

Ильиных Светлана Анатольевна

доктор социологических наук, профессор,
заведующая кафедрой социологии
Новосибирского государственного университета
экономики и управления

**САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ,
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ,
ЖИЗНЕННЫЕ УСТАНОВКИ
СРЕДНЕГО КЛАССА:
ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА**

Ilyinykh Svetlana Anatolyevna

D.Phil. in Social Science, Professor,
Head of Social Science Department,
Novosibirsk State University of
Economics and Management

**SELF-IDENTIFICATION,
INVESTMENT STRATEGIES,
ATTITUDES OF MIDDLE CLASS:
A GENDER SPECIFICITY**

Аннотация:

Явные гендерные различия обнаруживаются при изучении самоидентификации, инвестиционных стратегий, жизненных установок среднего класса. Выявлено, что мужчины и женщины в большей мере относят себя к среднему классу. В то же время у женщин наблюдаются разрыв в идентификации двух полярных страт среднего класса, а у мужчин – выравненные доли. Инвестиционные стратегии мужчин и женщин различаются по степени активности. Мужчины склонны к более рискованным стратегиям. Жизненные установки женщин, касающиеся уверенности в завтрашнем дне и будущем детей, патернализма со стороны государства и выстраивания родственных отношений, отражают гендерные различия.

Ключевые слова:

средний класс, гендер, самоидентификация, инвестиционные стратегии, жизненные установки.

Summary:

The article discovers the explicit gender differences in the study of self-identification, investment strategies and attitudes of the middle class. The author reveals that men and women increasingly identify themselves as the middle-class. At the same time, women have the gap in the identification of two contradictory strata of the middle class, while for men they are equal. Investment strategies of men and women differ in their degree of activity. Men tend to more risky strategies. Attitudes of women regarding confidence in their future and the future of their children, paternalism on the part of the state and building up family relationships reflect gender differences.

Keywords:

middle class, gender, self-identification, investment strategies, attitudes.

Исследование среднего класса в контексте социологического знания интересно тем, что именно здесь можно выделить ряд скрытых гендерных аспектов. Они обнаруживаются при изучении самоидентификации, инвестиционных стратегий, жизненных установок. Для определения самоидентификации представителей среднего класса необходимо обратиться к его структуре. То, что средний класс не является гомогенным, а существует в виде множества средних классов как групп людей, объединенных в соответствии с различными наборами признаков, объясняется структуралистским подходом, раскрывающим проблему внутригрупповой дифференциации [1].

Известны разные подходы к структуре среднего класса. К примеру, отечественные ученые Т.М. Малева и Л.Н. Овчарова выделяют ядро среднего класса, его полуядро, обобщенный средний класс (состоит из ядра и полуядра), периферию [2, с. 69]. Л. Григорьев, А. Салмина, О. Кузина рассматривают верхний средний, средний средний, нижний средний и прото нижний средний классы [3]. Западный исследователь Л. Уорнер устанавливает семь основных классов, в числе которых средний класс представлен в виде верхнего среднего, среднего среднего и нижнего [4].

Эмпирическое исследование среднего класса, его структуры осуществлено в Новосибирске в мае – июне 2015 г. Респондентами выступили 276 мужчин и 395 женщин, проживающих в Новосибирске. В качестве метода применяли анкетный опрос, анкета включала девять блоков. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением половозрастной структуры взрослого населения, пропорций между численностью жителей разных районов города (ошибка выборки – не более 3 %). Для формирования выборочной совокупности использовали двухступенчатый отбор.

Новосибирским респондентам была предложена возможность самоидентификации с помощью вопроса «К какому социальному классу вы себя относите?». За основу была взята упрощенная классификация Л. Уорнера, поскольку определены такие страты, как «наиболее обеспеченный класс» (нижний высший класс), «верхняя часть среднего класса» (высший средний класс), «средний средний класс», «нижняя часть среднего класса» (нижний средний класс), «низкообеспеченный класс» (высший нижний класс). Хотя с нашей точки зрения, по выделенным критериям в опросе принимали участие только представители среднего класса, однако 7,2 % мужчин и 1,8 %

женщин отнесли себя к представителям высшего класса, а 5,1 % мужчин и 7,1 % женщин – к низкообеспеченному классу.

В целом со средним классом соотносят себя 87,4 % мужчин и 88,9 % женщин. Это позволяет говорить о том, что самоидентификация касается примерно равных гендерных долей. Однако за общими цифрами складывается следующая картина: 21,4 % мужчин и 8,1 % женщин идентифицируют себя с высшим средним классом; 41,7 и 58,0 % соответственно – со средним средним классом; 24,3 и 22,8 % – с нижним средним. Как видим, женщины почти в полтора раза чаще относят себя к представителям среднего среднего класса, практически в три раза реже – к высшему среднему («верхней части среднего класса»). Если рассматривать только страты среднего класса, то можно отметить перераспределение внутри женской группы по сравнению с мужской, которое касается высшего среднего и среднего среднего классов, а именно существенное снижение доли женщин в высшем среднем и ее увеличение в среднем среднем. У мужчин примерно равные доли респондентов воспринимают себя как представителей высшего среднего и низшего среднего классов.

В целом можно говорить о выраженных гендерных различиях, особенно в тех случаях, когда женщины, отвечающие выделенным критериям среднего класса, не всегда считают себя представительницами такового. Согласно полученным данным, женщины в четыре раза реже идентифицируют себя с представителями наиболее обеспеченного класса (низшего высшего) и в полтора раза чаще – низкообеспеченного класса (высшего низшего).

Показатели текущего дохода. Согласно данным М.К. Горшкова, среднедушевые ежемесячные доходы в российской семье, принадлежащей к ядру среднего класса, достаточно скромны. В начале 2014 г. они составляли около 16,5 тыс. долл. США в год без учета паритета покупательной способности (ППС). Для периферии ядра среднего класса этот показатель находится на уровне примерно 11,5 тыс. долл. без учета ППС [5, с. 38]. По результатам исследования Н.Е. Тихоновой среднедушевые ежемесячные доходы в семье, принадлежащей к среднему классу, весной 2014 г. равнялись 16 долл. в день без учета паритета покупательной способности рубля и доллара США [6, с. 52]. Это больше, чем та граница доходов (10 долл. с ППС), которую обычно устанавливают экономисты, выделяя СК в развивающихся странах [7].

В исследовании новосибирского среднего класса в ответах на вопрос «Каков ежемесячный доход на одного члена вашей семьи?» мы получили следующее распределение: до 30 000 р. имеют 43,1 % мужчин и 62,3 % женщин, от 30 000 до 50 000 – 32,2 и 27,1 % соответственно, от 50 000 до 70 000 – 14,9 и 7,3 %, от 70 000 до 90 000 – 6,9 и 0,8 %, свыше 90 000 р. – 4,0 % мужчин. Полученные данные позволяют отметить, что доля женщин с доходами до 30 000 р. в полтора раза выше по сравнению с таковой мужчин. При более высоких доходах наблюдается обратная ситуация – существенное снижение доли женщин. Например, доходы свыше 90 000 р. имеют всего 4,0 % мужчин, но в этой группе женщины отсутствуют вообще. Таким образом, по показателям текущего дохода отмечаются гендерные аспекты.

Инвестиционные стратегии отражают предпринимательский потенциал среднего класса, умение рисковать, вступать в конкурентные отношения. Представители среднего класса обладают как материальными возможностями, так и личностными, связанными со способностью добывать релевантную информацию, обрабатывать ее, взвешивать варианты решений и реализовывать их. В определенном смысле средний класс может извлечь для себя выгоды от существования и развития конкурентного порядка [8, с. 112]. Некоторые из групп среднего класса – потенциальные новаторы [9], а сам средний класс характеризуется высокой степенью диффузии инновации [10].

Инвестиционный и предпринимательский потенциал среднего класса обнаруживается при изучении методов распоряжения свободными финансами. Способы могут быть активными и пассивными. К первым относятся инвестиции в ценные бумаги, вложение в бизнес, недвижимость, ко вторым – вложение в банковские депозиты, валюту, товары повседневного спроса, отдых. Инвестиционный и предпринимательский потенциал среднего класса изучали с помощью вопроса «Укажите способы распоряжения свободными деньгами (вашими сбережениями)». Результаты исследования показывают, что мужчины и женщины имеют схожие взгляды на вложение финансов в такие сферы, как отдых за границей (29,0 и 29,1 % соответственно), банковские депозиты (29,3 и 26,6), обновление имущества (25,4 и 24,6), покупка валюты (12,7 и 10,6).

Преобладание доли мужчин наблюдается в ситуациях инвестиций в недвижимость (31,9 % мужчин и 18,5 % женщин), свой бизнес (26,1 и 9,1 % соответственно), ценные бумаги (6,5 и 2,5). Доля женщин возрастает при вложении в человеческий капитал, которое может осуществляться посредством оздоровления (12,3 % мужчин и 25,8 % женщин) и получения образования (14,9 и 24,6 % соответственно).

Таким образом, в большей части пассивных способов вложения средств мужчины и женщины не имеют существенных различий. Значимая разница проявляется в отношении к инвестиционным стратегиям с активными способами вложения средств. Мужчины чаще предпочитают

активные и рискованные способы размещения денег, чего не скажешь о женщинах. Последние выбирают инвестиции в человеческий капитал. Вне зависимости от того, активным или пассивным стратегиям отдают предпочтение мужчины и женщины, можно говорить о представителях среднего класса как о носителях современного инвестиционного менталитета.

Жизненные установки. Мы выделили четыре группы установок, которыми могут руководствоваться представители среднего класса. Первая выражает ориентацию на уверенность/неуверенность в завтрашнем дне, вторая – на личную активную жизненную позицию / помощь государства в пожилом возрасте, третья – на поддержку родственных связей / избегание отношений, четвертая – на стремление к переменам / консерватизм. Респондентам предлагался ряд высказываний, отражавших эти установки. Если описать картину в целом, то самые высокие показатели получены при оценке высказывания «Я прилагаю усилия, чтобы заработать деньги» (мужчины – 50,0 %, женщины – 50,4 %). Это может свидетельствовать о том, что представители среднего класса не занимают выжидательную позицию, а стремятся быть активными в сфере финансов. Самые низкие значения зарегистрированы при анализе высказывания «Я спокоен за будущее своих детей» (мужчины – 13,0 %, женщины – 8,9 %). В данном случае можно говорить о неуверенности в том, как сложится жизнь детей. Показательно, что женщины (12,7 %) почти в два раза реже, чем мужчины (24,6 %), уверены и в своем будущем («Я спокоен за свое будущее»). Косвенным подтверждением этого может служить большая доля женщин, высказавшихся в пользу мнения «Я завидую тем, кто уехал за границу» (мужчины – 10,5 %, женщины – 15,2 %).

В рамках оценки второй установки наблюдались примерно равные доли в пользу активной жизненной позиции («Человек должен сам заботиться о своей старости») в обеих группах респондентов (мужчины – 37,3 %, женщины – 32,7 %). Интересно, что почти такое же количество мужчин (33,3 %) высказались о помощи государства («Государство должно предоставлять социальные гарантии»). Женщин оказалось значительно больше (47,3 %). Таким образом, можно отметить характерные для менталитета среднего класса тенденции: с одной стороны, внутренний локус контроля [11, с. 39], с другой – патернализм государства. При этом у женщин сильнее акцент на патернализме.

Оценка установки на отношения показывает, что в целом представители среднего класса нацелены на поддержание родственных связей («Мне важно поддерживать тесные отношения с родственниками»). Однако анализ с учетом гендерных аспектов выявил, что для женщин эта деятельность гораздо важнее (мужчины – 27,9 %, женщины – 49,9 %).

Изучение установки на стремление к переменам / консерватизм показывает, что для обеих групп среднего класса важны изменения (мужчины – 40,2 %, женщины – 38,0 %). Почти вдвое реже обе группы высказываются о консерватизме («Я не люблю что-то менять в своей жизни»). В целом это подтверждает идею о том, что средний класс активен.

Таким образом, изучение жизненных установок показывает, что у мужчин и женщин представления в отношении активной жизненной позиции похожи. Однако гендерные различия возникают при оценке женщинами уверенности в своем завтрашнем дне и будущем детей, патернализма со стороны государства и выстраивания родственных отношений. Вероятно, до сих пор в этом отражаются последствия гендерной асимметрии [12], несмотря на то что мир изменился.

Подведем итоги. Исследование среднего класса связано с его особой ролью в жизнедеятельности российского общества. Средний класс в отличие от «высшего» не имеет рычагов для извлечения личной выгоды из общественных институтов и государственных финансов, а в отличие от «низшего» он не нуждается в крупных социальных трансфертах из госбюджета для поддержания минимально приемлемого качества жизни. Чем больше доля среднего класса, тем выше экономическая активность, стабильность и предсказуемость развития общества. Отечественные и зарубежные ученые рассматривают самые разные аспекты среднего класса – структурные, профессиональные, имущественные и т. д. Вместе с тем гендерные различия представителей среднего класса остаются вне поля зрения исследователей.

С помощью эмпирического анализа выявлено, что гендерные различия обнаруживаются при изучении самоидентификации, инвестиционных стратегий, жизненных установок среднего класса. Оказалось, что мужчины и женщины в большей мере относят себя к среднему среднему классу. Однако женщины реже идентифицируют себя с наиболее обеспеченным классом и чаще – с низкообеспеченным. У мужчин и женщин имеются различия в восприятии самих себя в структуре уровней среднего класса: больший разброс в полярных стратах у женщин и равные доли у мужчин. В сфере инвестиционных стратегий у мужчин и женщин практически нет различий при использовании пассивных способов вложения средств. Тем не менее при оценке инвестиционных стратегий с активными способами вложения средств оказывается, что мужчины чаще всего предпочитают активные и рискованные варианты вложения денег. Женщины нацелены на инвестиции в человеческий капитал.

В разрезе жизненных установок у мужчин и женщин имеется сходство представлений в отношении активной жизненной позиции. Однако при оценке женщинами уверенности в своем завтрашнем дне и будущем детей, патернализма со стороны государства и выстраивания родственных отношений возникают гендерные различия. Следовательно, даже на фоне стабилизации материального положения по сравнению с другими стратами женщины все равно нуждаются в поддержке разного рода государственных социальных программ. Таким образом, изучение среднего класса в гендерном дискурсе показывает, что до сих пор имеют место гендерные представления, которые уживаются с активной жизненной позицией и инвестиционными установками. Стоит также отметить наличие широкого исследовательского поля для изучения среднего класса с точки зрения социологии.

Ссылки:

1. Малеева Т. Средние классы в России. Экономические и социальные стратегии. М., 2003.
2. Малева Т.М., Овчарова Л.Н. Российские средние классы накануне и на пике экономического роста // Российские средние классы накануне и на пике экономического роста. М., 2008. С. 7–102.
3. Григорьев Л., Салмина А., Кузина О. Российский средний класс: анализ структуры и финансового поведения. М., 2009.
4. Уорнер Л. Социальный класс и социальная структура // Рубеж. 1997. № 10–11. С. 42–57.
5. Горшков М.К. Средний класс как отражение экономической и социокультурной модели современного развития России // Социологические исследования. 2015. № 1. С. 35–44.
6. Тихонова Н.Е. Особенности статусной идентичности и потребление среднего класса // Там же. С. 44–54.
7. Birdsall N., Lustig N., Meyer Ch.J. The Strugglers: The New Poor in Latin America? // World Development. 2014. Vol. 60. P. 132–136.
8. Шаститко А.Е., Авдасева С.Б., Овчинников М.А. Конкуренция и стратегии представителей среднего класса // Российские средние классы ... С. 103–192.
9. Радаев В.В. Обычные и инновационные практики в деятельности российского среднего класса // Мир России. 2003. № 4. С. 89–119.
10. Granovetter M. The Impact of Social Structure on Economic Outcomes // Journal of Economic Perspectives. 2005. Vol. 19, no. 1. P. 33–50.
11. Горшков М.К. Указ. соч. С. 39.
12. Здравомыслова Е.А. Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // Материалы I Российской летней школы по женским и гендерным исследованиям «Валдай-96». М., 1997. С. 84–89.

References:

- Birdsall, N, Lustig, N & Meyer, ChJ 2014, 'The Strugglers: The New Poor in Latin America?', *World Development*, vol. 60, pp. 132–136, <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.03.019>.
- Gorshkov, MK 2015, 'The middle class as a reflection of the economic and sociocultural model of the modern development of Russia', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 1, pp. 35–44, (in Russian).
- Granovetter, M 2005, 'The Impact of Social Structure on Economic Outcomes', *Journal of Economic Perspectives*, vol. 19, no. 1, pp. 33–50, <https://doi.org/10.1257/0895330053147958>.
- Grigoriev, L, Salmina, A & Kuzina, O 2009, *Russian middle class: analysis of structure and financial behavior*, Moscow, (in Russian).
- Maleva, TM, Ovcharova, LN 2008, 'Russian middle classes on the eve and at the peak of economic growth', *Rossiyskiye sredniye klassy nakanune i na pike ekonomicheskogo rosta*, Moscow, pp. 7–102, (in Russian).
- Maleeva, T 2003, *Middle classes in Russia. Economic and social strategies*, Moscow, (in Russian).
- Radaev, VV 2003, 'Ordinary and innovative practices in the activities of the Russian middle class', *Mir Rossii*, no. 4, pp. 89–119, (in Russian).
- Shastitko, AE, Avdasheva, SB & Ovchinnikov, MA 2008, 'Competition and strategies of middle-class representatives', *Rossiyskiye sredniye klassy nakanune i na pike ekonomicheskogo rosta*, Moscow, pp. 103–192, (in Russian).
- Tikhonova, NE 2015, 'Features of status identity and consumption of the middle class', *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, no. 1, pp. 44–54, (in Russian).
- Warner, L 1997, 'Social class and social structure', *Rubezh*, no. 10–11, pp. 42–57, (in Russian).
- Zdravomyslova, EA 1997, 'Social construction of gender and the gender system in Russia', *Materialy I Rossiyskoy letney shkoly po zhenskim i gendernym issledovaniyam "Valday-96"*, Moscow, pp. 84–89, (in Russian).