореализация	44
15	Справедливость	32	15	Индивидуализм	41
16	Порядок	30	16	Уважение окружающих	40
17	Любовь	27	17	Согласие	35
18	Согласие	24	18	Религия	33
19	Религия	19	19	Духовность	28
20	Духовность	17	20	Коллективизм	19
21	Коллективизм	10	21	Свобода	12

Изложенные соображения побуждают рассматривать роль в российской трансформации складывающегося среднего класса не только с точки зрения индивидуальных инновационных «вкладов» его представителей, но и с точки зрения используемых ими механизмов взаимодействия этими вкладами и их трансляции на социальный уровень. Речь идет об уровнях и формах активности людей среднего класса в процессе социализации индивидуальных ценностно-нормативных и практических инноваций. Эта активность проявляется как в отношениях между малыми группами, так и в отношениях между макросоциальными группами, например, информационная революция и научно-технический прогресс.

Можно предположить, что в современных условиях средний класс является не окончательно оформившимся, существующим по своим, отличным от западных, моделям, но в то же время наиболее конструктивно действующим субъектом российского трансформационного процесса. С определенной условностью можно говорить, что если «верхи» — источник деструкции и дестабилизации, поскольку ориентированы, в основном, на присвоение национального богатства, а «низы» пассивно приспосабливаются к ситуации, то средние слои сохраняют прежние и формируют новые практики, создавая реальные основы новых социальных институтов. Они сохраняют традиционные основы российского социума, одновременно формируя новые социальные институты, непохожие на социальные институты западного типа.

Признавая некую незавершенность формирования среднего класса с точки зрения западных образцов нельзя не признавать такие типологические психологические черты представителей нового российского среднего класса, как высокий уровень жизненной активности, деятельная натура, сила личности. Анализ особенностей существования среднего класса в Республике Адыгея, которая, как известно, не относится к числу преуспевающих российских регионов, показывает, что жизнь среднего класса не сводится к простой адаптации, но сочетается со стремлением к самореализации, рационализму и самостоятельному построению собственной судьбы. В своих сущностных чертах средний класс в Республике Адыгея близок к населению в целом, но это та лучшая его часть, в которой сильные достигательные установки способствуют мобилизации всех ресурсов для постоянного профессионального саморазвития, ведущего в итоге к жизненному успеху.

Как показывают данные исследования, самоидентификация со средним классом коррелирует с определенной долей социального оптимизма, порождающего позитивное эмоциональное само-

ощущение и более положительную, чем у остальной части населения, оценку общей ситуации в республике и стране в целом. Стержнем мышления является образ независимого, полагающегося только на себя индивида, способного самостоятельно определять свои жизненные цели и добиваться их достижения. В этом главной опорой ему служат личные качества, знания, силы и способности.

В целом, подводя итоги, можно утверждать, что несмотря на значительный рост среднего класса в последние годы и некоторое изменение его социально-профессионального состава он не потерял своей качественной специфики по отношению к остальному населению страны. Речь идет о специфике, которая отнюдь не сводится к уровню материального благосостояния, охватывая гораздо более широкий круг явлений, и помогает данному классу успешно выполнять свои основные социальные функции. И хотя российский средний класс живет гораздо беднее западноевропейского, он также характеризуется относительно большим распространением инновационных моделей поведения, чем общество в целом, играет стабилизирующую роль в социально-политической жизни страны.

#### **Литература:**

1. Горюнова, С.В. Средние слои и «средний класс» в современном российском обществе / С.В. Горюнова // *Общественные науки и современность*. - 2006. - № 4.
2. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Е.М. Аврамова и др. - М., 2003.
3. Барбер, Б. Структура социальной стратификации и тенденции социальной мобильности / Б. Барбер // *Американская социология* - М., 1972.