

УДК 316

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ О СРЕДНЕМ КЛАССЕ НА СТРАНИЦАХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Колодиев Николай Николаевич

кандидат социологических наук

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург

author@apriori-journal.ru

Аннотация. В работе анализируются мнения экспертов о среднем классе, высказанные в печатных СМИ.

Ключевые слова: СМИ; средний класс; эксперт.

EXPERT COMMENTARY ON THE MIDDLE CLASS IN PRINT MEDIA

Kolodiev Nikolay Nikolayevich

candidate of social sciences

Saint-Petersburg University, St. Petersburg

Abstract. The article considers experts' commentaries on the middle class presented in print media.

Key words: mass media; middle class; expert.

В современной российской прессе регулярно появляются материалы, посвященные так называемому среднему классу. Между тем из социологической литературы известно, что данное понятие – «средний класс» – является многозначным и потому неясным с научной точки зрения [1]. Именно в силу своей неопределенности этот и подобные ему термины «очень удобны для манипулирования общественным сознанием», что предопределяет их «широкое использование политиками» [2, с. 95] в процессе взаимодействия с общественностью, в том числе посредством СМИ.

В свою очередь, это показывает важность и необходимость при всяком использовании номинации «средний класс» осуществлять более или менее строгую операционализацию данного понятия. Сами журналисты далеко не всегда обладают достаточной научной эрудицией, чтобы на должном уровне обеспечивать «общество необходимой научной информацией или информацией, соответствующей научным требованиям» [3, с. 21]. Особенно заметно это становится в случае, когда они берутся освещать в СМИ проблемы, связанные с историей, политикой или экономикой современного общества [3]. Сложными для журналистов могут оказаться, в том числе, социологические термины, характеризующие систему социальной стратификации и, в частности, интересующий нас «средний класс».

Чтобы компенсировать недостаток знаний и более полно, интересно, а главное, точно отобразить некий социальный феномен, журналист привлекает к сотрудничеству экспертов – людей, с одной стороны, обладающих научными знаниями об обществе, с другой – способных доходчиво объяснить неподготовленной аудитории смысл этих знаний, то есть в идеале функция любого эксперта «заключается в раскрытии сокрытого» [4, с. 30].

Цель данного исследования состоит в уяснении специфики мнения экспертов относительно сущности среднего класса, высказываемого ими в печатных СМИ.

Для достижения заявленной цели нами был проведен контент-анализ трех авторитетных российских печатных СМИ: газеты «Коммерсантъ» (далее в тексте – «Ъ»), «Независимой газеты» («НГ») и «Российской газеты» («РГ»). Выборка составила 300 публикаций (по сто от каждого издания), посвященных отечественному российскому среднему классу, вышедших в свет в период с 2006 по 2012 год.

Выяснилось, что в качестве авторов подобных текстов выступают представители самых разных профессиональных групп (таблица 1).

Таблица 1

**Авторы публикаций (суждений),
посвященных российскому среднему классу***

Издание	Автор			
	Журналист	Эксперт	Политик	Другое
«Ъ»	32	39	21	17
«НГ»	39	39	21	7
«РГ»	30	49	14	24
Итого	101	127	56	48

Примечательно, что среди авторов высказываний, посвященных среднему классу, относительно немного политиков (то есть людей, потенциально заинтересованных в использовании данного понятия именно как неопределенного) и, наоборот, относительно велика доля журналистов и представителей экспертного сообщества. Такие близкие параметры авторства объясняются тем, что они достаточно часто выступали в качестве соавторов.

Для всех категорий авторов характерно признание факта существования в современной России среднего класса. Такого мнения придерживается, в частности, 91 % экспертов, 94 % журналистов и 96 % авторов, относящихся к другим социальным группам.

* Число авторов высказываний о среднем классе превышает количество рассмотренных публикаций, так как ряд текстов был опубликован в соавторстве.

Эксперты, политики и журналисты упоминают средний класс, прежде всего в политическом контексте, а затем – в экономическом. Прочие авторы, наоборот, в первую очередь в экономическом и только потом в политическом.

Для всех категорий авторов характерно уклонение от какого-либо уточнения содержания, вкладываемого ими в понятие «средний класс» (см. рис. 1).

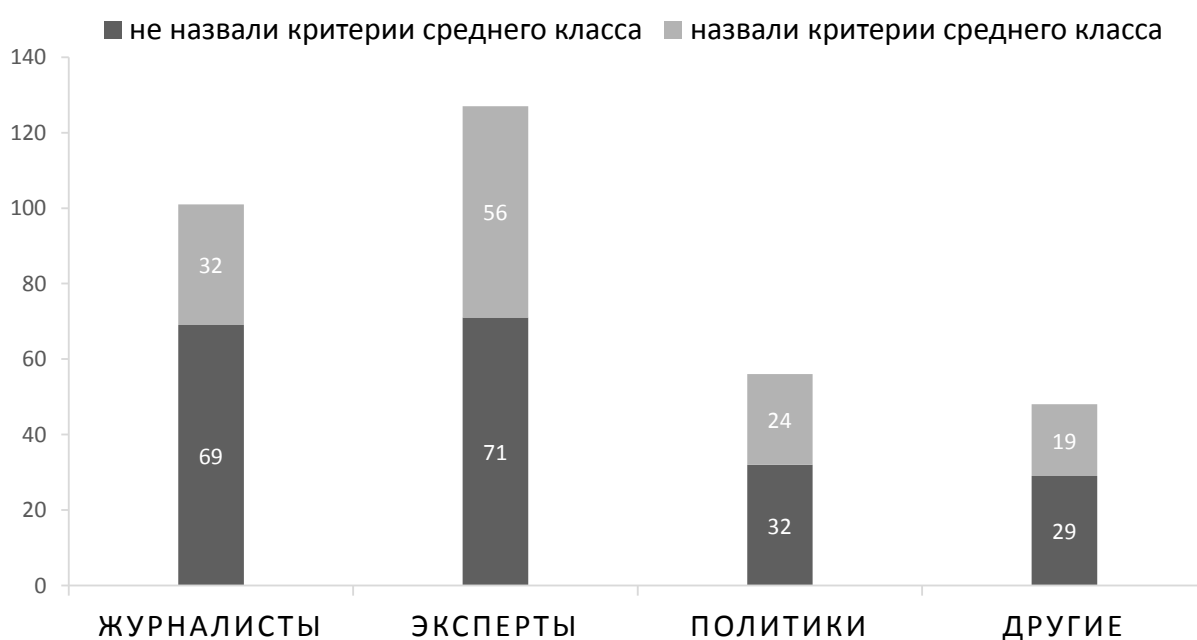


Рис. 1. Соотношение случаев упоминания/неупоминания критериев среднего класса по группам авторов

Из рис. 1 видно, что наиболее велика доля уклонившихся от обозначения критериев среднего класса среди журналистов и «других» (68 и 60 % соответственно). Среди экспертов и политиков таковых также много – 56 и 57 % соответственно. Последние цифры, помимо прочего, показывают фактическое отсутствие различий между политиками и экспертами и позволяют поставить вопрос о качестве исполнения экспертами своего функционального предназначения в СМИ.

Более глубокий анализ позиций экспертов в отношении среднего класса показал наличие корреляции мнений экспертов с печатным изданием, в котором оно высказывалось (см. рис. 2).

В данном случае нельзя однозначно сказать, что именно является определяющим фактором, влияющим на позицию экспертов, – тип ли издания (например, государственный или негосударственный), особенности ли редакционной политики или что-то иное, но эксперты на страницах «РГ» значительно чаще, чем их коллеги в «Ъ» и «НГ», поясняли читателям данной газеты смысл, который они вкладывают в понятие «средний класс».

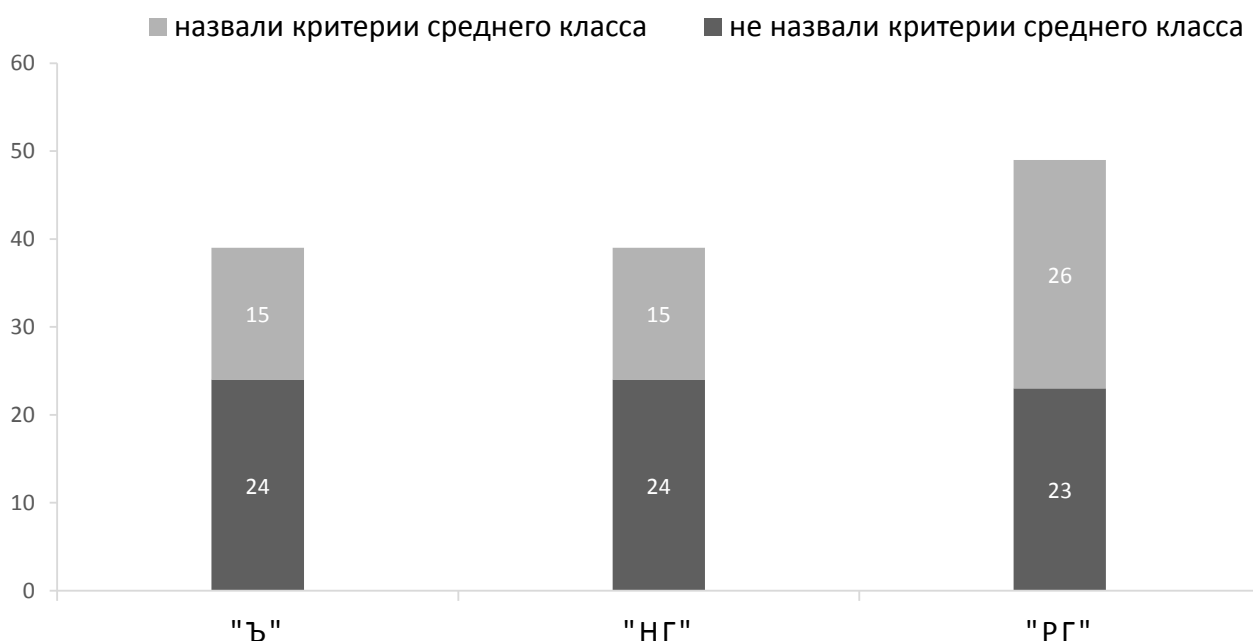


Рис. 2. Соотношение случаев упоминания/неупоминания критериев среднего класса экспертами в печатных СМИ

Уместно уточнить профессиональный состав людей, составляющих группу экспертов. В первую очередь это – социологи, политологи и экономисты. В частности, социологов среди всех авторов «НГ» было выявлено 7 %, среди авторов «РГ» – 11 %, а «Ъ» – 12 %.

Эксперты представляли как государственные, так и негосударственные организации, такие, например, как Всероссийский центр изучения общественного мнения, Всероссийский центр уровня жизни, Институт социологии РАН, Институт экономики РАН, Независимый институт социальной политики, фонд «Общественное мнение», Центр стратегических

исследований «Росгосстраха» и другие. К сожалению, небольшая выборка не позволяет проследить корреляцию позиций экспертов с их профессиональной принадлежностью или типом организации, которую они представляют.

Как уже отмечалось, большинство авторов рассмотренных публикаций уклонилось от трактовки среднего класса. Среди экспертов лишь в 44 % случаев были обозначены его критерии. При этом эксперты, выступающие в «Ъ», «НГ» и «РГ», проявили солидарность (см. рис. 3).

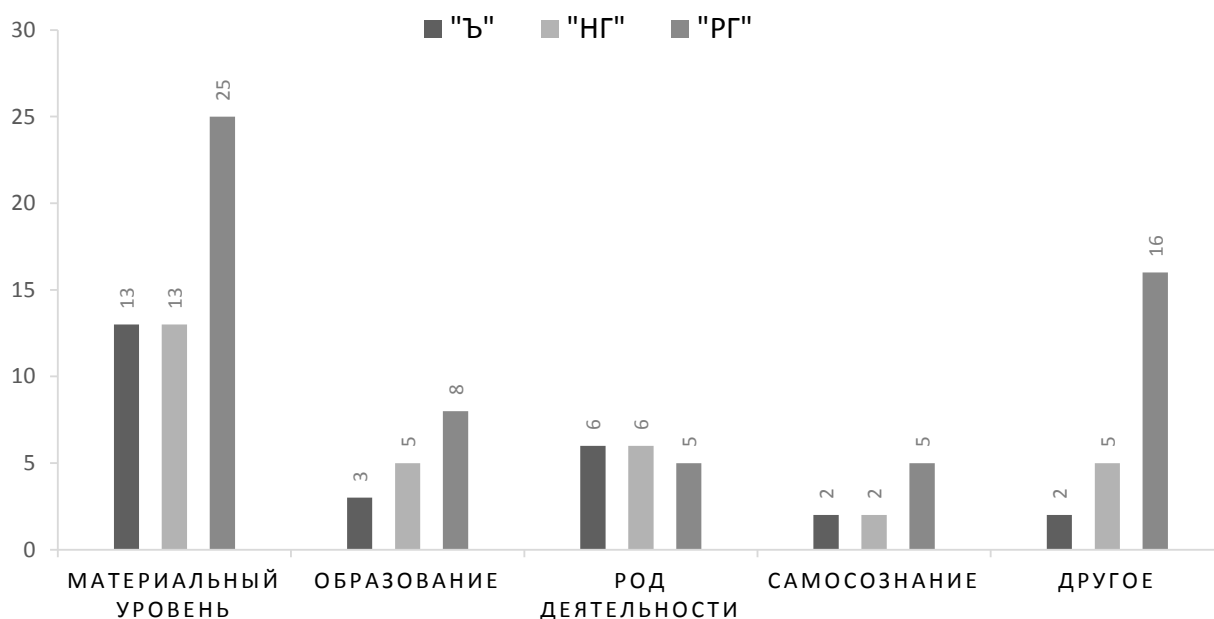


Рис. 3. Критерии среднего класса, упоминаемые экспертами в печатных изданиях

В качестве главного критерия они единодушно назвали материальный уровень. На втором месте эксперты «РГ» поставили образование, а эксперты других изданий – род деятельности. На третьем месте для экспертов «Ъ» и «НГ» стоит образование. Для экспертов «РГ» род деятельности и самосознание поделили между собой третье и четвертое место. Последний критерий эксперты «Ъ» и «НГ» поставили на четвертое место.

Особенность суждений экспертов на страницах «РГ» – обозначение значительного числа иных критериев, не предусмотренных рубрикаторм контент-анализа (см. рис. 3). В частности, ими назывались: активная гражданская и общественная позиция, образ жизни, социально-политическая активность, стиль жизни, потребительская активность, способность свободно ориентироваться в окружающем мире, снобизм, разборчивость в связях.

В целом, если сравнивать критерии среднего класса, выделяемые экспертами, с критериями, которые называют представители других групп, то они мало отличаются друг от друга. Общий тренд – выделение материального уровня. При этом имеется существенный разброс представлений о его необходимом или достаточном уровне. Так, например, в одном случае эксперт называет в качестве необходимого условия отнесения к среднему классу «наличие достаточного дохода». Другой эксперт говорит о необходимости иметь доход в размере 1000 долларов, не вдаваясь в подробности. В третьем случае утверждается, что одного дохода недостаточно – нужно иметь недвижимость и банковский счет. Получается, что чуть ли не каждый эксперт на страницах печатных СМИ говорит о своем «среднем классе».

По идее подобная разногласия среди представителей экспертного сообщества должна была породить у журналистов ряд вопросов: например, такие: можно ли говорить о среднем классе или правильнее – о средних классах? Существует ли он вообще как реальность, если представления о нем столь размыты? Или все дело в экспертах, точнее, в тех людях, которых они приглашают в таковом качестве, но которые далеко не всегда являются компетентными специалистами, сведущими в данном вопросе? К сожалению, в ходе исследования не были замечены какие-либо признаки рефлексии со стороны журналистов направленные на осмысление практики их взаимоотношений с представителями экспертного сообщества.

Среди других выводов нужно подчеркнуть следующее. Анализ публикаций не выявил принципиальных расхождений во взглядах между экспертами и представителями других групп по поводу среднего класса. Подавляющее большинство авторов, в том числе и экспертов, говорит о среднем классе как о социальной реальности. При этом значительная часть этих респондентов не утруждает себя объяснением, что есть средний класс.

В случае если критерии соотнесения людей со средним классом все же называются, то все авторы, в том числе и эксперты, отмечают в первую очередь уровень материального благосостояния. Общим является значительный разброс оценок достаточности уровня материального благосостояния.

Отмеченное сходство мнений экспертов и представителей других групп позволяет поставить вопрос о ценности экспертных оценок среднего класса и профессиональной компетентности людей, презентуемых в СМИ в качестве экспертов.

По сути, эксперты через СМИ пытаются донести до читателя две мысли: средний класс в России есть, а его главный критерий – материальный достаток.

Список использованных источников

1. Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. Социологический словарь. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1997. 420 с.
2. Широкалова Г.С. Предмет исследования: права человека // Социс. 1999. № 12. С. 95-99.
3. Плахов В.Д. Научная культура и СМИ // Средства массовой информации в современном мире: тезисы научно-практической конференции. СПб., 1999. С. 20-21.
4. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд науч. иссл. «Прагматика культуры», Ин-т экспериментал. социологии, 2002. 160 с.