

Перед вами – продолжение исследования, посвященного выявлению и изучению самых “модернизированных” групп российского общества, в наибольшей степени освоивших атрибуты современной цивилизации*.

Полагая принятые сейчас методы выявления представителей некоего “прото-среднего” класса в российском обществе – по социально-демографическим характеристикам или через самоидентификацию – недостаточными, мы решили обратиться к анализу сферы повседневной жизни. Мы не подвергаем сомнению значимость использовавшихся ранее критериев, но полагаем, что принадлежность к модернизированному слою, называемому средним классом (или “средними классами”), должна определяться, помимо статуса и самоидентификации респондента, еще и его повседневным поведением. Мы выделили ряд современных реалий, которые, на наш взгляд, могут (в комплексе) характеризовать новый стиль повседневной жизни. Его распространенность будет свидетельствовать о движении общества в сторону экономически развитых стран западного мира, на которые мы в любом случае вольно или невольно ориентируемся, когда обращаемся к таким категориям, как “модернизированное общество” или, тем более, “средний класс”.

П. Бавин

статья вторая

В ожидании среднего класса

Респондентам предлагали карточку и просили отметить, какие из 17 перечисленных на ней реалий присутствовали в их повседневной жизни за последние 2–3 года**. В зависимости от количества освоенных реалий респонденты были поделены на 5 групп, где группу **A** – или “сверхвключенных” – составили те, кто, освоил более семи реалий, группу **B** – отметившие 6–7 позиций, группу **C** – 4–5 и группу **D** – 2–3 позиции. Пятую группу составили респонденты, в повседневной жизни не использующие ни одной из тестовых реалий***.

Анализ данных о “включенности” россиян в реалии современного мира показал, что большинство населения еще незнакомо с атрибутами западной цивилизации. Какое-либо распространение они имеют лишь в небольшой группе, не превышающей 20%. Причем только респонденты группы **A** – 5% от выборки – обладают достаточными материальными и личностными ресурсами, которые не просто обеспечивают доступность этих реалий, но и стимулируют их освоение на ценно-

Анализ данных о “включенности” россиян в реалии современного мира показал, что большинство населения еще незнакомо с атрибутами западной цивилизации. Относительно широкое распространение они имеют лишь в группе, не превышающей 20%

* Начало см.: Бавин П. “В ожидании среднего класса” // Социальная реальность. 2006. № 1.

** В тестовую карточку вошли следующие 17 реалий: пользование мобильным телефоном; пользование компьютером; вождение автомобиля; покупка товаров в кредит; получение кредитов в банке; обращение с иностранной валютой; использование пластиковой карточки при расчетах; вложение средств в акции; получение дополнительного образования; пользование Интернетом, переписка по электронной почте, поездки за границу; покупка туристического и/или спортивного снаряжения; доставка товаров на дом; полеты на самолетах; пользование услугами домработниц и нянь; занятия в фитнес-, спортклубе и посещение косметических салонов.

*** Подробнее о принципах отбора реалий для тестовой карточки и деления на группы по степени “включенности” см. в предыдущей статье.



ственным уровне. Только представителей этой группы, полагаем мы, можно отнести – и то со значительной натяжкой – к “прото-среднему классу”. Точнее характеризовать ее как “модернизированная” группа населения.

Здесь мы перейдем к более пристальному изучению именно этой, довольно узкой прослойки населения. Впрочем, полное представление о специфике данной группы невозможно без сравнения, так что в поле нашего зрения останутся и остальные группы респондентов.

На новом этапе исследования используются данные мегаопроса с выборкой в 34 500 респондентов – по 500 человек в 69 российских регионах*. Такой масштаб выборки позволил, во-первых, провести более детальный анализ социально-демографических особенностей выделенных групп, а во-вторых, взглянуть на эти группы в региональном разрезе.

На первом этапе мы определили, что в группах **A, B, C** и **D** в наибольшей степени представлены респонденты в возрасте от 18 до 35 лет. Более дробная дифференциация возрастных групп позволяет увидеть, что функция зависимости “включенности” от возраста является не линейной, а ступенчатой: один порог располагается в районе 37 лет, второй – около 60 (табл. 1).

Доли “сверхвключенных” (группа **A**) и “сильно включенных” (группа **B**) в возрастных группах до 37 лет практически не различаются.

Резко выделяется группа старше 60 лет – более трех четвертей респондентов этого возраста остаются вообще исключенными из мира новых реалий повседневной жизни.

Рассмотрим подробнее “профиль включенности” трех младших возрастных групп, составляющих более 75% группы **A**.

Основной блок освоенных реалий у представителей этих возрастных страт в группе **A** практически совпадает: мобильный телефон, компьютер, интернет, иностранная валюта, покупка спортивного снаряжения, автомобиль, получение дополнительного образования.

Вместе с тем самые молодые заметно чаще пользуются услугами фитнес-центров и косметических салонов (63% и 60% соответственно), тогда как респонденты постарше имеют более значительный опыт обращения к кредитам, а также чаще летают на самолетах.

Освоение многих новых реалий повседневной жизни требует вложения средств, поэтому неудивительно, что распределение по группам “включенности” коррелирует с уровнем дохода респондентов. Могут ли сегодня в России люди с относительно невысоким уровнем дохода осваивать новые реалии повседневного ми-

Табл. 1

% от возрастных групп (по столбцам)

Группы	Население	Возраст, лет							
		18-22	23-30	31-37	38-45	46-53	54-61	62-69	старше 70
“Включенность”									
A	5	10	10	10	5	2	1	0	0
B	6	11	11	9	5	4	2	0	0
C	12	22	19	17	14	10	6	1	1
D	23	31	29	31	30	25	20	6	3
“Невключенные”	34*	9	12	15	23	33	46	77	90
❖ Сумма респондентов во всех группах не достигает 100%, так как мы не включили ни в одну из них тех, кто отметил только одну позицию в тестовой карточке.									

* Общероссийский опрос населения от 26 августа–13 сентября 2005 года (1954 населенных пункта РФ. 34 500 респондентов).

ра? Где проходит рубеж, в наибольшей степени определяющий распределение респондентов по “группам включенности”?

Обратимся к уровню дохода в каждой из выделенных групп (табл. 2).

Граница “включенности” в целом пролегает по рубежу доходов в 3000 рублей на человека в месяц. То есть для человека с уровнем семейного дохода ниже 3000 рублей в месяц вероятность оказаться “не выше” группы **D** превышает 50%. При уровне дохода 3000–5000 распределение по “группам включенности” зависит в большей мере от иных социально-демографических характеристик (возраста, образования, места жительства) или личностных качеств человека. Дифференциация же по “группам включенности” происходит на рубеже 5000 рублей в месяц на человека.

Обратим внимание: 40% респондентов, наиболее “включенных” в мир современных реалий – пользующихся мобильным телефоном, компьютером, автомобилем и т.д., – имеют доход ниже 5000 рублей на человека в месяц*. Кроме того, если сравнить респондентов группы **A** с доходом выше 5000 рублей в месяц и ниже этой суммы, то мы увидим, что уровень освоенности большинства реалий у них практически одинаковый. Значимые различия – более 10 п.п. – заметны в освоенности реалий, связанных по преимуществу с туризмом: поездки за границу, полеты на самолетах, использование иностранной валюты, покупка туристического снаряжения (табл. 3).

Табл. 2

% от групп (по столбцам)

	Население	A	B	C	D	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Доход на члена семьи						
До 500	5	2	2	3	4	6
501–1000	8	1	2	4	7	10
1001–1500	9	1	3	5	8	12
1501–2000	15	3	7	10	15	21
2001–3000	25	10	14	19	23	31
3001–5000	19	22	25	27	23	12
Более 5000	11	41	31	21	11	3
Затрудняюсь ответить, не хочу отвечать	9	19	15	11	10	5

Табл. 3

% от групп (по столбцам)

	Группа А	
	доход от 5000	доход до 5000
Посмотрите, пожалуйста, на карточку и скажите, что из перечисленного Вам доводилось делать за последние 2–3 года (Карточка, любое число ответов)		
Пользоваться мобильным телефоном	98	97
Работать за компьютером	93	92
Пользоваться интернетом, вести переписку по электронной почте	90	84
Иметь дело с иностранной валютой	84	73
Приобретать спортивные товары и/или туристическое снаряжение	75	65
Водить автомобиль	70	71
Получать дополнительное образование, повышать квалификацию	63	61
Летать самолетами	62	40
Расплачиваться за товары и/или услуги при помощи пластиковой карты	62	55
Ездить за границу	54	38
Пользоваться услугой доставки товаров на дом	53	47
Покупать товары в кредит	50	64
Заниматься в фитнес-центре, спортивном клубе	47	44
Брать кредит в банке	45	47
Пользоваться услугами косметических салонов	43	47
Пользоваться услугами домработницы, няни, сиделки	16	7
Вкладывать деньги в акции, ценные бумаги	13	10

* Анализ показывает, что респонденты группы **A**, отказавшиеся отвечать на вопрос о доходах, в подавляющем большинстве относятся к “сверхдоходной” категории граждан.

Табл. 4

% от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп	100	5	6	12	23	34
Род деятельности						
Руководитель подразделения, специалист	8	27	20	14	10	2
Служащий, технический исполнитель	17	25	26	27	22	7
Учащийся, студент	6	14	13	12	7	1
Рабочий, крестьянин	23	9	15	23	31	17
Владелец фирмы, предприниматель	2	7	7	4	3	< 1
Домохозяйка	6	6	6	7	7	5
Руководитель, зам. руководителя предприятия, учреждения	1	6	4	2	1	< 1
Безработный, временно не работающий	9	5	6	8	9	10
Пенсионер(-ка)	26	1	2	3	8	58
Другое	2	1	2	2	2	1

Таким образом, уровень дохода, безусловно, ощутимо влияет на степень освоения атрибутов современной повседневной жизни, но вместе с тем относительно невысокий достаток не является непреодолимым препятствием к этому.

Одной из характеристик представителей гипотетического среднего класса является их профессиональный статус. Рассмотрим социо-профессиональный “портрет” каждой из выделенных групп (табл. 4).

Основу групп **А** и **В** составляют специалисты и технические исполнители. Вместе с тем в этих группах пропорционально их доле в обществе представлены и такие нетрадиционные, с точки зрения большинства российских социологов, занимающихся проблемой делимитации среднего класса, категории, как домохозяйки и даже безработные. А студенты оказались даже сверхпредставлены – 14% против 7% в среднем по стране. Отнюдь не чужды атрибуты современной повседневной жизни и рабочим – они составляют почти 10% группы **А** и 15% группы **В**.

Глядя на социально-демографический портрет группы респондентов, в наибольшей степени освоивших реалии современной повседневной жизни, можно убедиться, что общепринятые критерии ресурсности – доход и профессиональный статус (а также, отметим образование) – имеют ограниченную значимость при определении границ данной прослойки населения, рубежи здесь размыты. С довольно высокой степенью определенности можно говорить лишь о возрастной границе – около 37 лет: люди старше этого возраста в группах **А** и **В** почти не представлены. То есть освоение новых атрибутов современной цивилизации, новых возможностей, которые она предоставляет человеку в повседневной жизни, в значительной мере зависит от личностных характеристик человека, а не от наличия тех или иных ресурсов.

Перейдем к субъективным характеристикам респондентов выделенных групп, прежде всего – группы **А**. По субъективной оценке своего материального положения респонденты этой группы не так уж сильно отличаются от представителей остальных групп (табл. 5).

Большинство респондентов всех “групп включенности” оценивают свое материальное положение как среднее и ниже среднего. Лишь 18% респондентов группы **А** считают свое положение “хорошим”, в других группах этот показатель еще ниже. И даже в группе **А** относительное большинство респондентов считают, что им не хватает денег. Впрочем, необходимо учитывать, что и потребности у пред-

Общепринятые критерии ресурсности – доход, возраст, профессиональный статус, образование – имеют ограниченную значимость при определении границ прослойки людей, в наибольшей степени освоивших реалии современной повседневной жизни, рубежи здесь размыты

ставителей различных групп могут существенно различаться. Со снижением уровня “включенности” равномерно – по 7–9 пп. – сокращается и доля тех, кому сегодня денег “хватает” (табл. 6).

С уровнем “включенности” заметно повышается и уровень оптимизма относительно своих материальных перспектив – как отдаленных, так и ближайших (табл. 7).

Если в группах **С** и **Д** меньше половины респондентов считают, что у них есть шансы стать состоятельными людьми, то в группе **А** этот показатель равен 70%. И “шаг” изменений от группы к группе составляет уже 11–14 пп.

При этом большинство представителей группы **А** полагают, что позитивные перемены в их материальном положении произойдут уже скоро (табл. 8).

Табл. 5 % от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Как бы Вы оценили свое материальное положение?						
Очень хорошее	0	1	1	0	0	0
Хорошее	6	18	10	8	5	4
Среднее	46	63	63	60	52	35
Плохое	33	13	20	25	32	40
Очень плохое	14	4	5	7	10	20

Табл. 6 % от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Денег, которые Вы (Ваша семья) получаете сегодня, Вам хватает или не хватает на жизнь?						
Хватает	25	49	42	33	26	18
Не хватает	74	50	58	66	73	81

Табл. 7 % от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Как Вам кажется, у Вас есть шансы стать человеком, имеющим много денег?						
Есть	27	70	59	47	33	8
Нет	65	24	31	43	57	86
Затрудняюсь ответить	8	6	10	10	11	6

Табл. 8 % от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Как Вы думаете, Ваше материальное положение в ближайшее время вероятнее всего улучшится, ухудшится или не изменится?						
Улучшится	22	51	43	34	27	9
Не изменится	40	29	34	36	38	46
Ухудшится	16	4	6	10	13	24
Затрудняюсь ответить	21	16	18	20	23	21

С уровнем “включенности” заметно повышается уровень оптимизма относительно своих материальных перспектив – как отдаленных, так и ближайших. Большинство рассчитывающих улучшить свое материальное положение полагают, что позитивные перемены произойдут уже скоро

Табл. 9

% от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	"Невключенные"
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Как Вы считаете, в целом сегодня Россия развивается в правильном или в неправильном направлении?						
В правильном	34	53	48	44	37	25
В неправильном	46	34	37	39	45	51
Затрудняюсь ответить	20	13	15	17	19	24

Иногда можно услышать, что прослойка людей, в наибольшей мере адаптированных к современной реальности, является одним из гарантов стабильности. С одной стороны, оказывается, что чем больше в группе респондентов, освоивших элементы новой повседневной реальности, тем больше в ней довольных общим курсом развития страны (табл. 9). Но, как видно из таблицы, это скорее тенденция, чем оформившееся правило – даже в группе А треть респондентов недовольны сегодняшним вектором движения России.

Хотя наши данные и показывают, что чем сильнее респонденты "включены" в мир современных реальностей, тем чаще они довольны работой высших органов исполнительной власти, но разницу в распределении мнений можно считать символической. Тем более что вместе со всеми другими группами общества "включенные" позитивно оценивают работу президента и негативно – деятельность правительства (табл. 10).

Если же обратиться к другому индикатору – электоральному президентскому рейтингу, то мы увидим, что здесь даже символические различия, отмеченные выше, стираются, и рейтинг действующего президента во всех группах (за исключением "невключенных") оказывается практически одинаковым (табл. 11).

Тем не менее говорить о полном отсутствии своеобразия в политических предпочтениях респондентов группы А было бы неверно. Представление об их отличиях от прочих россиян дают данные "виртуального" голосования на парламентских выборах (табл. 12).

Как мы видим, более половины респондентов группы А не имеют определенных политических предпочтений, и почти треть (заявляющие, что не придут на выборы или проголосуют "против всех"), по сути, дают понять, что вопрос, какая из существующих российских партий победит на парламентских выборах, их не волнует. При этом респонденты, составляющие группу А, несколько чаще, чем россияне в целом, склонны поддерживать СПС и "Яблоко" и реже – симпатизировать коммунистам.

Итак, представители группы А в большинстве своем одобряют сегодняшний курс развития страны, однако это не приводит к более активной, чем у других людей, поддержке властных и политических структур, определяющих сегодня этот курс. Более того, именно эти респонденты чаще других занимают позицию "неучастия" или голосования "против всех", которая является одной из форм демонстрации своего безразличия к формированию властных структур.

Одной из главных особенностей, отличающих респондентов группы А от представителей других "групп включенности" и тем более от "невключенных", является уровень интернальности этой группы – склонность рассчитывать на собственные силы, а не на благополучное стечение обстоятельств или помощь государства. В группе А интерналы ощутимо преобладают, в группе С доли интерна-

Большинство представителей группы наиболее "включенных" одобряют сегодняшний курс развития страны, однако это не приводит к более активной, чем у других людей, поддержке властных и политических структур. Более того, именно эти респонденты чаще других занимают позицию "неучастия" или голосования "против всех"

Табл. 10

% от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Как Вы считаете, президент В. Путин работает на своем посту хорошо или плохо?						
Хорошо	63	70	69	67	65	57
Плохо	24	20	20	22	23	27
Ничего не знаю о его работе	4	2	2	3	4	5
Затрудняюсь ответить	9	7	9	8	8	10
Как Вы считаете, правительство России работает хорошо или плохо?						
Хорошо	20	25	24	22	21	17
Плохо	59	57	58	59	60	58
Ничего не знаю о его работе	10	6	6	7	9	12
Затрудняюсь ответить	12	11	12	11	10	12

Табл. 11

% от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Если бы выборы президента России состоялись сегодня, за кого из кандидатов Вы бы проголосовали?						
В. Путин	46	48	49	49	49	42
Другое голосование*	24	27	25	26	24	23
Неопределившиеся**	28	21	23	22	25	33
❖ В этой позиции собраны голоса за других кандидатов и “против всех”.						
❖❖ Здесь суммированы результаты по двум позициям: “затрудняюсь ответить” и “не буду участвовать в голосовании”.						

Табл. 12

% от групп (по столбцам)

	Все	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Если бы выборы в российский парламент состоялись сегодня, за какую из партий Вы бы проголосовали?						
“Единая Россия”	24	24	26	26	26	21
Против всех	11	16	13	12	12	8
СПС	2	6	4	3	2	1
ЛДПР	5	5	6	7	7	4
“Родина”	4	4	4	4	3	4
“Яблоко”	2	4	3	2	2	1
КПРФ	9	2	3	5	6	15
Не пошел(-ла) бы на выборы	20	20	22	19	19	22
Затрудняюсь ответить	21	16	16	19	20	23

Табл. 13

% от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	12	23	34
Как Вы полагаете, от чего в большей мере зависит Ваше материальное положение: от Вас самого или от не зависящих от вас обстоятельств?						
От меня самого	32	69	59	48	38	15
От не зависящих от меня обстоятельств	64	27	38	49	59	80
Затрудняюсь ответить	4	4	3	3	4	5

лов и экстерналов примерно равны, а среди “невключенных” интерналов практически нет (табл. 13).

Отметим, что основную массу российского общества сегодня составляют люди, отдающие свое благополучие на волю обстоятельств, – две трети россиян полагают, что их собственные усилия значат меньше по сравнению с не зависящими от них условиями.

Распределение ответов респондентов на этот вопрос во всех (!) группах удивительным образом совпадает с уже приводившимся выше распределением ответов на вопрос: “Есть ли у Вас шансы стать человеком, имеющим много денег?” Просто ли это совпадение? Или это отражение двух комплексных противоположных установок: “у меня – благодаря мне и только мне – будет безбедное будущее” и “мало что от меня тут зависит, и мое будущее вряд ли будет безбедным”?

Выясняется, что респонденты, ставящие свое благополучие в зависимость от внешних обстоятельств, в подавляющем большинстве действительно не рассчитывают добиться благополучной жизни. В целом доля таких “экстерналов-пессимистов” составляет 49% от всех опрошенных.

В то же время среди респондентов, ориентированных на собственные силы, единства нет. И в целом доля “интерналов-оптимистов” составляет всего 16%. То есть сегодня у “экстерналов-пессимистов” в стране нет достойного противовеса – доля их принципиальных оппонентов ниже в три раза. Остальные респонденты занимают промежуточное положение (рис. 1).

Не будем здесь углубляться в специфику менталитета, соответствующую этим двум установкам. Для нас важно, что в группе А доля “интерналов-оптимистов” составляет 51%, то есть “включенность” в новые реалии повседневной жизни коррелирует с наличием первой установки.

В одном из относительно недавних исследований ФОМа* было показано, что именно интернальность и оптимизм являются главными (и, возможно, единственными) отличительными чертами тех российских граждан, которые субъективно относят себя к общности “средний класс”. В какой мере эти “субъективное” и “объективное” множества пересекаются?

Как видно из табл. 14**, чем сильнее респонденты “включены” в реалии современной жизни, тем чаще они относят себя к “среднему классу”. Однако что каждый четвертый респондент группы А не считает, что принадлежит к среднему классу. Рассмотрим подробнее, какие представители этой группы чаще склонны занимать такую позицию (табл. 15).

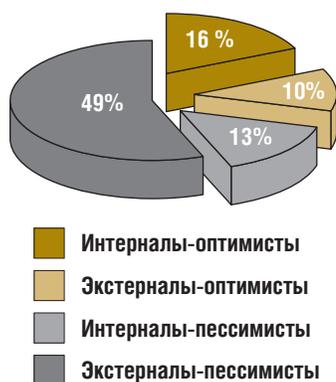


Рис. 1

* Климова С.Г. Российский средний класс: критерии отнесения и самоидентификации. www.fom.ru. Доминанты. Поле мнений. 2004. № 7.

** Общероссийский опрос населения 24–25 декабря 2005 года (100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ, 1500 респондентов).

Табл. 14

% от групп (по столбцам)

	Население	А	В	С	Д	“Невключенные”
Доли групп, %	100	5	6	10	27	34
Вы лично относите или не относите себя к среднему классу?						
Отношу	37	71	59	56	45	16
Не отношу	53	25	38	35	47	70
Затрудняюсь ответить	10	4	3	9	8	1

Табл. 15

% от групп (по столбцам)

Группа А						
	Населе- ние	Возраст [♦]		Образование [♦]		
		18-35	36-54	среднее	среднее специальное	высшее
Вы лично относите или не относите себя к среднему классу?						
Отношу	71	75	59	65	82	65
Не отношу	25	21	36	34	16	27
Затрудняюсь ответить	4	3	5	1	3	7

♦ Мы не приводим данных по старшему возрасту и респондентам с образованием ниже среднего, так как наполненность этих групп слишком мала для минимальной репрезентативности данных.

Респонденты среднего возраста и со средним образованием чаще других отказываются отождествлять себя со средним классом, несмотря на приобщенность ко многим атрибутам современной повседневной жизни. Примечателен тот факт, что среди респондентов группы А с высшим образованием тех, кто не причисляет себя к среднему классу, больше, чем среди опрошенных со средним специальным образованием. Выскажем предположение, что основным мотивом отказа от самоидентификации со средним классом является наличие представлений об уровне жизни “настоящего” среднего класса, соответствующих тому, как понимается этот термин в западноевропейском или американском обществе.

Рассмотрим, как колеблется готовность идентифицировать себя со средним классом у респондентов группы А в зависимости от двух других важных социально-демографических показателей – дохода и места проживания (табл. 16).

Табл. 16

% от групп (по столбцам)

Группа А								
	Населе- ние	Доход [♦]			Тип населенного пункта			
		1500-3000	свыше 3000 рублей	затрудняюсь ответить, не хочу отвечать	Москва	мегаполис	крупный город	малый город
Вы лично относите или не относите себя к среднему классу?								
Отношу	71	65	71	84	71	61	72	77
Не отношу	25	32	26	9	19	39	25	20
Затрудняюсь ответить	4	3	2	5	9	0	3	3

♦ Мы не приводим данных по респондентам с доходом ниже 1500 рублей и сельским респондентам, так как наполненность этих групп слишком мала.



Как мы видим, реже других относят себя к среднему классу респонденты группы **A** из мегаполисов – областных центров с населением более миллиона человек. По всей видимости, дело в том, что жители мегаполисов видят в своих городах людей с гораздо более высоким уровнем жизни, чем у них, и это мешает им отождествить себя со “средним классом”. Для Москвы это соображение оказывается менее значимым. Возможно, в силу того, что у москвичей – представителей группы **A** действительно

достаточно высокий уровень жизни.

Итак, самоидентификация с представителями среднего класса характерна для большинства респондентов группы **A**. Более широкому распространению такой самоидентификации препятствуют как представление о недостаточности своих ресурсов – если говорить о респондентах со средним образованием и относительно низким доходом, – так и осведомленность о существовании более высокого уровня жизни.

Обратимся к региональной специфике.

Больше всего респондентов группы **A** оказалось в следующих российских регионах: Москва – 20%; Санкт-Петербург – 12%; Ханты-Мансийский АО – 8%; Камчатская область – 8%; Нижегородская область – 7%.

Выше среднего показателя по стране доля респондентов группы **A** оказалась также в Архангельской, Псковской, Калужской, Кемеровской, Калининградской и Магаданской областях.

Попадание четырех первых регионов в пятерку “лучших” объяснимо довольно легко – здесь самый высокий уровень дохода по стране. Но вот в других областях и республиках больше все-таки зависит уже от самих жителей. Например, распределение данных по уровню доходов населения в Нижегородской области практически идентично соответствующему распределению в Тульской или Белгородской областях, но доля респондентов группы **A** в двух последних регионах составляет всего 2 и 1% соответственно. Из других “продвинутых” областей только Магаданская входит в число лидеров по уровню доходов населения.

Если говорить об освоенности отдельных реалий, то не вызывает удивления тот факт, что лидером почти по всем позициям является Москва. Исключений два: покупка товаров в кредит и получение банковских кредитов. По освоенности этих реалий Москва (как и Санкт-Петербург) не входит даже в первую десятку. Товары в кредит чаще всего покупают в Кемеровской области (42% опрошенных), в Татарстане – 38%, Удмуртии и Архангельской области (по 37%). Банковскими кредитами чаще других пользуются жители Омской и Оренбургской областей (по 22% опрошенных), а также Амурской, Тюменской (по 21%), Томской и Вологодской (по 20%) областей*.

Если говорить о федеральных округах, то с интересующей нас точки зрения наиболее благополучная ситуация – в Северо-Западном округе. Здесь нет “отсталых” регионов, более того, во всех регионах этого округа доли “включенных” всех степеней не уступают среднероссийским показателям или немного превосходят их. Наиболее низкие показатели – в Южном округе: здесь ни в одном регионе доли групп **A** и **B** не дотягивают до среднероссийского уровня – по 5%.

* Из других частных наблюдений можно обратить внимание на Камчатскую область – она оказалась в лидерах не только по доле респондентов, управляющих автомобилем (31%) и летавших на самолетах (25%), но и по освоенности реалий, напрямую не связанных с уровнем материального достатка или обусловленных территориально. Камчатка входит в десятку ведущих российских регионов по доле респондентов, имеющих опыт работы за компьютером (29%), работы в интернете (20%), а также покупающих спортивное или туристское снаряжение (15%) и пользующихся услугами косметических салонов (10%).

Самоидентификация с представителями среднего класса характерна для большинства наиболее “включенных” респондентов. Помехой же на пути такой самоидентификации оказываются как представление о недостаточности своих ресурсов, так и представление о существовании более высокого уровня жизни

Пятерка регионов, в которых наиболее высока доля респондентов, совершенно “не включенных” в реалии современного мира, выглядит следующим образом: Северная Осетия – 58%; Смоленская область – 54%; Республика Мордовия – 51%; Курская область – 50%; Белгородская область – 50%.

Особо здесь хочется отметить Смоленскую область. В этом регионе доля респондентов, относящихся к группам **A** и **B**, в сумме не дотягивает даже до 1% – это менее 5 человек из 500 опрошенных. Регион, географически являющийся одним из наиболее западных, оказался чуть ли не наиболее “удаленным” от новых реалий, пришедших в Россию в основном с Запада. При этом по уровню среднедушевого дохода Смоленская область находится отнюдь не на последнем месте.

Недалеко от Смоленщины ушла и Мордовия – в этой республике доля групп **A** и **B** в сумме не составляет и 2% опрошенных.

Итак, мы постарались дать подробный портрет респондентов, лучше других освоивших атрибуты современной цивилизации, и показать, где именно в социально-демографических группах проходят рубежи, отделяющие этих респондентов от других. Большинство респондентов группы **A** готовы признать свою принадлежность к “среднему классу”, их отличают установка на собственные силы, а также определенный социальный и личностный оптимизм.

По своим политическим пристрастиям они практически не отличаются от россиян в целом. Вместе с тем они несколько чаще отмечают отсутствие на российской политической арене привлекающих их сил и структур – это видно по значительной доле представителей данной группы, намеревающихся голосовать “против всех”.

Не вызывает сомнений тот факт, что со временем – если в стране не будет серьезных потрясений и катаклизмов – группа **A** будет численно увеличиваться. Однако отсюда совершенно не следует, что с увеличением численности этой группы – наиболее модернизированной части общества – возрастает ее консолидированное, направленное влияние на политику. По всей видимости, на данном этапе представители группы **A** не видят угрозы своим индивидуальным планам на жизнь. Но даже если такая угроза и возникнет, пока не видно никаких предпосылок к тому, что эта группа будет отстаивать свои интересы сообща. Существуют ли какие-то ценности и идеи, общие для большинства представителей наиболее модернизированной части российского общества, помимо индивидуализма и социального оптимизма? Ответ на этот вопрос могут дать только новые исследования. ■

Наиболее благополучная ситуация – в Северо-Западном округе: во всех регионах этого округа доли “включенных” всех степеней не уступают среднероссийским показателям или немного превосходят их. Наиболее низкие показатели – в Южном округе

