

УДК 316.34

Г.С. Абдирайымова\*, Д.К. Бурханова

Казахский национальный университет им. аль-Фараби,  
Республика Казахстан, г. Алматы  
\*Email: gulmira.abdiraimova@kaznu.kz

### Стиль жизни и потребительские предпочтения казахстанского среднего класса

Тема среднего класса остается одним из самых актуальных вопросов современного казахстанского общества. Данная статья посвящена выявлению стиля жизни, характерного для представителей среднего класса в Казахстане. В данной статье представлены некоторые результаты исследования, проведенного в марте-апреле 2013 года в г. Алматы на базе Центра социологических исследований и социального инжиниринга для определения ценностей и экономических стратегий среднего класса в Казахстане. В рамках исследования было проведено анкетирование и экспертные интервью. Авторы разрабатывают подход для определения среднего класса, также в статье приводится оценка и анализ текущего стиля жизни Казахстанского среднего класса.

**Ключевые слова:** средний класс, стратификационные признаки, стиль жизни, досуговые практики.

G.S. Abdiraimova, D.K. Burkhanova

### Lifestyle and consumer choices of the Kazakhstan middle class

Topic of the middle class remains one of the most pressing questions of contemporary Kazakh society. This article focuses on the definition of Kazakhstan middle class' lifestyles and leisure practices. This article presents some results of a sociological research conducted in April 2013 with the support of the Centre of Sociological Research and Social Engineering in Almaty, Kazakhstan in order to determine the values and economic strategies of Kazakhstan middle class. Within the research a survey and expert interviews were conducted. The authors developed an approach to allocate the middle class of Kazakhstan; also in this article authors provided the evaluation and analysis of the current lifestyle of Kazakhstan middle class.

**Key words:** middle class, stratificational signs, lifestyles, leisure practices.

Г.С. Әбдірайымова, Д.К. Бұрханова

### Қазақстандағы орта таптың тұрмыс қалпы және тұтынушылық таңдаулары

Орта тап қазіргі кезде қазақстандық қоғамның ең өзекті тақырыптарының бірі болып табылады. Осы мақала қазақстандық орта таптың тұрмыс қалпын анықтауға арналған. Осы мақалада қазақстандағы орта таптың құндылықтары мен экономикалық стратегияларын анықтауға арналған зерттеудің кейбір нәтижелері ұсынылады. Осы зерттеудің барысында сауалнама және эксперттік интервьюлер жүргізілді. Мақаланың авторлары орта тапты анықтаудың тәсілдемесін ұсына отырып, қазақстандық орта таптың ағымдағы тұрмыс қалпына бағалау және талдау береді.

**Түйін сөздер:** орта тап, стратификациялық белгілері, тұрмыс қалпы, тәжірибелер.

Факт формирования среднего класса, составляющего наибольшую по численности социальную группу и выполняющую ряд важнейших функций, можно рассматривать в качестве важного свидетельства и даже критерия эффек-

тивности реформ, свидетельства прочности всей системы экономических, социальных и политических институтов.

Правительство делает ставку на преобладание в обществе именно среднего класса, кото-

рый рассматривается как основа политической и социальной стабильности, эталон проводимых социально-политических изменений. Дальнейшее развитие среднего класса в Казахстане является одним из главных приоритетов социально-экономической политики страны. В настоящее время в социальной теории сложилась противоречивая ситуация между объективной необходимостью повышения доли среднего класса как гаранта стабильности в обществе, и отсутствием методологических подходов к определению среднего класса в структуре общества.

Также для понимания будущего страны в международном сообществе необходимо четко представлять вектор развития экономических и политических процессов в стране, в связи с этим актуальность приобретает вопрос об особенностях сознания и поведения тех массовых групп, которые непосредственно оказывают влияние на функционирование экономической системы страны.

На сегодняшний день отсутствует общепризнанное научное определение «среднего класса», не обозначены четкие критерии принадлежности к среднему классу, не изучена структура и численность среднего класса в Казахстане, его интересы и функции в обществе.

Следует учитывать тот факт, что средний класс является не только значительной частью современного общества, но и весьма сложным, противоречивым и неоднородным по своей структуре образованием, компоненты которого различаются по источникам формирования, социальному статусу и многим другим характеристикам.

И последнее обстоятельство, придающее особое значение проблематике среднего класса, их ценности выполняют интегративную функцию, формируют более или менее устойчивую основу общества и представляют очень важный вопрос в обществах, переживших кризисные и переходные периоды в своем развитии, вследствие чего радикально меняется образ жизни людей, в том числе и система ценностей.

Таким образом, приоритетность развития среднего класса, необходимость изучения его особенностей сознания и поведения, разнонаправленность имеющихся в современной социологии подходов, отсутствие четкие обозначенных критериев принадлежности к среднему классу, необходимость нового осмысления роли и тенденций развития среднего класса, его структуры в современных политических и эко-

номических условиях определяют исследовательский интерес к данной теме.

Следовательно, формирование среднего класса исследовалось и анализировалось многими учеными. В последнее время данная проблема приобрела особую значимость и для казахстанских ученых. Несмотря на это, среди многочисленных публикаций отсутствуют фундаментальные работы. Ранее опубликованные работы акцентируют внимание лишь на концептуализации самого понятия и материалистическом измерении феномена среднего класса. Большинство исследователей говорит о его формировании, но не анализирует характер этого процесса, либо принимает его существование как данность и не фиксируются на специфике его формирования. Вместе с тем очевидна незавершенность научного поиска по проблеме социологического анализа среднего класса, что соответственно требует комплексного анализа и дальнейшей проработки. Поэтому специальный комплексный анализ состава, особенностей сознания, ценностных ориентаций и экономических стратегий среднего класса через призму оценки этапа и специфики его формирования, который и предлагает данная работа, является одной из первых предпринятых попыток.

Существует множество различных подходов для определения среднего класса. Можно попытаться определить представителей среднего класса по уровню дохода, уровню образования или по социально-профессиональным категориям. Но в то же время по отдельности эти подходы являются неудовлетворительными для объяснения сложной социальной совокупности как средний класс [1].

Логичным видится применение комплекса определенных критериев, связанных со способностью среднего класса выполнять обычно ассоциирующиеся с ним функции, среди которых стабилизация социально-политической ситуации, роль главного экономического «донора», в том числе как «поставщика» высококвалифицированной рабочей силы и главного налогоплательщика, а также распространение новых социально-экономических и социокультурных практик, носителя национальной культуры и ценностей [2].

Большинство экспертов сходятся во мнении, что материальное благосостояние является важным показателем отнесения к среднему классу и для отнесения к нему, семья должна иметь определенный уровень стабильного заработка. Дан-

ный уровень в крупных городах Казахстана должен составлять от 500 до 1500 долларов США на человека, распределяясь, таким образом, на разные слои внутри самого среднего класса.

В рамках представленного подхода были выбраны следующие критерии отнесения индивидов к среднему классу:

– *уровень благосостояния, формирующийся из наличия постоянного заработка*, показателей среднемесячных душевых доходов и другие косвенные признаки (количество имеющихся товаров длительного пользования, объем сбережений). Также для отнесения индивида к среднему классу показатели среднемесячных доходов на одного члена семьи за последние 6 месяцев должны были составить более 5,3 прожиточных минимумов для г.Алматы, т.е. более 100 тыс. тенге в месяц на одного члена семьи;

– *характеристики социально-профессионального статуса (критерий нефизического характера труда)*. В качестве критерия для попадания в средний класс в данном подходе используется нефизический характер труда. Социально-профессиональный статус служит в классовом обществе маркером определенных структурных позиций. Это позволяет отделить структурные позиции среднего класса от позиций рабочих;

– *уровень образования* (наличие как минимум базового высшего образования). Для того чтобы замерить эту характеристику, используется критерий уровня образования, с пороговым значением «наличие базового высшего образования». Два высших образования и более высокие ступени однозначно свидетельствуют о принадлежности индивида к среднему классу;

– *уровень самоидентификации* (самооценка индивидом своего положения в обществе не ниже «среднего» в предложенной структуре). В данном подходе используется самооценка индивидом своего положения в обществе, не ниже «среднего класса». Это позволяет отсеять из анализа тех, кто ощущает себя социальными аутсайдерами, следовательно – заведомо не будет соответствовать среднему классу по особенностям сознания и определяемому им поведению.

Однако нужно учитывать, что, как и любая социальная группа, выделенный средний класс не является однородным. В нем можно выделить, во-первых, первый срединный слой – ядро, объединяющее типичных представителей групп, которые наиболее ярко выражают ее

качественные характеристики и являются относительно устойчивыми, но малочисленным по сравнению с другими социальным образованием. Во-вторых, его второй срединный слой, который является структурным резервом первого срединного слоя, и нижний средний слой, в котором свойства, характерные для группы, постепенно ослабевают. Также необходимо выделить верхний слой среднего класса и нижний класс.

Верхний слой среднего класса (1,2%) – в данный слой входят респонденты, имеющие стабильный постоянный заработок, а также среднемесячный душевой доход более 100 000 тенге, что составляет 5,3 прожиточных минимумов, обладающих базовым высшим образованием, с нефизическим характером труда, указывающих свою принадлежность в заданной структуре как высший социальный класс. 83,3% респондентов оценивают свое материальное положение в иерархии доходов как стабильное, не имеют никаких финансовых затруднений, при желании могут позволить себе купить квартиру или дом.

Первый срединный слой (ядро) (5,2%) – в этот слой вошли респонденты, обладающие всеми четырьмя критериями, определяющими средний класс, а именно наличие стабильного постоянного заработка, наличие высшего образования (минимум базового высшего), нефизический характер труда, с самоидентификацией по предложенной шкале «выше среднего» или «средний».

Второй срединный слой (структурный резерв) – 40,6%. Данный слой составляют люди, близкие к первому срединному слою (ядру). Представители данного слоя обладают среднемесячным душевым доходом от 55 до 100 тыс. тенге, и косвенными критериями благосостояния близкими к среднему классу. Это люди, которые формируют резерв ядра среднего класса и имеют потенциал в будущем стать частью полноценного среднего класса. Необходимо учитывать тот факт, что данный слой является неоднородным. Таким образом, структурный резерв сформирован из 5 подгрупп, в которых свойства и критерии среднего класса постепенно ослабевают.

Нижний средний слой (периферия) – 34,4%, в данный слой вошли респонденты, обладающие среднедушевым доходом от 35 до 55 тыс. тенге, что составляет от 2 до 3 прожиточных минимумов, также обладающие другими косвенными признаками благосостояния. Данный

слой также является весьма неоднородным и многочисленным. Следовательно, данный слой также поделен на несколько подгрупп по мере ослабления признаков, характерных для среднего класса.

В низший класс были отнесены респонденты со среднемесячным доходом на одного члена семьи ниже 2 прожиточных минимумов – до 35 тыс. тенге, что составило 15,9% респондентов. Также при анализе данных определился противоречивый слой «группа статусных рассогласованных» – люди, обладающие высокими доходами, несоответствующими уровню образования и роду занятий – 2,7%.

Особый интерес у экспертов вызывает стиль потребления представителей среднего класса. Большинство экспертов сходятся во мнении, что они имеют определенный стиль потребления, отличающийся от других, включающий потребление и использование качественных продуктов и товаров, и досуговых практик. В то же время эксперты отмечают, что и стиль потребления не является единообразным, учитывая неоднородность самого среднего класса.

Эксперт 1 (социолог-практик): «Определенный стиль потребления – это современный стиль потребления, то есть средний класс – это люди, которые могут позволить себе пользоваться качественными продуктами, но не предметами особой роскоши, которые имеют современное жилье, которые стараются вести современный образ жизни. Это характеризует казахстанский средний класс».

Эксперт 2 (социолог-практик): «Качественное питание, внимание к своему здоровью, вложение денег в образование детей, качественный досуг и отпуск»

Эксперт 4 (профессор политологии): «Стиль потребления разнообразный, так как средний класс Казахстана неоднородный».

Самая крупная покупка, планируемая в ближайшие двенадцать месяцев, характеризует не только уровень благосостояния, но и стиль потребления, а также направленность экономических стратегий в различных слоях среднего класса. По результатам проведенного исследования 21% и 19,5% от общего числа респондентов указали, что в ближайшие двенадцать месяцев планируют потратиться на ремонт квартиры и туристическую поездку.

**Таблица 1** – Планируемая крупная покупка/трата

Какую самую крупную покупку/трату Вы планируете сделать в ближайшие 12 месяцев?	Верхний средний слой	1 срединный слой	2 срединный слой	Нижний средний слой	Низший класс
Туристическая поездка	66,6	24	26,9	11,4	16,8
Ремонт квартиры		28	21,3	20,9	23,4
Мебель		4	10,3	11,4	9,1
Крупная бытовая техника		8	4,1	4,8	
Траты на образование			7,1	4,3	9,1
Автомобиль/мотоцикл	16,7	4	6,6	7,3	6,5
Компьютер и периферийные устройства				0,5	3,9
Мобильный телефон/смартфон/ КПК			0,5	4,8	5,2
Аудио- видеотехника			1,5	1,7	1,3
Квартира/загородный дом/дача	16,7	20	3,5	2,4	5,2
Траты на медицину			3,5	7,8	2,6
Картины/антиквариат/золото в слитках		4	0,5		
Загрудняюсь ответить		8	14,2	22,1	16,9
Другое				0,6	
ВСЕГО	100	100	100	100	100

Как видно из таблицы 1, в верхнем слое среднего класса большинство его представителей планирует потратиться на туристическую поездку (66,6%) в ближайший год, по 16,7% ре-

спондентов планируют покупку автомобиля и второй квартиры (загородного дома). В первом срединном слое к туристической поездке (24%), приобретению квартиры или загородного дома

(20%) присоединяются затраты на ремонт квартиры (28%). Аналогично первому срединному слою популярными остаются туристическая поездка (26,9%), ремонт квартиры (21,3%). Следует отметить факт, что планы потратиться на образование появляются только во втором срединном слое – 7,1%, также, как и затраты на медицинские услуги – 3,5%.

20,9% представителей нижнего слоя среднего класса планируют ремонт квартиры, по 11,4% планируют потратиться на туристическую поездку и мебель, траты на образование имеются в планах только у 4,3% респондентов. В низшем классе 23,4% респондентов планируют ремонт квартиры, у 16,8% респондентов в планах потратиться на туристическую поездку, 9,1% респондентов запланировали траты на образование. Среди представителей слоя статусных рассогласований большинство респондентов (46,2%) планируют потратиться на ремонт жилья, 15,4%

респондентов планируют приобретение автомобиля. Следовательно, траты на ремонт, образование и медицинские услуги являются исчезающим признаком среднего класса от нижнего среднего слоя к верхнему среднему. В то время такие траты, как туристическая поездка и приобретение квартиры, становятся более популярными.

Еще одним важным компонентом, характеризующим стиль жизни казахстанского среднего класса, является проведение качественного досуга и отпуска. По результатам исследования, 40,4% от общего числа респондентов указали, что провели отпуск дома, в своем городе и 11,9% респондентов не отдыхали за последний год. А более 50% респондентов не имели возможности для качественного отдыха во время трудового отпуска, 8,2% респондентов провели свой отпуск на курортах, ориентированных на туристов из СНГ.

**Таблица 2** – Распределение ответов на вопрос «Где вы провели свой прошлый отпуск?»

Где вы провели свой прошлый отпуск?	Верхний средний слой	1 срединный слой	2 срединный слой	Нижний средний слой	Низший класс
Дома, в своем городе	16,7	20	30,5	52,1	55,8
Не отдыхал за последние 12 месяцев		16	17,3	8,4	7,8
В Турции, Египте, Болгарии, Хорватии, на Кипре, в Греции и т.п.		24	13,7	1,8	5,3
Дикарем, в частном секторе на одном из казахстанских курортов		4	2	0,6	
В доме отдыха, пансионате на одном из казахстанских курортов	16,7	12	3	2,9	5,1
В доме отдыха, санатории недалеко от своего города			2,5	2,4	1,3
В Западной Европе (Англия, Франция, Италия, Испания, Португалия и т.п.)	16,7	8	4,1		2,6
В Юго-Восточной Азии (Таиланд, Бали, Индия и т.п.)	33,2	4	6,1	1,2	
В доме отдыха, пансионате на Иссык-Куле (Кыргызстан).		8	6,6	3,6	7,8
На арендованной даче, коттедже			1,5	1,2	2,6
На собственной даче			4,1	4,8	3,9
Затрудняюсь ответить		4	8,1	18,6	7,8
Другое	16,7		0,5	1,8	
ВСЕГО	100	100	100	100	100

Количество тех, кто провел свой отпуск дома, линейно возрастает от первого срединного слоя к нижнему среднему слою, что наглядно

демонстрирует различия и постепенные изменения в стилях жизни различных слоев, так и то, что инновационные практики распространяются

в том же направлении от верхнего слоя и первого срединного слоя к нижнему.

В верхнем среднем слое 33,2% респондентов отдыхали в Юго-Восточной Азии, по 16,7% респондентов отдыхали в доме отдыха, пансионате на одном из казахстанских курортов; в Западной Европе или дома, в своем городе. Чаще всего представители первого срединного слоя в качестве мест отдыха выбирают курорты Турции, Египта, Болгарии и т.д. (24%), 20% респондентов провели свой отпуск дома, 16% не отдыхали за последний год, 12% респондентов отдыхали в доме отдыха, пансионате на одном из казахстанских курортов.

Большинство представителей второго срединного слоя среднего класса (47,8%) провели свой отпуск дома, в своем городе либо вообще не отдыхали за последние двенадцать месяцев. Нижний слой среднего класса 52,1% отдыхали дома в своем городе, 8,4% вообще не отдыхали, что опять-таки составляет большинство. В низшем классе 55,8% респондентов провели свой отпуск дома, 7,8% респондентов совсем не отдыхали за последний год. Среди представителей слоя статусных рассогласований 38,5% провели свой отпуск дома, в своем городе, 15,4% провели свой отпуск на курортах в Турции, Египте, Болгарии и др. странах.

Итак, можно сказать, что проведение отпуска в Западной Европе, Юго-Восточной Азии или на одном из казахстанских курортов, которые набирают популярность в последнее время, как и вообще сам факт отдыха и его проведения вне дома, является инновационной практикой, медленно распространяющейся по слоям среднего класса.

Специфика моделей досуговой активности также во многом характеризует избираемый

образ жизни, который, в свою очередь, наряду с уровнем образования и материальной обеспеченности оказывается одним из главных характеристик среднего класса.

Н.М. Давыдовой была проведена типологизация форм досуговой активности, в основе которой лежало деление на домашнюю и внедомашнюю деятельность [4]. Она выделяет «простой» тип досуговой активности – самые распространенные и не требующие дополнительных затрат домашние формы проведения свободного времени, при отсутствии любой социальной деятельности вне дома и любых попыток как-то разнообразить свой досуг внутри дома. «Традиционный» тип досуга – с добавлением тех или иных увлечений, хотя оба типа досуга одинаково ограничены «домашней нацеленностью» проведения свободного времени.

Активный досуг начинается только при условии расширения спектра досуговых предпочтений за счет внедомашних видов культурной, развлекательной, рекреационной, общественной или иной деятельности. Любая другая социальная активность вне дома требует заметных дополнительных затрат (как материального, так и интеллектуального плана). Однако именно это и придает социальной жизни людей наибольшую полноту. Очевидно, различия досуговой активности во многом определяются особенностями материального положения представителей разных слоев населения, но также можно отметить, что обыденный способ проведения свободного времени является лишь отражением весьма скромных интеллектуальных запросов. Поэтому «активный» внедомашний тип досуга наиболее богат, разнообразен и социально привлекателен.

**Таблица 3** – Досуговая практика

Как Вы проводите свой досуг?	Верхний средний слой	1 срединный слой	2 срединный слой	Нижний средний слой	Низший класс
Хожу в кино	50	20	43,6	26,9	23,3
Хожу в театр, на балет, в оперу	33,3	20	10,6	13,2	18,1
Хожу в музей, на выставку и т.Д.			8,1	1,7	6,5
Занимаюсь спортом	66,6	28	35	35,9	20,7
Хожу в кафе/рестораны	50	56	35,5	25,1	19,5
Читаю	33,3	16	30,4	38,3	40,3
Слушаю музыку		20	15,7	22,1	15,6
Уезжаю на природу	33,3	20	36,5	31,7	11,6
Смотрю кинофильмы, телепередачи		32	38,1	44,9	48,1
Другое					2,5

Результаты исследования показывают, что в верхнем среднем слое самым популярным способом проведения досуга является занятия спортом (66,6%), походы в кино и походы в кафе и рестораны – 50%, наименее популярными являются походы в театр, чтение книг, поездки на природу (33,3%). В первом срединном слое предпочтение отдается походам в кафе и рестораны (56%) со значительным отрывом от всех других способов проведения досуга (таблица 3).

По мере спуска вниз по социальной лестнице возрастает вероятность полного отсутствия содержательного досуга. Это подтверждает тот факт, что количество способов простого домашнего проведения досуга (просмотр кинофильмов и телепередач) линейно возрастает от верхнего слоя к низшему классу. Если в нижнем среднем слое 44,9% респондентов предпочитают смотреть кинофильмы и телепередачи, то в низшем классе уже 48,1% респондентов. Также это демонстрирует идею об инновационном распространении практик в среднем классе от верхнего слоя к нижнему среднему слою, затем и к низшему классу. Кроме этого, в нижнем среднем слое 38,3% респондентов предпочитают чтение, занятия спортом – 35,9%, поездки на природу – 31,7%, посещение театра и балета – 13,2%.

В низшем классе, кроме просмотра телевизора (48,1%), также популярностью пользуется чтение (40,3%), как правило, простые типы досуговой активности. Представители данного слоя ограничиваются традиционным домашним отдыхом в свободное время, не требующим материальных и временных затрат. Представители низшего класса, если и покидают стены дома, то опять же для традиционных встреч с друзьями или походов в кино. Среди самых нераспространенных для данного слоя практик проведения досуга оказались посещение музеев и выставок – 6,5%. В качестве альтернативных способов проведения досуга отмечают посещение мечети – 2,5%.

Представители слоя статусных рассогласований покидают стены дома, в основном, для посещения кинотеатров – 69,5%, или для занятия спортом – 46,2%. В целом, представители данного слоя также остаются приверженцами традиционного домашнего досуга просмотра телепередач – 61,5%.

Необходимо отметить, что качественный внедомашний досуг и возможность себе его позволить действительно добавляют очень важную и специфическую черту в портрет современного

казахстанского среднего класса. В то же время иметь много свободного времени и достойно его проводить не всегда получается даже у представителей верхних слоев среднего класса. Количество свободного времени у многих представителей среднего класса сокращается в связи с повышением профессиональной нагрузки. Это только повышает его ценность и влияет на стремление среднего класса сделать свой досуг как можно содержательнее. Они готовы тратить имеющиеся средства на то, чтобы иметь полноценный отдых [4, с.15].

Тем самым, те слои среднего класса, которые используют только простые или традиционные формы заполнения свободного времени, остаются не в состоянии проявлять активное социальное и культурное участие вне дома, являющееся признаком полноценности и разносторонности досуга, важным условием высокого качества жизни. Именно последнее условие характеризует положение и устремления среднего класса в любой развитой стране мира. Все это позволяет сделать вывод, что в отношении моделей досугового поведения также можно говорить о формировании в среднем классе специфических норм, отличающих его представителей от других групп населения. Причем в отношении этих норм между представителями различных групп внутри самого среднего класса больше сходства, чем различий, хотя и различия выражены довольно ярко.

По мнению французского исследователя Ж. Дамона, в высокоразвитых странах в послевоенный период автомобиль был ярким символом социального статуса и образования среднего класса в целом. Но сейчас он из предмета роскоши превратился в затратную необходимость для людей, не имеющих доступа к общественному транспорту. Напротив, в странах же, находящихся на пути своего развития, автомобиль является символом появления и расширения средних классов. Так как такие страны являются огромным неосвоенным рынком, наличие автомобиля является признаком высокого социального статуса.

Казахстанский средний класс характеризуется определенным стилем жизни и ценностями, которые служат основой для выполнения приписываемых ему функций. Траты на ремонт, образование и медицинские услуги являются исчезающим признаком среднего класса от нижнего среднего слоя к верхнему среднему. В то время как расходы на туристическую поездку и

приобретение квартиры становятся более распространенными практиками, внедряющимися от верхнего среднего слоя и первого срединного слоя вниз. Точно такое же заключение можно сделать в отношении отдыха во время трудового отпуска.

Различные туристические направления, и что более важно вообще сам факт отдыха и его проведения вне дома являются инновационной практикой стремления сделать свой досуг и от-

пуск как можно содержательнее медленно расширяющейся по слоям среднего класса.

Качественный внедомашний досуг и возможность себе его позволить являются неотъемлемой специфической чертой в портрете среднего класса. В слоях казахстанского среднего класса преобладает «простой» тип досуговой активности – домашние формы проведения свободного времени, либо традиционные встречи с друзьями.

#### Литература

- 1 Бурханова Д.К. Средний класс и критерии его определения // Международный форум молодых ученых стран СНГ «Молодежь в науке – 2012»: сборник статей в 3-х частях. Часть I. – Алматы: «Санат», 2012. – С. 32-35.
- 2 Аналитический доклад Института социологии Российской академии наук «Городской средний класс в современной России». – М., 2006. Доступен по адресу: [http://www.isras.ru/analytical\\_report\\_MiddleClass\\_1.html?&printmode](http://www.isras.ru/analytical_report_MiddleClass_1.html?&printmode)
- 3 Дилигенский Г.Г. Люди среднего класса. – М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2002. – 285 с.
- 4 Давыдова Н.М. Досуговые предпочтения населения в пореформенной России // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии / под ред. М.К. Горшкова и Н.Е. Тихоновой. – М.: Наука, 2004. – 280 с.
- 5 Goux D., Maurin E. Les nouvelles classes moyennes. – Paris : ed. du Seuil et la République des idées, 2012. – 121 p.
- 6 Кризисный социум. Наше общество в трех измерениях / в авторской ред. Лапина Н.И., Беляевой Л.А. – М.: ИФ РАН, 1994. – 245 с.
- 7 Gimbert V., Rohmer A. Les classes moyennes en quête de définition // Inégalités – 2009, february 17 // <http://www.inegalites.fr/spip.php?article727#nb9>

#### References

- 1 Burkhanova D.K. Sredniy klass i kriterii ego opredelenia // Mezhdunarodniy forum molodih uchenih stran SNG «Molodezh v nauke – 2012»: sbornik statei v 3-h chastyah. – Almaty: Sanat, 2012. – Ch.1. – S.32-35
- 2 Analyticheskiy doklad Instituta sociologii Rossiyskoi akademii nauk «Gorodskoi sredniy klass v sovremennoi Rossii» M., 2006. Dostupen: [http://www.isras.ru/analytical\\_report\\_MiddleClass\\_1.html?&printmode](http://www.isras.ru/analytical_report_MiddleClass_1.html?&printmode)
- 3 Diligenskiy G.G. Ludi srednego klassa. – M.: Institut Fonda «Obshestvennoe mnenie», 2002. – 135 p.
- 4 Davidova N.M. Dosugovie predpochtenia naselenia v poreformennoi Rossii// Izmenyaushaysya Rossia v zerkale sotsiologii / pod red. M.K. Gorshkova i N.E. Tikhonovoi. – M.: Nauka, 2004. – 280 p.
- 5 Goux D., Maurin E. Les nouvelles classes moyennes. – Paris : ed. du Seuil et la République des idées, 2012. – 121 p.
- 6 Krizisniy socium. Nashe obshestvo v treh izmereniah / v avt. Red. Lapina N.I., Belyaevoi L.A. – M.: IF RAN, 1994. – 245 p.
- 7 Gimbert V., Rohmer A. Les classes moyennes en quête de définition // Inégalités – 2009, february 17 // <http://www.inegalites.fr/spip.php?article727#nb9>