

8. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. М.: Дело, 2003.
9. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон, В. Нордхаус. М.: Лаборатория базовых знаний, 2000. 445 с.
10. Силласте Г.Г. Социология страхования и безопасность личности / Г.Г. Силласте // Безопасность Евразии. 2003. № 1. С. 279-334.
11. Трифонов О. Малый бизнес и страхование / О. Трифонов, В. Батадеев // Страхование дело. 2001. № 1. С. 12-13.
12. Хоманс Д. Социальное поведение как обмен // Современная зарубежная социальная психология. М.: Изд-во Московского университета, 1984. С. 82
13. Чижова Е.Н., Андреев А.В. Подход к классификации рисков с учетом антропогенного фактора / Е.Н. Чижова, А.В. Андреев // Страхование дело. 2006. № 4. С. 2-6.
14. Шихов А.К. К вопросу о предпринимательских и финансовых рисках / А.К. Шихов // Страхование дело. 2005. № 5. С. 33-38.
15. Skinner, B.F. The Scheme of Behaviour Explanation // Braybrooke D. Philosophical Problems of the Social Sciences. N.Y.: the Macmillan Company; L.: Collier-Macmillan Ltd., 1965. P. 45-47.
16. Slovic, P. Perceptions of Risk: Reflections on the Psychometric Paradigm // Social Theories of Risk / Ed. by S. Krimsky, D. Golding. L.; N.Y.: Praeger, 1992. P. 117-152.

*Владимир Александрович ДАВЫДЕНКО —
зав. кафедрой экономической социологии
Международного института
финансов, управления и бизнеса,
доктор социологических наук, профессор*

*Алена Игоревна КОВАЛЬЧУК —
ассистент кафедры экономической социологии
Международного института финансов,
управления и бизнеса
Тюменский государственный университет*

УДК 316.344.2 571.12

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СРЕДНЕГО КЛАССА В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ*

АННОТАЦИЯ. В статье представлены результаты изучения активности жизненной позиции представителей среднего класса в России и Тюменской области. На основе полученных эмпирических и статистических данных делаются выводы об инновационно-креативном потенциале среднего класса в Тюменской области.

The article covers middle class in Russia and Tyumen region. There are social-demographical and professional characteristic of this class and also analyze of life position activity. The results let to understand innovational-creativity potential of middle class of region.

* Работа выполнена при поддержке гранта № 06-03-00566а фонда РГНФ «Социокультурный портрет региона (Тюменская область)».

В развитых странах средний класс составляет порядка 70-90% занятого населения и выполняет роль экономического стабилизатора, являясь наиболее широкой прослойкой общества и основным налогоплательщиком. Средний класс обладает определенным набором социально-экономических стратегий, направленных на поддержание и развитие экономики страны.

Социально-экономические характеристики данного класса изменяются при переходе к новому типу экономической системы общества. Так, при переходе от постиндустриального к информационному обществу появляется социальный слой, обозначаемый как «новый средний класс», который является основным носителем инновационно-креативного потенциала и в целом служит основой дальнейшего экономического и социального развития.

В России трансформационный переход к рыночной экономике привел к серьезным изменениям в социальной структуре общества и появлению новых социальных групп и профессий, таких как предприниматели или работники финансовой сферы — частично из тех, кто входил в советский средний класс, частично из представителей новых групп. Это повлекло за собой цепную социальную реакцию, которая привела к формированию нового российского среднего класса. Обычно используются два базовых критерия выделения среднего класса — субъективный и объективный. *Субъективный подход* основан на принципе «самоидентификации», то есть исходит из мнений самих членов общества относительно того, к какому социальному слою (классу, страте) они принадлежат — это критерий самозачисления индивида в тот или иной класс. *Объективный подход*, используемый социологами, основан на трех признаках, не зависящих от мнения индивида: позиции индивидов в системе разделения труда, включая властный ресурс, наличие приносящей доход собственности, характер деятельности (труда); материальное положение индивидов; уровень образования, квалификации и культуры в целом. В нашем исследовании использовались оба подхода. В принципе противоречия между субъективным и объективным критериями выделения среднего класса нет, ибо на больших выборочных совокупностях, особенно в устойчивых общественных системах, значимых расхождений между объективным местом той или иной группы в общественном разделении труда, определяемым главным образом размером дохода, и самооценкой своего социального статуса не наблюдается. Различные исследователи и официальные источники говорят о наличии не менее чем 20% численности среднего класса от работающего населения в России, отвечающих основным его идентификационным признакам. Фиксируются также многочисленные протосредние слои (еще примерно 60%), представители которых обладают лишь частью признаков среднего класса.

Проблема формирования среднего класса в России затрагивается многими исследователями. Так в 2003 г. Московским центром Карнеги было проведено крупное исследование, результаты которого были опубликованы в книге «Средние классы в России: экономические и социальные стратегии», в том же году был опубликован аналитический доклад «Российский средний класс: динамика изменений (1999-2003 гг.)». Непосредственно сам процесс формирования среднего класса был рассмотрен Фондом «Бюро экономического анализа», где особое внимание было уделено влиянию кризиса 1998 г. на формирование среднего класса. Крупное исследование было проведено в 2006 г. исследовательской группой ИС РАН на тему «Городской средний класс в современной России». В первую очередь всеми исследователями рассматривается мифология среднего класса, сам факт его существования в современной России. Исследователи утверждают, что в настоящее время идет активное формирование класса, представляющего собой

отдельные социальные группы, отвечающие не всем критериям среднего класса. Темп роста среднего класса с 1998 г. составил (1998 г. — 9,4%, 2002 г. — 14%, 2006 г. — 22%) [1].

Социологическое исследование, проведенное в 2006 г. в Тюменской области авторами этой статьи (совместно с другими исполнителями проекта «Социокультурный портрет региона» по методике Н.И. Лапина и других авторов на основе антропосоциетального подхода) [5], позволяет выделить ключевые характеристики формирующегося среднего класса в Тюменской области.

Определение принадлежности к среднему классу респондентами начинается с их самоидентификации с определенным социальным классом в рамках поселения, региона и страны (рис. 1). Выявлено, что в Тюменской области самоидентифицирующийся средний класс в сопоставлении соответствующего уровня материальной обеспеченности (достаточность материальных средств на повседневные нужды, но затруднение с покупкой дорогостоящих предметов и недвижимости) и наличия квалификации составляет 23,6% на уровне всей страны, 26,7% на уровне региона и 32,4% на уровне поселенческих характеристик.

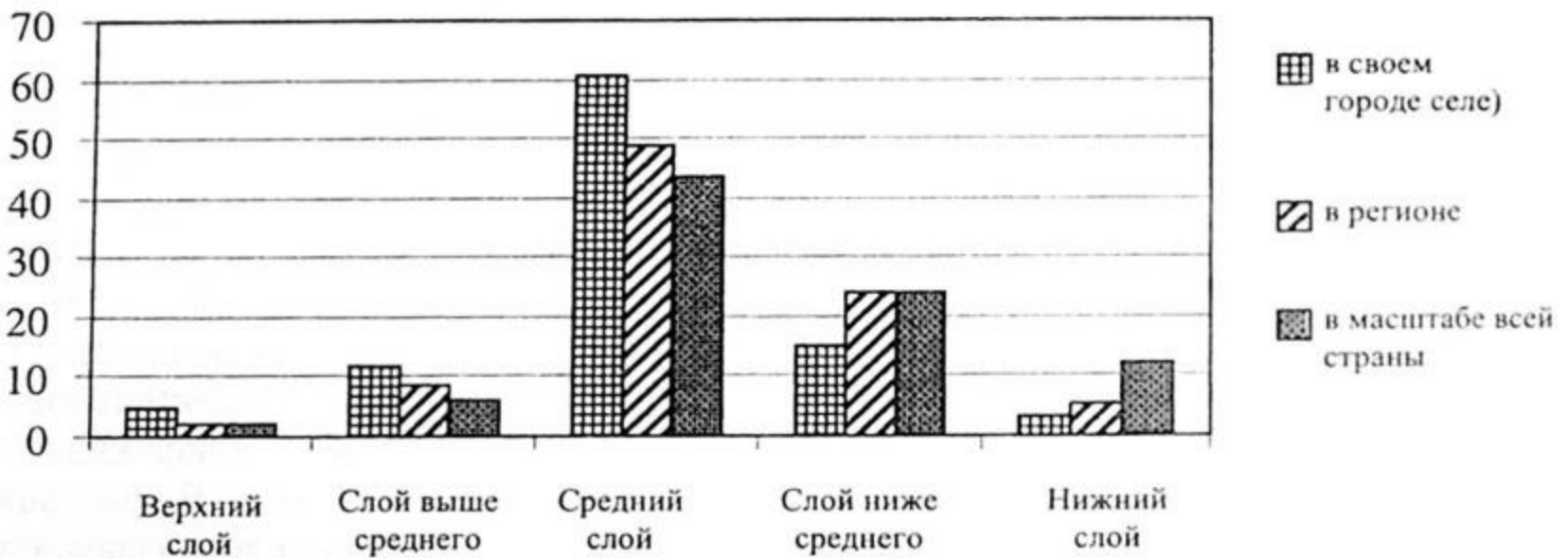


Рис. 1. Социальная самоидентификация респондентов по Тюменской области

Каковы особенности профессионального состава среднего класса в Тюменской области? В основном в среднем классе представлены инженерно-технические работники, государственные служащие и управленческий персонал (23% — доля в среднем классе, 17% — доля в выборке по всему населению). Данная представленность связана со спецификой региона. Так как основу экономической деятельности региона составляет нефте- и газодобыча, то средний класс в Тюменской области получает дополнительные возможности для самореализации в профессиональной сфере в данной отрасли, что накладывает также отпечаток на развитие государственного сектора.

Врачи, преподаватели, работники культуры, юристы составляют 13% от всех представителей среднего класса Тюменской области, при этом различий в возрастных группах не наблюдается.

Технически образованные рабочие в промышленности, на транспорте и в связи составляют 11% среднего класса, при этом основной возраст — 40-54 г. (свыше 50%). Бухгалтера, экономисты, работники банков составляют 11% среднего класса, при этом преобладает возрастная группа от 20 до 34 лет (около 50%). Профессиональная группа предпринимателей составляет 4%, преобладающий возраст 35-44 года (свыше 40% по группе). Немного отличаются данные по работникам торговли, которые составляют 3%, но наблюдается несоответствие в возрастных группах, где возраст от 35 до 44 лет в среднем классе достигает 50% (в то время

как по всей выборочной совокупности составляет 28%). Немногочисленную группу среднего класса образуют военнослужащие и работники правоохранительных органов (по 3%), а также работники сферы быта и услуг (3%).

Уровень образования и доля лиц с высшим и послевузовским образованием формирует культурный капитал среднего класса. Средний класс в Тюменской области характеризуется более высоким уровнем образования по сравнению с общероссийским (табл. 1). Более уверенно причисляют себя к среднему классу люди с высшим и послевузовским образованием.

Таблица 1

Уровень образования среднего класса (% от числа опрошенных)

Образование	Средний класс			
	в своем городе (селе)	в регионе	в масштабе всей страны	по России
Среднее специальное	31	29	27	40
Незаконченное высшее	16	16	17	16
Высшее и послевузовское	53	55	56	43

Данные по России показывают постепенный рост культурного капитала в среднем классе: по сравнению с 1998 и 2002 гг. произошло сокращение доли лиц со среднеспециальным и увеличение доли лиц с высшим образованием, доля лиц с незаконченным высшим оставалась примерно одинаковой [1].

Одной из важнейших характеристик среднего класса является наличие властных полномочий. В проведенном исследовании по Тюменской области данный параметр выяснялся с помощью вопроса: «Имеете ли вы на основной работе подчиненных?». Положительно ответили 37-38% представителей среднего класса, которые были отражены по всем трем идентификационным характеристикам. Количество подчиненных напрямую влияет на уверенность в принадлежности к среднему классу (рис. 2).

Имеют подчиненных

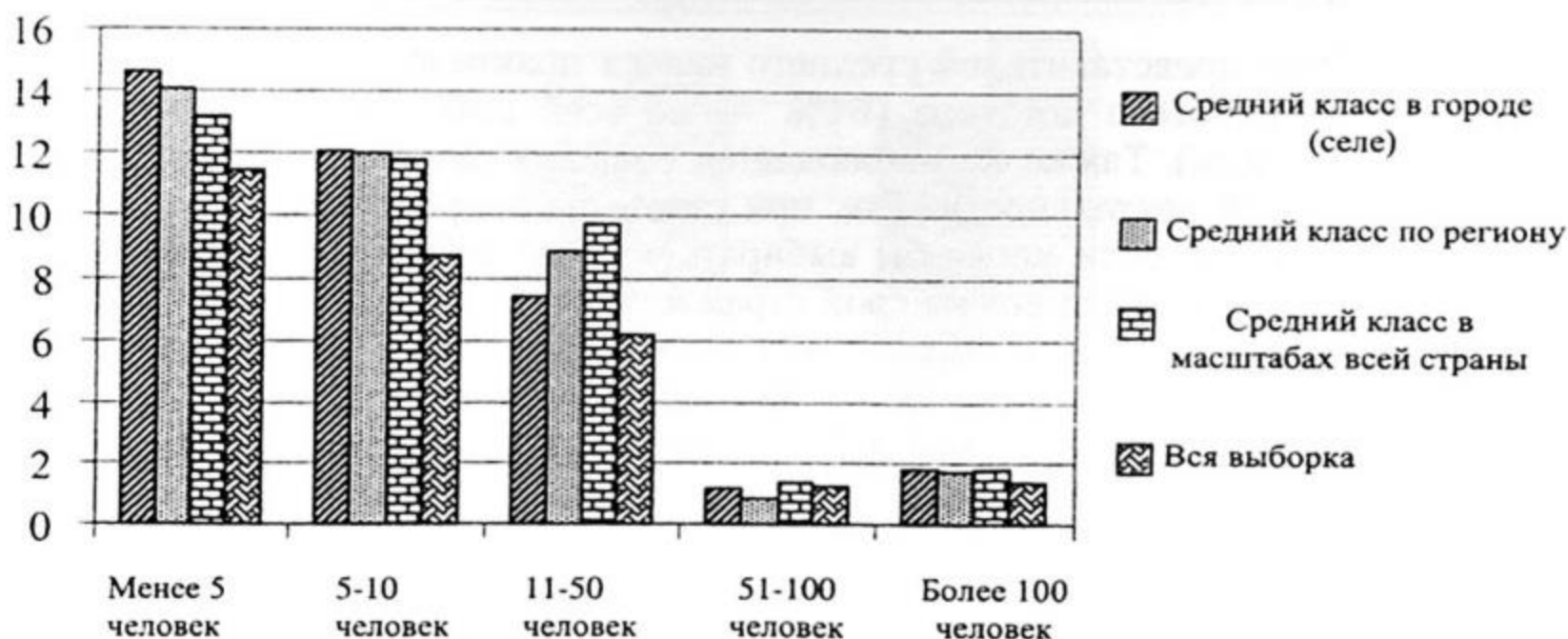


Рис. 2. Наличие властных полномочий среднего класса Тюменской области

Показатели занятости по типам предприятий не имеют больших различий как по среднему классу, так и по населению Тюменской области в целом. Более 55% процентов среднего класса в Тюменской области занято на госу-

дарственных предприятиях и акционерных предприятиях с участием государства на основной работе и около 30% — на дополнительной. Имеют собственные предприятия и рассматривают их как основное место занятости только около 3% среднего класса. При этом, отвечая на вопрос: «На каком предприятии Вы хотели бы работать (дополнительная работа)?», более 70% опрошенных указывают на частный сектор как наиболее желательный, из них от 30 до 40% хотели бы подрабатывать на собственном предприятии (табл. 2). Средний класс по самоидентификации в своем поселении более склонен рассматривать предпринимательскую деятельность как возможность дополнительного заработка, тогда как средний класс по самоидентификации в масштабах всей страны демонстрирует одинаковую заинтересованность в данном виде деятельности как в основном, так и в дополнительном источнике заработка.

Таблица 2

**Предпочтения среднего класса Тюменской области
в выборе типа предприятия (основная и дополнительная работа)
(% от числа опрошенных)**

	Средний класс			Вся выборка по области
	в своем городе (селе)	в регионе	в масштабах всей страны	
Хотели бы работать на основной работе:				
В государственном секторе	53	50	50	55
В частном секторе	45	48	48	42
На собственном предприятии	24	28	30	22
Затруднились с ответом	2	2	2	3
Хотели бы работать на дополнительной работе:				
В государственном секторе	21	21	25	22
В частном секторе	78	77	73	75
На собственном предприятии	39	35	29	31
Затруднились с ответом	1	2	1	3

Около 70% представителей среднего класса практически не работают без оформления трудового договора (64% — по всей выборочной совокупности населения области). Также не наблюдается больших различий при выборе характера трудовой деятельности. Так, при ответе на вопрос: «Какую работу Вы предпочли сегодня, если могли бы выбирать?» около 20% предпочли бы иметь собственное дело и вести его на свой страх и риск; 3% — иметь пусть небольшой, но твердый заработок, при этом около 40% указали на желательность уверенности в завтрашнем дне. Более 20% представителей среднего класса Тюменской области в целом готовы работать без особых гарантий на будущее, но при этом много зарабатывать, и только около 6% опрошенных желают иметь пусть небольшой, но твердый заработок, при более легкой работе с большим количеством свободного времени.

Индикатором активности среднего класса в инновационной сфере послужил вопрос об участии за последние пять лет в создании и/или внедрении чего-то нового. Согласно полученным данным, около 35% представителей среднего класса в Тюменской области за последние пять лет участвовали в создании чего-то нового, при этом более половины из них выступали организаторами (табл. 3).

Таблица 3

Активность среднего класса Тюменской области в инновационной сфере
(% от числа опрошенных)

	Средний класс			Вся выборка по области
	в своем городе (селе)	в регионе	в масштабах всей страны	
Участвовал как организатор	12	14	15	10
Участвовал наравне с другими	21	20	21	16
Не участвовал	59	58	56	62
Затруднились ответить	9	8	8	12
Всего	100	100	100	100

Территориальное распределение по видам поселений показывает, что средний класс в Тюменской области более всего представлен среди городского населения (80%, столько же в России), из них 37% проживают в средних городах (100-500 тыс. жителей) и 16% — в крупных (от 500 тыс. жителей).

Семейно-брачное поведение среднего класса характеризуется более высокими показателями количества браков (67%), чем по области в целом (62%), при этом наличие детей в среднем классе, так же как и количество неполноценных семей ниже на 5%. Наблюдается тенденция у женатых мужчин более уверенно причислять себя к среднему классу, тогда как у женщин наблюдается обратный процесс. Более уверены в своем статусе женщины, не состоящие в браке и без детей. Хотя в среднем классе существует устойчивая группа женщин, состоящих в браке и имеющих детей, но с увеличением количества детей в семье показатели самоидентификации со средним классом уменьшаются.

Последняя рассматриваемая характеристика касается социального самочувствия среднего класса. Как видно на рис. 3, существуют различия между показателями среднего класса и населения области в целом, а также между идентификационными параметрами класса.

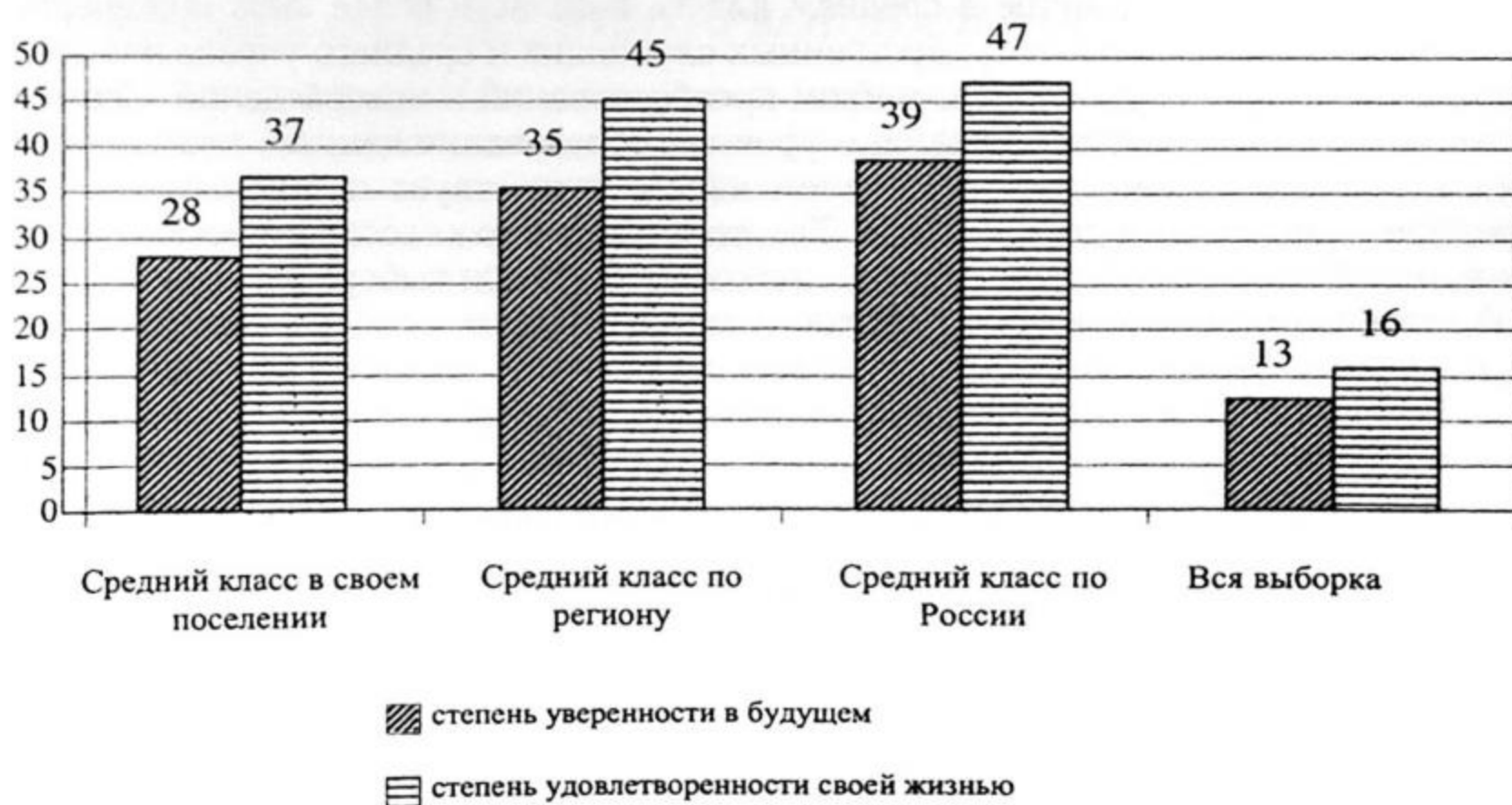


Рис. 3. Степень удовлетворенности жизнью и уверенности в будущем среднего класса

Представители среднего класса более уверены в будущем, чем население по области в целом. Существующие различия распространяются и на степень удовлетворенности своей жизнью.

В исследовании измерялась оценка респондентами улучшения своей жизни в этом году по сравнению с прошлым, и фиксировались ожидания улучшения жизни в ближайшем году. Согласно полученным данным, степень ожидания положительных изменений в ближайшем году средним классом составляет около 37%. У населения региона в целом данный параметр составляет 28%. Оцениваемая степень улучшения жизни по сравнению с прошлым годом намного выше ожидаемых улучшений, так, в среднем классе в своем поселении она составляет около 50%, что выше, чем у населения региона в целом, на 15%.

Итак, на основе полученных данных можно говорить о существовании среднего класса в Тюменской области. Тем не менее колебание показателя самоидентификации в поселенческих, региональных и всероссийских масштабах говорит об отсутствии у населения представления о среднем классе как об устойчивой социальной группе, обладающей определенными стратегиями поведения в экономической и социальной сфере. Кроме того, состав и характеристика среднего класса зависит от характера экономической системы, которая имеет свою специфику в России, связанную с большой территориальной протяженностью, неравномерностью экономического развития различных регионов. Средний класс не может быть однородным на всей территории России и требует рассмотрения региональных особенностей.

В Тюменской области профессиональный и возрастной состав формирующего класса образует либо население в наиболее трудоспособном возрасте в финансовой сфере, либо население старшего возраста, обладающее дефицитными профессиональными навыками, либо представители востребованных профессий на рынке труда основного трудоспособного возраста.

Отличие российского среднего класса от данной категории в Тюменской области состоит прежде всего в соотношении числа предпринимателей и работников частного сектора. С одной стороны, преобладание данной категории населения в среднем классе по России говорит о большей адаптации к рыночной экономике, с другой стороны — наличие в среднем классе в области более 20% инженерно-технических работников, государственных служащих и среднего управленческого персонала может служить источником преобразований и нововведений. Соответственно, различие подтверждается и уровнем образования данного класса в России и области. Кроме того, в среднем классе существует потенциал развития предпринимательской деятельности. Так, треть среднего класса Тюменской области хотела бы иметь собственные предприятия, и 20% при выборе характера трудовой деятельности отметили, что предпочли бы иметь свое дело и вести его на свой страх и риск. Высок процент желающих подрабатывать на частных предприятиях.

Наблюдается достаточно высокая активность среднего класса в инновационной сфере. Более трети среднего класса обладают властными полномочиями, при этом около 14% выступали организаторами в создании и внедрении чего-то нового за последние пять лет.

Наиболее ярко отличающая средний класс от основного населения характеристика — степень удовлетворенности жизнью и уверенность в будущем, что в свою очередь влияет на оптимистическую оценку ожиданий улучшений в ближайшем году.

Таким образом, средний класс в Тюменской области обладает определенным инновационно-креативным потенциалом по ряду показателей, и можно прогнозировать успешное развитие экономической системы региона при стабильной экономической ситуации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беляева Л.А. И вновь о среднем классе России // Социологические исследования. 2007. № 5. С. 3-12
2. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация: Учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 1996. 318 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2007: Стат. сб. / Росстат. М., 2007. 991 с.
4. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Е.М. Аврамова и др.: Под ред. Т.М. Малеевой; Моск. центр Карнеги. М.: Гендальф, 2003. 506 с.
5. Социокультурный портрет региона. Типовая программа и методика. М-лы конф. «Социокультурная карта России и перспективы развития российских регионов». Москва, 27 июня-1 июля 2005 г. / Под ред. Н.И. Лапина, Л.А. Беляевой. М., ИФРАН, 2006. 328 с.
6. Статистический ежегодник: Стат. сб. в 4-х частях. Ч. 1. (II) / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области. Т., 2007. 352 с.

*Владимир Владимирович МЕЛЬНИК —
профессор кафедры социологии и социального
управления Международного института
финансов, управления и бизнеса,
доктор философских наук*

*Станислав Анатольевич ГЕЦЕВИЧ —
аспирант кафедры социологии и социального
управления Международного института
финансов, управления и бизнеса
Тюменский государственный университет*

УДК 070: 654.197

ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

АННОТАЦИЯ. Средства массовой информации являются одним из самых бурно развивающихся институтов постсоветского периода современной России. В то же время социологическое изучение тенденций и закономерностей развития информационного пространства затрагивает главным образом центральные СМИ. Статья посвящена анализу тенденций регионального телевидения, по результатам прикладного исследования, проведенного по городу Тюмени.

Mass-media is one of the most developing institute in Russia nowadays. At the same time most researches are devoted to central mass-media only. The article analyses trends of modern regional television in Tyumen according to the research.

Современный этап формирования информационного пространства характеризуется выравниванием «мощности» федеральных и региональных СМИ, с одной стороны, а с другой — все более активным приходом на медийный рынок независимых и глобальных агентов, развивающихся на более современной технологической и технической базе (спутниковое и цифровое телевидение, широкополосный