

Новый средний класс в России: социологический анализ

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Тихонова Юлия Александровна

Аспирант

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

E-mail: julie55584@mail.ru

Повсеместное применение в России гражданами и организациями информационных и телекоммуникационных технологий, переход к наукоёмкому производству, цифровой экономике привели к изменению структуры общества, прежде всего, среднего класса. Происходит сокращение численности традиционного среднего класса и рост доли новых его слоев за счёт появления социально-профессиональных групп, которые М. Кастельс назвал «информационными работниками». Это наемные работники, владеющие особо ценными знаниями в сфере информационно-коммуникационных технологий [3].

Цель статьи - проанализировать состав «информационных работников», определить их место в структуре нового среднего класса.

Научно-информационная революция в России повлияла на появление «людей знаний» - высокообразованных работников в сфере бизнеса, науки, культуры и других областей, опирающихся на специальные знания и информацию с привлечением информационных технологий. «Информационные работники» должны стать массовыми и востребованными в составе среднего класса [1].

Средний класс - основа стабильного и поступательного развития любого государства. Но в его составе происходит раскол: «старый средний класс является ревнителем устоев, а новый - двигателем прогресса» [7]. К «двигателю прогресса» О.И. Шкаратан относит «информационных работников» как основную часть нового среднего класса. Автор сконструировал его модель для России: высококвалифицированные профессионалы с высшим образованием, которые получают уникальные доходы, позволяющие поддерживать стиль жизни верхнего слоя и становиться совладельцами фирм. Основные ресурсы социально-профессиональной успешности нового типа работников - актуальная теоретическая и практическая подготовка, знание информационно-коммуникационных технологий, здоровье, позитивная мотивация в сфере профессии [6]. Принадлежность к «информационным работникам» определяют следующие критерии: «наличие особо ценных для экономики и общества знаний и навыков, в частности навыков работы с информационно-коммуникационными технологиями; постоянное повышение квалификации и обновление багажа знаний; способность работника самостоятельно ставить себе задачи, переключаться на различные виды деятельности» [5].

Средний класс в России - это социальная группа людей с устойчивыми доходами, способная удовлетворить широкий круг своих материальных, социальных потребностей [2]. Проводимые социологические исследования регионального среднего класса в России позволили выделить особенности его состава. Средний класс развитого региона - это «молодые профессионалы», занятые преимущественно в сфере услуг и отличающиеся высоким уровнем образования, мотивированные на быстрый карьерный рост, потребление и активный досуг. Средний класс региона со средним уровнем развития - это руководители, представители среднего и малого бизнеса. Чем выше уровень социально-экономического развития региона, тем больше в его составе представителей новых профессиональных групп и топ-менеджеров [4].

В рамках реализации поставленной цели нами проведено социологическое исследование в региональных секторах информационной экономики. Выборка составила 540 человек, занятых информационной деятельностью и информационно-коммуникационными технологиями. Анализ регионального нового среднего класса позволил определить характеристики социально-профессиональной группы - «информационных работников».

Большинство работников - мужчины и женщины среднего возраста от 31 года до 50 лет (54%); значительную часть составляют молодые люди в возрасте от 21 года до 30 лет (33%). Это специалисты с высшим образованием, имеющие преимущественно одно место регулярной работы (73%), владеющие знаниями информационно-коммуникационных технологий, но в разной степени (41% - активные пользователи, работающие с готовыми программами; 19% - программисты, разрабатывающие прикладные программы; 15% - программирующие пользователи, способные внести изменения в действующие программы; 7% - системные администраторы, обеспечивающие работу всех уровней). Значительная часть информационных работников регулярно обновляет свои знания, но каждый пятый работник никак не повышает свой уровень образования.

Информационные работники заняты в разных сферах экономики: информационные и компьютерные технологии - 33%, наука, образование - 25%, промышленность и строительство - 21%, финансы, кредитование и страхование - 7%, реклама, копирайтинг, журналистика - 5%, гостиничный бизнес, туризм, переводы - 4%, связь, маркетинг - 4%. Удельный вес рядовых работников (63%) значительно превышает удельный вес руководителей среднего звена (27%) и руководителей организаций (10%). Доходы выше среднего имеют только 12% информационных работников; они же являются собственниками или соучредителями фирм; две трети имеют среднемесячный доход, соответствующий базовому и среднему уровням. Более высокий уровень дохода в ИТ-организациях, предприятиях промышленности и строительства.

Несмотря на разницу в доходах, респонденты отнесли себя преимущественно к среднему классу. За последние три года 65% опрошенных смогли отложить деньги на будущее, но при этом считают, что жизнь в регионе и стране ухудшилась. Большинство респондентов имеет собственную квартиру в типовом доме (75%), в квартире улучшенной планировки или в собственном доме проживает четверть работников информационной сферы. Больше половины респондентов пользуются платными медицинскими, образовательными, транспортными услугами, услугами косметолога и ветеринара.

Результаты исследования показали, что в российской провинции в составе занятого населения появился сегмент - «информационные работники», третью часть которых можно отнести к «ядру» нового среднего класса. Они имеют высшее образование, владеют особыми знаниями в сфере информационных технологий, имеют устойчивые доходы, способны удовлетворить материальные и социальные потребности, идентифицируют себя со средним классом. К ближней периферии нового среднего класса можно отнести еще 40% информационных работников и 21% - к дальней периферии, которые по многим признакам не соответствуют модели среднего класса.

Активное внедрение информационно-коммуникационных технологий требует квалифицированных кадров. Будущее нового среднего класса - это работники информационной сферы, способные повлиять на инновационное развитие российского общества.

Источники и литература

- 1) Колбановский, В.В. Средний класс – социальная реальность, «Класс на бумаге» или «Обман трудящихся»? / В.В. Колбановский // Социологические исследования. - №2. – 2013. - С.42-57.

- 2) Тулина, Т.М. Количество среднего класса в России и Вологодской области по параметру доход в соответствии с различными методиками // Гуманитарный научный вестник.- 2020 .- №5. - С. 228-232.
- 3) Чернышев А.Б. Информациональные работники в структуре управления отечественных компаний. // Социологические исследования. – 2010. - №3. - С.85-92.
- 4) Шиняева, О.В., Власова, Е.М. Средний класс в социальной структуре региона. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 171 с.
- 5) Шкаратан О.И., Инясевский С.А., Любимова Т.С. Новый средний класс и информациональные работники на российском рынке труда. // Общественные науки и современность. – 2008. - №1. - С. 5-27.
- 6) Шкаратан О.И., Инясевский С.А. Средние слои: на пути к информационному среднему классу? // Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России. М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2009. 156 с.
- 7) Gouldner, A. W. The Future Of Intellectuals And The Rise Of The New Class / A. W. Gouldner. – New York : Seabury, 2000. – 768 p.