

## ЛЮДИ СРЕДНЕГО КЛАССА

Дата: 2016-07-15

Источник данных: онлайн-опрос, выборка из панели VoxRu.Net репрезентативная в отношении активной (недельной) российской аудитории интернета

Кого среди российских интернет-пользователей можно отнести к среднему классу и по каким критериям их можно считать представителями этого социального образования? Ответить на эти вопросы нам помогут результаты онлайн опросов, проводимых Digital Research с 2008 года среди российских пользователей, по выборкам от 1500 до 2000 респондентов, представляющих активную (недельную) аудиторию интернета.

Практически все участники опросов, за редким исключением, знакомы с понятием "средний класс" и имеют о нем свое представление. К среднему классу российские интернет-пользователи относят прежде всего тех, у кого имеется определенный уровень благосостояния, включающий достойный доход - не низкий, но и не слишком высокий (71% отметивших этот признак в 2010 году и 69% - в 2016 году), благоустроенное жильё - квартиру, дом (58% и 56% соответственно), возможность брать кредиты и возвращать их (27% и 18%), достаточное количество сбережений, накоплений (25% и 33%), один или больше автомобилей на семью (25% и 22%).

Рассматривая возможности различных социальных групп на попадание в средний класс, российские интернет-пользователи наиболее высоко оценили шансы адвокатов, юристов, судей (49% отметивших этот признак в 2010 году и 46% в 2016 году), бизнесменов, предпринимателей (49% и 45% соответственно), менеджеров (43% и 30%), экономистов, бухгалтеров (39% и 26%), банковских специалистов (25% и 27%). Шансы дотянуться до этого статуса, по мнению тех респондентов, кто допускает существование среднего класса в России, имеют инженеры и специалисты (37% и 32%), работающие, главным образом, в нефте-газовой отрасли и металлургии, сфере платного медицинского обслуживания, а также госслужащие (29% и 31%), прежде всего, политики, депутаты и чиновники, некоторые представители шоу-бизнеса (17% и 19%), финансируемой бизнесом прикладной науки, платного образования (20% и 23%).

Экономические факторы играют ведущую роль в классовой самоидентификации российских пользователей интернета. Скорее склонны отождествлять себя со средним классом респонденты имеющие среднемесячный уровень дохода на члена семьи "высокий" и "выше среднего". Не склонны причислять себя к среднему классу респонденты с доходом "ниже среднего" и "низкий".

**Вы лично относите или не относите себя к среднему классу? (в % по столбцу)**

	Среднемесячный доход на члена семьи				
	Низкий	Ниже среднего	Средний	Выше среднего	Высокий
- Отношу	9,2%	17,7%	28,8%	59,2%	72,2%
- Затрудняюсь ответить	8,1%	7,4%	12,1%	12,1%	0,0%
- Не отношу	82,7%	74,9%	59,7%	28,7%	27,8%

Однако большинство опрошенных, вне зависимости от своей принадлежности к среднему классу, оценили уровень своего материального благосостояния как "средний" (42%) и "выше

среднего" (18%). Поэтому, для значительной части российских интернет-пользователей важную роль в классовой самоидентификации играют "нематериальные" признаки принадлежности к среднему классу и различные социальные возможности "полагающиеся" данному статусу.

Так среди нематериальных признаков принадлежности к среднему классу наибольшее значение придается "уверенности в завтрашнем дне и в обеспеченной старости" (34% отметивших этот признак в 2010 году и 36% в 2016 году), возможность хорошо отдохнуть, путешествовать по миру (23% и 21%), поддерживать здоровье занимаясь спортом, получая качественное лечение (22% и 18%), возможность иметь много детей, обеспечивая их будущее (16% и 13% соответственно). А в качестве важнейших условий, позволяющих приобрести вышеуказанные статусные блага, респонденты назвали хорошее базовое образование, возможность дополнительного обучения (36% и 33%), работу в успешной, перспективной компании, организации (25% и 24%), высокую профессиональную квалификацию (20% и 24%), возможность делать инвестиции, иметь собственное дело, бизнес (17% и 21%).

Необходимо отметить еще один, психологический фактор идентификации российских интернет-пользователей со средним классом. Принято считать, что его представители стремятся жить, рассчитывая главным образом на собственные силы и способности. И действительно, среди тех респондентов, кто считает, что его положение совершенно не зависит от личных усилий, 74% в 2010 году и 86% в 2016 году не отождествляли себя со средним классом. Напротив, среди тех, кто верит в то, что изменение его собственного положения зависит только от личных усилий, 53% в 2010 году и 44% в 2016 году были склонны отождествлять себя со средним классом.

**Вы лично относите или не относите себя к среднему классу? (в % по столбцу)**

	В какой степени изменение вашего положения зависит от ваших собственных усилий?					
	Совсем не зависит		Зависит в определенной степени		Зависит только от Вас самих	
	2010 год	2016 год	2010 год	2016 год	2010 год	2016 год
- Отношу	18,4%	8,5%	36,0%	29,0%	52,6%	44,1%
- Затрудняюсь ответить	8,2%	5,1%	9,4%	10,1%	10,0%	13,3%
- Не отношу	73,5%	86,4%	54,5%	60,9%	37,3%	42,6%

Чаше других респондентов в нашем опросе были склонны отождествлять себя со средним классом те, кто является владельцем или совладельцем предприятия (64% в 2010 году и 42% в 2016 году), руководителем или заместителем руководителя предприятия, учреждения (54% и 50%), руководителем подразделения (51% и 36%), индивидуальные предприниматели (54% и 43%), профессионалы, ведущие частную практику (39% и 37%), военнослужащие и сотрудники правоохранительных органов (38% и 54%), некоторые специалисты с высшим образованием (40% и 32%).

Среди специалистов с высшим образованием, квалифицированных рабочих, служащих и прочих работающих респондентов, причислять себя к среднему классу отваживались в основном те, кто занят по преимуществу в таких отраслях, как финансы и страхование (58% и 48%), наука и образование (39% и 42%), оптовая и розничная торговля (50% и 36%), добывающая и обрабатывающая промышленность, энергетика (39% и 33%), информационные, юридические услуги, реклама (47% и 34%), здравоохранение и соцобеспечение (47% и 29%), строительство (38% и 28%).

**Как Вы считаете, существует ли в современном российском обществе "средний класс"? Если существует, то какова его доля среди населения России?**

	2008 год	2010 год	2012 год	2014 год	2016 год
- Среднего класса в России нет	3%	3%	4%	4%	6%
- не более 10%	28%	28%	31%	24%	32%
- от 11% до 20%	29%	29%	26%	28%	27%
-----					
- от 21% до 30%	19%	18%	18%	18%	17%
- более 30%	18%	17%	17%	21%	15%
- Затрудняюсь ответить	3%	3%	3%	5%	5%

Лишь 6% опрошенных российских интернет-пользователей утверждают, что среднего класса в современном российском обществе нет, а еще 5% затрудняются оценить его долю среди населения России. Около 32% опрошенных считают, что его доля не превышает 10%, около 27% оценивают его долю в 11-20%, около 17% оценивают его долю в 21-30%, а еще 15% полагают, что доля среднего класса превышает 30% населения России.

Но если оценки доли российского среднего класса за прошедшую "пяtilетку" практически не изменились, то оценки его динамики стали более пессимистичными. Доля российских интернет-пользователей, уверенных в том, что за это время доля среднего класса среди населения России росла, сократилась в 3,8 (по сравнению с 2008 годом) и в 2,1 (по сравнению с 2012 годом) раз. Напротив, в 4,3 (по сравнению с 2008 годом) и в 1,8 (по сравнению с 2012 годом) раз выросла доля тех, кто отмечает снижение доли среднего класса.

**Как Вы думаете, за последнюю "пяtilетку" доля среднего класса среди населения России увеличивалась, уменьшалась или оставалась неизменной? (в % по столбцу)**

	2008 год	2010 год	2012 год	2014 год	2016 год
- Увеличивалась	62%	39%	34%	34%	16%
- Оставалась неизменной	17%	23%	23%	21%	17%
- Уменьшалась	13%	28%	30%	30%	56%
- Затрудняюсь ответить	8%	10%	13%	15%	12%

По совокупности тех или иных основных критериев, к среднему классу в 2010 году себя причисляли около 38% активных российских интернет-пользователей. Но к настоящему времени эта доля уменьшилась до 28% (в 1,3 раза). Также следует отметить некоторый упадок веры в собственные силы у тех, кто относит себя к среднему классу: если в 2010 году среди представителей среднего класса 44% считали, что изменение их положения полностью, а 52% в определенной мере зависит от них самих, то в 2016 году таких оптимистов осталось лишь 34% и 61% соответственно. А личные достижения, составляющие основу классовой самоидентификации, всеми респондентами оцениваются еще более скромно.

**А Вам лично за последнюю "пяtilетку" удалось улучшить свое социальное положение, добиться каких-то успехов? (в % по столбцу)**

	2008 год	2010 год	2012 год	2014 год	2016 год
- Удалось	70%	61%	53%	42%	31%
- Затрудняюсь ответить	7%	8%	9%	10%	11%
- Не удалось	22%	30%	38%	47%	58%

За прошедшие пять лет улучшить свое социальное положение, добиться каких-то успехов смогли лишь 31% российских интернет-пользователей, что в 1,9 раза меньше, чем в 2010 году. А среди респондентов, заявляющих о своей принадлежности к среднему классу, эта доля сократилась с 76% в 2010, до 51% в 2016 году. При этом, среди респондентов, заявляющих о своей принадлежности к среднему классу, доля тех, кто полагает уровень жизни остальных россиян равным своему собственному, за прошедший год упала с 46% до 37%, доля ставящих его ниже собственного выросла с 42% до 49%, а выше собственного - осталась на уровне 8%. Таким образом можно сделать вывод, что в сознании российских интернет-пользователей сложилось представление о достижении накануне экономического кризиса некоего пика в формировании российского среднего класса и последовавшей за ним стагнации на фоне общего снижения уровня реальных зарплат и доходов от собственного бизнеса.

*Компания Digital Research проводит маркетинговые исследования аудитории интернета с использованием технологии онлайн опросов и веб-панелей,*

*По вопросам информационного сотрудничества и проведению исследований обращайтесь к Александру Иванову – тел. +7 (812) 920-68-12, [info@digitalresearch.ru](mailto:info@digitalresearch.ru)*