

# СОЦИАЛЬНОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

DOI: 10.15838/esc.2025.6.102.8

УДК 316.44, ББК 60.52

© Коленникова Н.Д.

## Субъективный социальный статус россиян: взаимосвязь с имущественными характеристиками



Нина Дмитриевна  
**КОЛЕННИКОВА**

Институт социологии ФНИСЦ РАН

Москва, Российская Федерация

e-mail: kolennikova-nina@mail.ru

ORCID: 0000-0001-9458-8762; ResearcherID: H-1391-2017

**Аннотация.** В статье анализируется взаимосвязь субъективного статуса с уровнем потребления и объемом имущества в современном российском обществе. Показано, что ключевые различия как в доходах (материальной базе потребления), так и непосредственно в наборах товаров длительного пользования, объеме имущества и финансовом поведении формируются преимущественно по линии между идентифицирующими свои статусные позиции как низкие, составляющими меньшинство российского населения (14,5%), и большинством, объединяющим субъективные средние слои, а также тех, кто оценивает свой статус как высокий (85,5%). Анализ перечня товаров длительного пользования и разных видов имущества позволил выделить те из них, которые стали общепринятым стандартом для населения, а также те, которые за последние два десятилетия утратили свою дифференциирующую силу. К сравнительно новым «маркерам» субъективного статуса отнесены товары и имущество, связанные с обеспечением домашнего комфорта (например кондиционеры и посудомоечные машины), мобильности (иностранные автомобили) и цифровой включенности (компьютеры и высокоскоростной доступ в интернет). Еще ярче различия проявляются в зависимости от новизны отдельных видов товаров длительного пользования и имущества у владельцев из разных статусных групп. Определены различия между статусными группами с позиции финансового поведения их членов: от распространенных потребительских кредитов на текущие нужды в группе с низкими оценками субъективного статуса до инвестиционного использования ресурсов в группе с высокими его оценками, в то

---

**Для цитирования:** Коленникова Н.Д. (2025). Субъективный социальный статус россиян: взаимосвязь с имущественными характеристиками // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 18. № 6. С. 175–193. DOI: 10.15838/esc.2025.6.102.8

**For citation:** Kolennikova N.D. (2025). Subjective social status of Russians: Relationship with property characteristics. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 18(6), 175–193. DOI: 10.15838/esc.2025.6.102.8

время как те, кто оценивает свой статус как средний, придерживаются гибридной модели. Продемонстрирована низкая дифференцирующая сила жилищных условий в контексте субъективного статуса, хотя владение второй квартирой чаще встречается у представителей субъективных «средних слоев» и в группе россиян с высокими субъективными статусами, а проживание не в собственном жилье или в стесненных условиях чаще сопутствует низким самооценкам статуса.

**Ключевые слова:** субъективный статус, статусные группы, имущественные характеристики, уровень потребления, субъективная стратификация, социальное неравенство.

### **Субъективная стратификация и потребление: современное состояние исследований**

Исследование взаимосвязи между субъективной стратификацией и уровнем потребления имеет глубокие теоретические основания и богатую эмпирическую традицию. Хотя понятие субъективного статуса в науке было введено и операционализировано в 1950–1970-е гг., предпосылки к его изучению, в том числе в части его взаимосвязи с уровнем имущественной обеспеченности и особенностями потребления, появились в середине XIX века в работах К. Маркса и Ф. Энгельса, указавших на особую роль потребления и доступа к определенным благам в капиталистическом обществе, имеющим в нем высокую символическую важность и становящимся механизмом социальной идентификации<sup>1</sup>.

Дальнейшее развитие идея взаимосвязи социального статуса и потребления получила в трудах Т. Веблена и М. Вебера. В знаменитой работе Т. Веблена «Теория праздного класса» детально описана связь между социальным статусом и потреблением и введено в научный оборот понятие демонстративного потребления (Веблен, 1984). В ней также показано, что в условиях нарастающей социальной мобильности имущество и потребление становятся главными инструментами для демонстрации и подтверждения своего социального положения. В свою очередь М. Вебер еще подробнее раскрыл суть взаимосвязи между социальным статусом и потреблением в рамках предложенного им многомерного подхода к социальной стратификации, показав через концепцию статусных групп (одного из стратификационных измерений) наряду с экономическим классом и политической

партией), что потребление не сводится только к демонстрации богатства, а является неотъемлемым элементом стиля жизни, который задает границы между статусными группами, основанными на социальном престиже (Вебер, 2016). Дальнейшее развитие тема получила в работах П. Бурдье, который связал стили потребления и культурный капитал с воспроизводством классовых различий (Bourdieu, 1979). На значимость культурных и потребительских практик как элементов структурной дифференциации указывал также Д. Голдторп в исследований классовой мобильности (Goldthorpe, 1980).

Однако в указанных классических работах во многом шла речь все же о связи объективного статуса с объемом имущества и потребительскими практиками, а значение субъективного статуса резко возросло, как показывают современные исследования, именно с переходом развитых обществ к постиндустриальному этапу развития, для которого характерна глубокая трансформация структуры занятости, сопровождающаяся ростом роли знаний и технологий, а также изменением ценностей и моделей потребления (Белл, 1999; Кастьельс, 2000). Кроме того, возможности для социальной мобильности в новых условиях постепенно сужаются, а институциональные возможности ограничиваются.

В этом смысле современные исследования концентрируются не только на расширении, сколько на углублении трактовок взаимосвязи между уровнем потребления и самооценкой собственного статуса, конструкция которого многомерна и очень сложна. Это, в частности, ярко демонстрировалось в экспериментах Л. Фестингера, по итогам которых для какой-либо самооценки индивида значимым оказалось сравнение своих способностей, конкрет-

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. (2023). Манифест Коммунистической партии. Москва: Азбука. 384 с.

ных результатов или мнений с теми, которые свойственны или распространены среди представителей референтной для индивида группы (Festinger, 1954).

Современные исследования взаимосвязи субъективного статуса и потребления корреспондируют с этим положением и показывают, к примеру, что низкий субъективный статус, независимо от реального дохода, коррелирует с так называемым «компенсаторным потреблением» (Walasek, Brown, 2016). То есть в контексте социального сравнения уровень потребления и обеспеченности имуществом становится не только инструментом сигнализирования о своем положении, но и реальным социальным маркером, на который может ориентироваться индивид, субъективно стремящийся к тем или иным оценкам собственного статуса. Проведенные в рамках масштабного исследования Whitehall II<sup>2</sup> работы показали, что низкий относительный доход и ограниченные потребительские возможности устойчиво коррелируют с низким субъективным статусом и ухудшением показателей здоровья даже при удовлетворении базовых потребностей. При этом субъективный социальный статус отражает когнитивное усреднение стандартных показателей социально-экономического положения и практически не зависит от психологических предубеждений. В связи с этим исследователи пытаются учитывать факторы влияния не только той социально-экономической среды, в которой находится уже взрослый индивид, но и его прошлый социально-экономический опыт, в том числе детский. Так, исследования показывают, что субъективный социальный статус во взрослом возрасте является результатом сложного процесса развития, связанного с приобретением социально-экономического самовосприятия, которое является неотъемлемой частью субъективного социального статуса и включает в себя текущий и прошлый опыт, а также индивидуальный и семейный опыт (Ferreira et al., 2018; Lindberg et al., 2021; Varghese et al., 2021).

В российском контексте, характеризующемся высоким уровнем социально-экономического неравенства и наследием трансформационного периода, взаимосвязь между субъективным статусом и потреблением приобретает особую остроту. Работы отечественных исследователей на этом фоне концентрируются как на стилевых особенностях потребления и его роли для формирования социальной идентичности, которые находятся за рамками этой статьи, так и на том, как в постсоветской России потребление из удовлетворения базовых потребностей превратилось в важнейший механизм социальной дифференциации. В частности, анализируется, как новые потребительские рынки создали основу для формирования «нового среднего класса», для которого определенный набор благ стал не просто атрибутом комфорта, а элементом групповой идентичности и подтверждением социального успеха. Наряду с этим обозначается важная теоретическая предпосылка о том, что потребительские практики не просто отражают, но и активно формируют российскую социальную структуру, а различия в доступе к благам и услугам становятся видимыми границами между социальными группами (Радаев, 2005; Радаев, 2025).

Результаты российских стратификационных исследований, которые сосредоточены во многом на потреблении и имущественной обеспеченности как критериях принадлежности к среднему классу (группе, создающей запрос на более высокий стандарт жизни (Овчарова, Попова, 2013), также показывают, что для россиян оценка своего места в обществе тесно связана с возможностью поддерживать стандарт потребления, воспринимаемый как «нормальный»<sup>3</sup> (Пишняк и др., 2020). Соответственно, неспособность позволить себе этот стандартный набор может вести к снижению субъективного статуса.

Наряду с этим на взаимосвязи субъективного статуса и потребления сказываются особенности российской модели развития, основанной на срашенностии властных отношений с

<sup>2</sup> Исследование государственных служащих Лондона, для замера субъективного статуса использовалась 10-балльная самооценочная шкала.

<sup>3</sup> Средний класс в современной России. Опыт много летних исследований (2016) / под ред. М.К. Горшкова, Н.Е. Тихоновой. Москва: Весь МИР. 368 с.

отношениями собственности (Шкарата, 2004). Например, даже при равных доходах занижать самооценку статуса может неформальная занятость (Зудина, 2013). На фоне этих особенностей и сложившейся многомерности социальной системы не каждый товар, услуга или иное имущество воспринимаются россиянами как показатели достижения, повышая тем самым субъективную оценку собственного статуса или понижая ее при отсутствии такового.

Примечательно в этом отношении развитие ситуации в России с отдельными видами имущества и товарами длительного пользования, к примеру с автомобилями, которые постепенно для массовых слоев превратились из предмета роскоши в средство передвижения, но их наличие не перестало сказываться на субъективных ощущениях россиян (Кононенко, 2011). Отличается неоднозначностью в России и ситуация с жильем, значительная часть которого наследуется, а не приобретается за счет собственных усилий (Zavisca et al., 2021), хотя основным инструментом улучшения жилищных условий для россиян в настоящее время является покупка жилья, доступная далеко не каждому (Коленникова, 2024a). Таким образом, в качестве гипотезы можно высказать предположение о том, что даже при доступе к благам, важным для субъективной оценки статуса, важно не только и не столько их наличие, сколько их качество и, вероятно, даже их происхождение и легитимность.

Вследствие этого в порядке развития дискуссии о меняющейся дифференцирующей силе потребления и имущества для самоопределения позиции индивида в условиях широкого потребительского выбора, отчасти продемонстрированной на данных крайней волны РМЭЗ НИУ ВШЭ, целью данного исследования стал анализ взаимосвязи субъективных оценок россиян с уровнем их потребления и набором имущественных характеристик, в том числе с учетом доступных параметров их качества. В частности, мы сосредоточимся, во-первых, на особенностях дифференциации россиян по их самооценкам статуса, то есть в фокусе исследования окажется именно субъективный социальный статус, операционализируемый через оценки индивидом

своего положения по шкале уважения. Объективный социальный статус, как правило, замеряется через комплекс конкретных показателей по наиболее значимым в обществе статусным шкалам (см. например: Коленникова, 2019), остается за рамками данного исследования. Во-вторых, мы обратимся к анализу доходов (как материальной базы потребления) и ключевых статей расходов в контексте их распределения в рамках групп с разными самооценками социального статуса, в-третьих, проведем оценку динамики уровня потребления и имущественных характеристик, а также проанализируем их дифференцирующую силу применительно к группам людей с разными самооценками социального статуса. В качестве эмпирической базы используются данные 33-й волны ( $N = 12000$ ) Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ)<sup>4</sup>. Для иллюстрации динамики использовались также массивы РМЭЗ более ранних периодов с похожим объемом выборки.

#### **Особенности выделения статусных групп и динамика их численности**

Субъективный статус является научным конструктом и вбирает в себя множество по-разному измеряемых эмпирических индикаторов. В связи с этим вопрос о его операционизации в каждом конкретном исследовании заслуживает отдельного внимания. В данном исследовании понятие субъективного статуса операционализировалось через вопрос об определении своего места по шкале уважения<sup>5</sup>. Такая методология использована исходя из предпосылки прежде всего о статусе (объединяющем как коллективный престиж, так и индивидуальное уважение) как отдельном стратификационном измерении (Weber, 1978), а также

<sup>4</sup> Сайты обследования RLMS-HSE: <https://rlms-hse.cpc.unc.edu> и <http://www.hse.ru/rlms> (дата обращения 20.07.2025).

<sup>5</sup> Данная одномерная 10-ступенчатая шкала часто используется исследователями субъективного социального статуса применительно к конкретному обществу (при межстрановом анализе одномерные шкалы могут быть не инвариантны) и считается одной из наиболее надежных и валидных. Отчасти это проверяется и показывается в недавних методических научных работах, см. например (Raudenská, 2024).

с учетом общепринятой традиции измерения субъективного статуса посредством комплексной шкалы<sup>6</sup>, которая не сводится, к примеру, только к отражению финансового положения, как в случае с самооценками места по шкале «богатые – бедные». При этом для обозначения границ статусных групп учитывались взаимосвязи самооценок своего положения по шкале уважения с самооценками экономического и властного статусов<sup>7</sup>.

Как видно из таблицы 1, положение по шкале уважения тем выше оценивается человеком, чем выше его самоощущения собственных экономического и властного статусов и, соответственно, наоборот. Однако этот принцип соблюдается не жестко и в сравнении, например, с экономическим и властным статусом (средние и медианные показатели по ним совпадали и были равны 4 баллам). Положение по шкале уважения чаще оценивается россиянами как более высокое (соответствующие показатели составляли уже по 6 баллов). Таким образом, если показатель в 4 балла для самооценок экономического и властного статуса обозначает нижнюю границу субъективных средних слоев, то в случае со статусом по уважению это скорее верхняя граница субъективных низов. Это заметно также из картины общего распределения показателей по данному статусу, когда позиции с первой по четвертую выбирает меньшинство, а значит они не типичны для массовых слоев российского населения. Кроме того, среди тех, кто оценил свой статус по уважению с первой по четвертую ступень, свыше 90% аналогичным образом воспринимали свои экономический и властный статусы (хотя в среднем по стране с 1-й по 4-ю ступень эти статусы оценивает около 60% населения).

С учетом обозначенных теоретических, методических и эмпирических предпосылок нами были выделены три статусные группы, значимо различающиеся самооценками своего статуса по шкале уважения и условно обозначенные как группа с низкими статусными позициями (14,0% выбравших в качестве самооценки статуса с 1-й по 4-ю ступени), со средними статусными позициями (60,3% выбравших с 5-й по 7-ю ступени) и, соответственно, высокими<sup>8</sup> (25,7% выбравших с 8-й по 9-ю ступени).

Рассмотрим подробнее динамику их численности и некоторые социально-демографические особенности, а затем перейдем непосредственно к доходам, специфике потребления в этих статусных группах и их имущественным характеристикам.

Итак, если обратиться к динамике трансформации субъективной стратификации российского общества 1994–2024 гг., то в первую очередь обращает на себя внимание изменение численности группы с низкими статусными позициями, которая практически вдвое сократилась в период с 1994 по 2004 год (рис. 1). Это происходило на фоне интенсивных трансформаций в российской социальной структуре и пока еще открытых каналах социальной мобильности. В следующее десятилетие (2004–2014 гг.) по мере позитивных экономических сдвигов тенденция сокращения доли группы продолжилась. Однако с 2014 по 2024 год произошел небольшой откат и ее численность выросла, хотя и не превышает пока уровня 2004 года. Отчасти это может свидетельствовать о реакции на стабилизацию сложившейся по итогам трансформационного периода модели социальной структуры (Тихонова, 2021а; Тихонова, 2021б).

<sup>6</sup> См. например: MacArthur Scale of Subjective Social Status – Adult Version // Stanford University. URL: <https://sparqtools.org/mobility-measure/macarthur-scale-of-subjective-social-status-adult-version/> (дата обращения 08.08.2025).

<sup>7</sup> Для этого была проведена статистическая проверка указанных взаимосвязей. Коэффициент корреляции Спирмена между самооценками по шкале уважения и экономическим статусом составил 0,351; властным статусом – 0,417. Коэффициенты значимы на уровне 0,01 (двухсторонние).

<sup>8</sup> Названия групп условны и даны исключительно в контексте операционализации рассматриваемых эмпирических данных. Термин «статусные группы» используется как синоним понятия «группы с разным субъективным статусом» и только отчасти отражает классическую формулировку «статусных групп» по М. Веберу.

Таблица 1. Взаимосвязь оценок субъективного статуса по шкале уважения  
с самооценками материального и властного статусов\*, 2024 г., %

Формулировка вопроса	Варианты ответа	Еще одна лестница из 9 ступеней, где на нижней ступени находятся люди, которых совсем не уважают, а на высшей – те, кого очень уважают. На какой из девяти ступеней находитесь сегодня Вы лично?							В среднем по массиву	
		НИЗШАЯ СТУПЕНЬ	2	3	4	5	6	7	8	
Представьте себе лестницу из 9 ступеней, где на нижней, первой ступени, стоит нищие, а на высшей, девятой – богатые. На какой из девяти ступеней находитесь сегодня Вы лично?	НИЗШАЯ СТУПЕНЬ	76,5	20,0	7,9	3,8	1,6	1,4	1,1	1,7	1,8
	2	8,8	57,3	29	18,2	8,5	6,4	5,2	4,1	4,5
	3	5,9	12,7	44,7	31,7	22,8	19,6	16,1	13,8	10,3
	4	8,8	5,5	13,4	38,6	23,9	32,9	25,8	19,9	19,1
	5	-	2,7	3,7	6,6	39,5	21,9	26,6	25,4	28,3
	6	-	0,9	1,0	1,2	3	15,9	14,6	17,9	16,6
	7	-	-	0,2	-	0,7	1,8	9,9	11,4	13,4
	8	-	0,9	-	-	0,1	0,1	0,8	5,6	3,8
	ВыСШАЯ СТУПЕНЬ	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,2
Представьте себе лестницу из 9 ступеней, где на нижней ступени стоят совсем бесправные, а на высшей – те, у кого большая власть. На какой из девяти ступеней находитесь сегодня Вы лично?	НИЗШАЯ СТУПЕНЬ	97,1	20,4	9,2	3,2	3,1	3,3	2,4	2,9	4,8
	2	2,9	67,6	26,4	20,9	11,3	9,3	6,2	4,7	3,6
	3	-	8,3	57,1	29,9	20,3	16	12,4	11,7	6,9
	4	-	1,9	4,7	41	20,4	24,1	18,9	14,6	14
	5	-	0,9	1,5	3,9	42,2	25,5	26	21,6	23,9
	6	-	0,9	0,5	0,5	2,1	19,9	18,3	18,4	12,9
	7	-	-	0,5	0,5	0,5	1,7	15	16,4	14
	8	-	-	-	0,2	-	0,2	0,8	9,2	11,8
	ВыСШАЯ СТУПЕНЬ	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,7
СТАТУСНЫЕ ГРУППЫ	Всего	0,4	1,1	4,2	8,8	21,7	18,0	22,0	16,2	7,6
										100

\* Чем темнее фон в ячейке таблицы, тем выше соответствующий показатель, и наоборот.  
Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Рис. 1. Динамика численности групп с разным субъективным статусом (статусных групп), 1994–2024 гг., %



Рассчитано по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Группа со средними статусными позициями на протяжении всего периода сохраняет статус наиболее многочисленной и устойчивой. Наибольшие колебания в ее численности произошли с 1994 по 2004 год, и с тех пор изменения были незначительными. Это подкрепляет тезисы о том, что именно условные «средние слои» составляют структурное ядро субъективной стратификации (Коленникова, 2024b). Важно отметить, что субъективные средние слои не стоит путать со средним классом, в том числе субъективным, поскольку для соответствия ему важна устойчивая идентичность с этой группой, которая, согласно данным имеющихся исследований, пока у россиян отсутствует (Тихонова, 2021a). Отдельного внимания заслуживает динамика численности группы с высокими статусными позициями. С одной стороны, с 1994 по 2014 год она существенно расширилась, с другой – в последующее десятилетие такой восходящей динамики уже не фиксировалось и даже наметилась слабая нисходящая тенденция. Сокращение

может быть связано с общей тенденцией «выравнивания» положения массовых слоев населения (Мареева, 2024), ростом социального неравенства<sup>9</sup> и, как следствие, отражением в субъективных оценках россиян сужения доступа к престижным позициям.

Таким образом, в динамике статусных групп в России фиксируется две тенденции: стабилизация группы со средними статусными позициями при колебаниях разной интенсивности в разные периоды долей условных низов и верхов. Это указывает на высокую зависимость крайних сегментов стратификационной пирамиды от социально-экономических трансформаций и институциональной среды. В этом контексте анализ уровня потребления и имущественных характеристик особенно интересен не только с точки зрения их дифференцирующей силы, но и в связи с тем, какие материальные возможности, а также конкретные наборы имущества формируют условия сегодняшней «нормальности» и как в последние два десятилетия менялась эта норма.

<sup>9</sup> Неравенство в России вернулось почти к «досанкционному» уровню // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/03/2025/67c96f139a794702ed62e69a> (дата обращения 08.08.2025).

Прежде чем перейти к этим вопросам, кратко охарактеризуем портреты представленных статусных групп для понимания роли ключевых факторов, которые сказываются, в том числе, на уровне потребления и имущественной обеспеченности их представителей.

Анализ динамики корреляций субъективного статуса с социально-демографическими характеристиками за 1994–2024 гг. показывает, что набор значимых факторов остается относительно стабильным, но их приоритет меняется (табл. 2). Наиболее устойчивы взаимосвязи субъективного статуса с уровнем образования и профессиональной принадлежностью – после снижения тесноты связей в 2000-е годы (на момент активного формирования новой структуры социальных позиций) она вновь усилилась к 2024 году. Это может указывать на постепенное восстановление ценности институционализированных признаков стратификационного положения, хотя определяющими для субъективного статуса они не являются, что, в целом, соответствует особенностям взаимосвязей субъективного и объективного.

Важно обратить внимание и на то, что в 2010-е годы заметно усилилась и сохраняется примерно на том же уровне взаимосвязь субъективного статуса с властным ресурсом (замеряемым через наличие подчиненных). Это может отражать восприятие управляемых позиций в качестве одного из ключевых и стабильных объективных критериев социального престижа. При этом взаимосвязь субъективного статуса с уровнем дохода демонстрирует

скачкообразную траекторию, что может отражать нестабильность экономического контекста, в условиях которого доход оказывается менее надежным маркером субъективной социальной позиции, чем образование, профессия и власть.

В целом указанная динамика взаимосвязей субъективного статуса с социально-демографическими характеристиками соответствует общеевропейской картине, где доход и образование также коррелируют с субъективным статусом (Lindemann, Saar, 2014). Главное же отличие российской динамики состоит в большей ее изменчивости на сравнительно недолгом временном промежутке. Это отражает как период бурных трансформаций российской социальной структуры и ее постепенной стабилизации, так и особенности эдакратической (или неодакратической) модели российского общества, в соответствии с которой символические и структурные ресурсы усиливают свою взаимосвязь с самоощущениями россиян относительно их положения по шкале уважения.

Указанные тенденции в динамике портретов групп с разным субъективным статусом позволяют предположить, что взаимосвязь субъективного статуса с имущественной обеспеченностью и потреблением в России имеет опосредованный характер: доход не имеет прямого влияния на статус, но сказывается на его восприятии через накопленные материальные ресурсы и формы потребления, служащие символическим подтверждением образования и профессии. Можно предположить, что в российском контексте имущественная обеспечен-

Таблица 2. Динамика взаимосвязей оценок субъективного статуса с различными социально-демографическими характеристиками, 2003–2023 гг., пункты

Характеристика	Коэффициент корреляции Спирмена с субъективным статусом (приведены по модулю)			
	1994	2004	2014	2024
Уровень образования	0,137	0,070	0,097	0,134
Профессиональная группа	0,110	0,097	0,120	0,133
Наличие подчиненных	0,097	0,078	0,131	0,129
Размер индивидуального дохода в месяц	0,050	0,089	0,140	0,108

Ранжировано по убыванию коэффициентов за 2024 г.  
Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

ность в большей степени будет взаимосвязана с восприятием статуса, чем доход. В сочетании с растущим значением образования и профессии это может указывать на «гибридную модель», когда самооценки собственного положения формируются на базе институциональных достижений, а потребление и имущество выступают в качестве подтверждающих, демонстративных практик или важной части статусной идентичности индивида. Рассмотрим эти вопросы подробнее.

### Доходы и расходы как маркеры субъективного статуса

Обратимся сначала к динамике абсолютных показателей индивидуального дохода, который для большинства россиян формируется из заработной платы по месту работы (в случае с работающими) и из социальных трансфертов (в случае с неработающими)<sup>10</sup>.

Наиболее примечательным в контексте рассмотрения дохода как первичной потребительской базы для разных статусных групп является разброс его значений между теми, кто харак-

теризует свой статус как низкий и, напротив, оценивает его как высокий. Несмотря на общую тенденцию значимого превышения средних и медианных доходов в группе с высокими самооценками собственного статуса в сравнении со среднероссийскими показателями и соответствующим отклонением значений дохода в меньшую сторону в группе с низкими самооценками статуса, разрыв этих показателей остается крайне небольшим и колеблется от 1,2 раза в 1994 году до 1,4 раза в 2024 году (*табл. 3*).

Это заметно и при рассмотрении динамики численности доходных групп, выделенных уже с позиции относительно подхода<sup>11</sup>. С 1994 по 2024 год наблюдается постепенное «сжатие» полюсов доходного распределения и концентрация большинства населения в «среднедоходной зоне», в том числе в контексте рассматриваемых статусных групп (*рис. 2*). Это позволяет предполагать однородность структуры потребления и снижение возможностей для демонстративного дистанцирования напрямую через доходы.

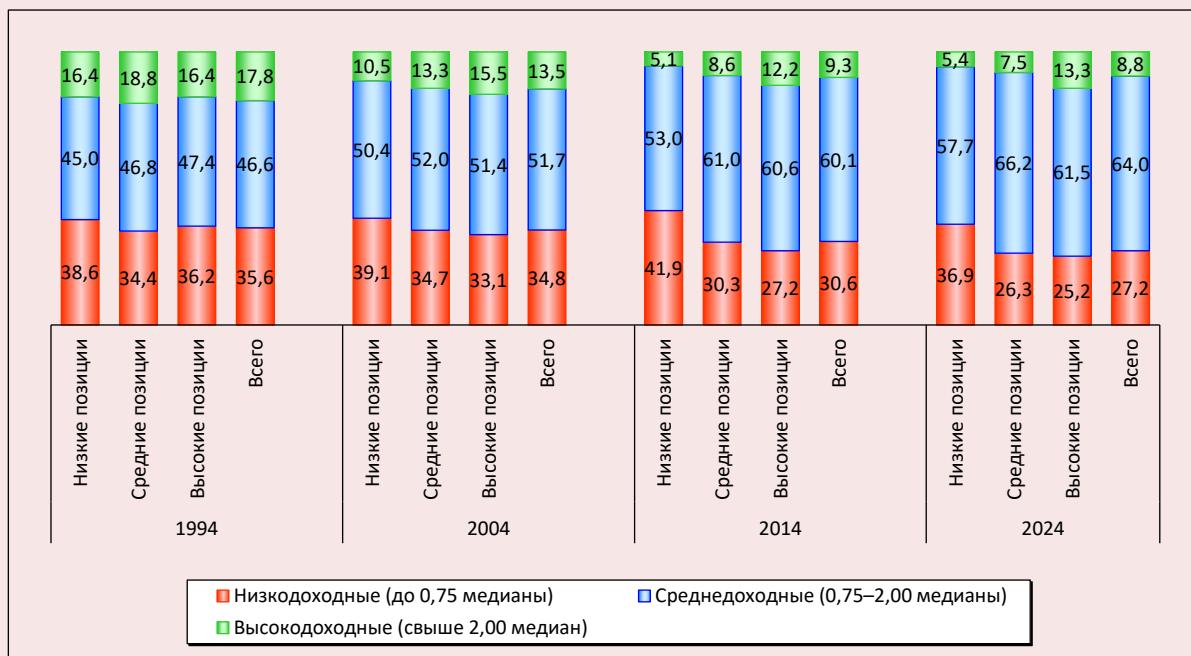
Таблица 3. Динамика среднего и медианного уровня индивидуальных доходов в группах с разными оценками субъективного статуса, 1994–2024 гг., руб.

Статусные позиции (субъективные оценки)	1994	2004	2014	2024
Индивидуальный доход (среднее)				
Низкие позиции	227193,0	4364,6	18597,3	40053,2
Средние позиции	276921,4	5316,3	21714,3	49740,1
Высокие позиции	268620,6	6088,5	26168,9	55169,9
<i>В среднем по массиву (справочно)</i>	<i>265620,9</i>	<i>5384,8</i>	<i>22651,6</i>	<i>50109,6</i>
Разрыв между группами с высокими и низкими позициями, раз	1,2	1,4	1,4	1,4
Индивидуальный доход (медиана)				
Низкие позиции	150000,0	3200,0	15000,0	35000,0
Средние позиции	190000,0	4000,0	18000,0	41000,0
Высокие позиции	180000,0	4100,0	20000,0	45000,0
<i>В среднем по массиву (справочно)</i>	<i>180000,0</i>	<i>4000,0</i>	<i>19000,0</i>	<i>40000,0</i>
Разрыв между группами с высокими и низкими позициями, раз	1,2	1,3	1,3	1,3
Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.				

<sup>10</sup> Росстат раскрыл структуру доходов беднейших и богатейших россиян // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/economics/12/01/2024/659eb1429a79470c7c9a19c0> (дата обращения 08.08.2025).

<sup>11</sup> Используется медианный доход как типичный стандарт жизни. В данной версии учитывалось региональное доходное неравенство, использовалась региональная медиана индивидуальных доходов для выделения трех доходных слоев.

Рис. 2. Динамика численности лиц из разных доходных слоев в зависимости от их субъективного статуса, 1994–2024 гг., %



Рассчитано по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Вместе с тем сохраняются как различия в доходах, так и различия в субъективном восприятии статуса в контексте дохода. Однако выражаются они прежде всего в разной вероятности для представителей каждой статусной группы попасть в категорию низкодоходных или удержаться в среднедоходной группе.

Таким образом, взаимосвязь субъективного статуса и уровня материальной обеспеченности в России становится более «плоской», хотя группа с низкими статусными позициями все еще сталкивается с повышенными рисками бедности, а оценивающие свой статус как высокий – со сравнительно частым доступом к зоне относительно высоких доходов.

Эти особенности раскрываются и в контексте финансового поведения представителей

разных статусных групп. Прежде всего это касается сберегательной активности – ее чаще проявляют группы с высоким субъективным статусом (24,2% против 19,6% в среднем по стране и 14,6% среди субъективных низов). Им же удавалось за последний месяц перед опросом «отложить» сравнительно большую сумму (26001 руб. против 23617 руб. в среднем по стране), нежели представителям субъективных низов (18123 руб.) и средних слоев (23507 руб.), хотя разрыв в суммах и в данном случае остается сравнительно небольшим. При этом кредитная нагрузка разных статусных групп значительно не различается, несмотря на то что представители группы с низким субъективным статусом немного чаще прибегают к кредитам и имеют невыплаченные кредиты<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> В течение последних 12 месяцев брали кредит 7,2% россиян (соответствующие доли составили: среди россиян с низким субъективным статусом – 8,5%, средним – 7,1%, высоким – 6,9%). На момент опроса имели невыплаченные кредиты 21,5% россиян (соответствующие доли составили: среди россиян с низким субъективным статусом – 21,5%, средним – 21,7%, высоким – 20,8%).

Однако разница заметна в виде кредитов, к которым обращаются представители разных статусных групп. К примеру, представители группы с низким субъективным статусом на фоне других групп сравнительно чаще прибегают к покупке конкретных товаров в кредит, вероятно, поддерживая текущий уровень потребления. Причем доля обращающихся к кредитам на покупку жилья среди них в разы ниже, чем среди представителей субъективных «средних слоев» и россиян с высокими оценками своего статуса (*табл. 4*). Наряду с этим в данной группе самый высокий процент кредитов на образование, хотя в целом этот вид кредита не популярен у россиян. Можно предположить, что такое отклонение является попыткой части состава этой группы инвестировать в будущее детей или свое собственное в надежде на позитивные изменения.

Россияне с высоким субъективным статусом на этом фоне демонстрируют инвестиционную модель использования кредита. Среди них высока доля кредитов на покупку жилья. Это не признак нехватки денег на жизнь, а свидетельство восприятия таких вложений как инструмента по наращиванию активов. Кроме того, в этой группе самый низкий процент имеющих потребительские кредиты без конкретной цели. Такая модель финансового поведения согласуется и со сравнительно высокой сберегательной активностью этой группы. Таким образом, потребление в ней прежде всего имеет цели, в том числе долгосрочные, и превращается в инструмент для улучшения своего благосостояния.

Наиболее массовая группа со средним субъективным статусом демонстрирует гибридную и наиболее активную модель финансового поведения. С одной стороны, у них есть возможность комбинирования стратегий по поддержанию текущего уровня жизни с более долгосрочными потребительскими целями. С другой стороны, в силу высокой кредитной активности на фоне других групп она создает довольно высокие финансовые риски.

Рассмотрим более детально некоторые статьи расходов россиян с разным субъективным статусом, углубляющие выводы о потребительских моделях и уровне потребительской активности разных статусных групп. В целом структура расходов, не характерных для большинства россиян, не очень разнообразна. Относительно распространены траты на поддержание текущего уровня жизни ( содержание домашних животных, покупка косметики и парфюмерии), а также вложения в детское образование, культурный досуг и платежи по кредитам и налогам. Слабо распространены расходы на лечение, ипотеку (вероятно, ввиду ее ограниченной доступности), образование взрослых (довольно тревожный сигнал в условиях постоянно меняющихся требований на рынке труда) и страховые взносы.

Все это свидетельствует о неравенстве уже не только и не столько по признаку дохода, сколько по наличию различных возможностей для накопления социального и культурного капиталов. То есть на фоне слабых различий между статусными группами по размеру их

Таблица 4. Распространенность кредитов по целям среди россиян  
с разным субъективным статусом\*, 2024 г., %

Вид кредита	Статусные позиции (субъективные оценки)			В среднем по массиву (справочно)
	Низкие позиции	Средние позиции	Высокие позиции	
Потребительский кредит в банке на любые цели	40,2	41,3	36,4	<b>40,0</b>
На покупку конкретного товара в магазине	32,5	22,9	28,6	<b>25,8</b>
На покупку автомобиля	17,9	23,6	21,4	<b>22,2</b>
Ипотечный кредит на покупку жилья, недвижимости	4,3	10,3	12,3	<b>9,7</b>
На оплату конкретной услуги в фирме	5,1	2,4	6,5	<b>3,8</b>
На оплату образования	2,6	1,4	1,3	<b>1,6</b>

\* Фоном выделены самые высокие показатели по строке.

Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

доходов используются они представителями групп по-разному, что отчасти определяется самооценкой их статуса, а отчасти формирует ее. Наиболее значимые различия фиксируются между совокупным большинством (группами со средним и высоким субъективным статусом) и меньшинством – оценивающими свой статус как низкий (*табл. 5*).

Таким образом, субъективная низкая позиция на «социальной лестнице» действительно сопряжена с трудностями в части соответствия общепринятой статусной норме и по доходам, и по вовлеченности в эффективные модели финансового поведения (позволяющие не только поддерживать текущий уровень жизни, но и приумножать свои нематериальные возмож-

ности), а также в потребительские практики, имеющие не только более разнообразные, но и более долгосрочные цели. При этом высокий субъективный статус совсем не является подтверждением «оторванности» и качественно иного уровня жизни, а скорее свидетельствует о большей уверенности (в сравнении с группой, чьи представители оценивают свой статус как средний) в своих возможностях не только в поддержании текущих потребностей, но и наращивании дополнительных активов. Рассмотрим, насколько эти закономерности, выявленные в отношении доходов, финансового поведения и расходов, согласуются с данными о различных потребительских активах<sup>13</sup> россиян с учетом их субъективного статуса.

**Таблица 5. Распространенность ежемесячных трат на товары и услуги среди россиян с разным субъективным статусом\*, 2024 г., %**

Статья расходов	Низкие позиции	Средние позиции	Высокие позиции	В среднем по массиву (справочно)
Содержание домашних животных	32,2	37,3	39,3	<b>37,0</b>
Косметика и парфюмерия	24,9	31,1	34,4	<b>31,0</b>
Содержание и оплата занятий детей в дошкольных учреждениях, школах, секциях, кружках, на оплату частных уроков, репетиторов, в том числе подарки педагогам	21,2	26,7	24,7	<b>25,5</b>
Билеты в театр, цирк, кино, на концерты, в парки культуры и другие развлекательные мероприятия	18,7	23,8	24,3	<b>23,2</b>
Погашение кредита, возврат ссуд	17,1	17,0	17,6	<b>17,2</b>
Налоги на недвижимость и транспорт, лицензии, пошлины за оформление документов (кроме налогов на доходы и землю)	11,0	16,8	15,3	<b>15,6</b>
Лечение, протезирование зубов (исключая покупку лекарств)	8,2	11,2	8,4	<b>10,1</b>
Лечение, обследование в поликлиниках, амбулаториях (исключая покупку лекарств)	6,5	7,7	8,6	<b>7,7</b>
Погашение ипотечного кредита	4,7	6,1	7,1	<b>6,2</b>
Страховые взносы за страхование жизни, здоровья, машины, жилища и др.	4,1	6,5	6,3	<b>6,1</b>
Оплата занятий взрослых членов семьи в различных секциях, на курсах, у преподавателей	3,8	6,2	5,9	<b>5,8</b>
Лечение, обследование в стационарных лечебных учреждениях: больницах, госпиталях, клиниках (исключая покупку лекарств)	5,3	5,6	5,2	<b>5,5</b>

\* Формулировка вопроса: «Тратила ли Ваша семья в течение последних 30 дней деньги на...?». Вопрос задавался применительно к 23 статьям расходов, для анализа были отобраны 12. В силу низкой дифференцирующей способности исключены из анализа 3 статьи, характерные для большинства россиян, и 8 статей, о которых заявили не более 3–5% населения. Фоном выделены самые высокие показатели по строке.

Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

<sup>13</sup> Анализируются прежде всего потребительские активы (не приносящие владельцу прибыли, но требующие содержания и обслуживания), хотя не исключается, что некоторые виды таких активов могут иметь двойное назначение и в определенных условиях превращаться в инвестиционные активы.

### Имущественные характеристики и жилищные условия различных статусных групп

Весь доступный для анализа в рамках инструментария РМЭЗ объем имущества и товаров длительного пользования с точки зрения их распространенности среди россиян можно условно разделить на три зоны. Первая из них объединяет товары, ставшие распространенной нормой и имеющиеся не менее чем у половины населения, вне зависимости от принадлежности к группе с разными самооценками статуса. Это товары, наличие которых само по себе значимо не дифференцирует российское население и не маркирует объективный или субъективный социальный статус. Хотя, во-первых, у

субъективных низов часть из этих товаров все же встречается сравнительно реже, а во-вторых, есть небольшие различия в среднем возрасте имеющегося набора таких распространенных товаров<sup>14</sup>, который снижается по мере перехода от низких оценок собственного статуса к высоким (*табл. 6*).

Исключение составляет доступ к высокоскоростному интернету, средняя длительность пользования которым наиболее велика среди тех, кто оценивает свой статус как средний (9,1 года против 8,6 в группах с низкими и высокими оценками собственного статуса), а медианская — наиболее низка именно в группе с высокими оценками собственного статуса (8,0 лет

Таблица 6. Объем имущества и товаров длительного пользования среди представителей разных статусных групп\*, 2024 г., %

Имущество и товары длительного пользования	Низкие позиции	Средние позиции	Высокие позиции	Всего
Телевизор плоский – плазменный или жидкокристаллический	92,2	94,9	95,3	94,6
Стиральная машина-автомат	92,0	95,0	94,8	94,5
Микроволновая печь	76,6	82,8	85,7	82,6
Холодильник, не требующий разморозки	73,3	82,6	83,2	81,4
Компьютер стационарный или ноутбук?	64,6	73,6	77,7	73,3
Высокоскоростной выход в Интернет	55,9	71,2	75,8	70,1
Легковой автомобиль иностранной модели	22,8	36,0	40,6	35,2
Кабельное телевидение	32,7	32,6	38,9	34,1
Отдельная морозильная камера	21,5	26,9	31,1	27,1
Взрослый велосипед	25,3	25,7	28,1	26,2
Отечественный легковой автомобиль	19,9	23,6	22,6	22,8
Спутниковая антенна	18,0	22,5	22,6	21,9
Кондиционер воздуха	8,0	20,1	26,1	19,8
Дача или другой дом, часть дома, садовый домик	16,3	20,4	18,6	19,4
Газонокосилка	12,2	18,4	19,3	17,7
Другая квартира или часть квартиры	8,8	13,0	12,8	12,4
Низкоскоростной выход в Интернет	17,4	11,3	11,4	12,2
Посудомоечная машина	7,0	10,2	12,6	10,3
Грузовой автомобиль	1,5	2,9	2,8	2,7
Мотоцикл, мотороллер, моторная лодка, катер, снегоход	1,9	2,0	3,2	2,3
Трактор или минитрактор	1,9	2,3	2,6	2,3
Электросамокат	0,9	1,3	1,8	1,3

\* Серым фоном в таблице отмечены товары длительного пользования, которые распространены не менее чем среди половины российского населения, розовым – встречающиеся не более чем у 3% его состава. Красным шрифтом выделены показатели, которые значимо отличаются от среднероссийских в меньшую сторону (более чем на величину статистической погрешности в 3–5%), синим цветом – соответственно, отклоняющиеся в большую сторону.

Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

<sup>14</sup> Средний возраст набора товаров, включающего телевизор, стиральную машину-автомат, микроволновую печь, холодильник (no frost), компьютер или ноутбук, составил в среднем по массиву 8,7 года, соответственно, среди россиян с низкими оценками статуса этот показатель был равен 9,1, средними – 8,7, высокими – 8,6. Длительность наличия высокоскоростного интернета в этих значениях не учитывалась и рассматривалась отдельно.

против 9,0 в двух других статусных группах). То есть высокоскоростным интернетом раньше стали пользоваться скорее россияне из группы с низкими субъективными статусными позициями, нежели те, кто оценивает свой статус как высокий. Вероятно, это связано, во-первых, с широким охватом высокоскоростным интернетом молодежи (к примеру, среди тех, кому от 18 до 24 лет, эта технология есть у 83,5%, а в группе от 55 лет и старше – у 54,5%)<sup>15</sup>, во-вторых, с тем, что представители молодежи от 18 до 24 лет сравнительно чаще встречаются среди тех, кто дает низкие оценки своему статусу (10,2 против 5,2% в группе с высокими его оценками)<sup>16</sup>.

Вторая зона включает товары и имущество, встречающиеся среди россиян в разной степени, но не характерные для его большинства, то есть обладающие сравнительно высокой дифференцирующей силой и, при наличии значимых отклонений между группами, определяющие, в том числе, субъективную оценку собственного статуса. К таковым прежде всего относятся автомобили-иномарки, ярко выделяющие тех, кто оценивает свой статус как высокий (ими владеют 40,6% представителей этой группы против 22,8% у субъективных низов, при этом средний возраст машин в первой группе ниже – 9,4 против 10,8 года). В этом смысле субъективный статус маркируется и самим фактом владения иностранным автомобилем, и его новизной.

Также к этой зоне относятся товары, связанные с обеспечением комфорта быта: отдельные морозильные камеры, кондиционеры, газонокосилки и посудомоечные машины, которые сравнительно чаще встречаются у представителей групп с высокими субъективными статусными позициями и реже у оценивающих свой статус как низкий. Пока эти товары можно отнести к маркерам субъективного статуса, поскольку различия по группам довольно заметны, в том числе с точки зрения среднего возраста набора этих товаров<sup>17</sup>, но их

доступность постепенно растет во всех статусных группах. К примеру, в 2013 году кондиционеры были у 15% россиян с высокими оценками статуса и у 6,4% оценивших свой статус как низкий. Соответствующие доли на тот период составили для морозильных камер – 16,0 и 9,9%, газонокосилок – 12,7 и 7,8%, посудомоечных машин – 4,3 и 2,5%.

Третья зона объединяет редкие товары, встречающиеся не более чем у 1–3% россиян. Эти предметы не находятся в массовом использовании, но имеют нишевое значение, вероятно, связанное с образом жизни или, отчасти, с профессиональной деятельностью. К ним относятся грузовые автомобили, водный транспорт, тракторы и электросамокаты. В части их распространенности воспроизводится тренд с большим охватом группы с высокими и средними позициями и меньшим – с низкими.

Уникальна ситуация с электросамокатами, если обратиться к анализу не только их наличия, но и среднего возраста – он наиболее высокий у электросамокатов владельцев со средними и высокими субъективными статусными позициями (2,8 лет и 2,5 года соответственно), нежели в группе россиян с низкими оценками социального статуса (1,8 года). Вероятно, это свидетельствует, что именно представители субъективных «средних слоев» и группы с высокими статусными позициями стали первыми покупателями этой сравнительно новой для жизни россиян техники, а те, кто оценивает свой статус как низкий, медленнее включаются в такую потребительскую практику.

Оригинальна и ситуация с недвижимостью, разница во владении которой минимальна между анализируемыми группами. Особенно это касается дач и домов. Невысока она и применительно к среднему возрасту такого имущества – средний возраст дач и домов превышает 20 лет во всех группах, а среди владельцев из группы с высокими субъективными статусными позициями он самый высокий и составляет

<sup>15</sup> Коэффициент корреляции Спирмена составил 0,245. Значимость на уровне 0,01 двухсторонняя.

<sup>16</sup> Хотя и значимой корреляции переменные возраста и субъективного статуса не демонстрируют.

<sup>17</sup> Средний возраст набора товаров, включающий морозильную камеру, посудомоечную машину, отечественный легковой автомобиль, иностранный легковой автомобиль и кондиционер, составил в среднем по массиву 8,7 лет, соответственно, среди россиян с низкими субъективными статусными позициями этот показатель был равен – 9,1, средними – 8,7 и высокими – 8,6. Причем в отношении медианного возраста этого набора фиксировалась более яркая динамика и соответствующие показатели составили – 7,8 лет в среднем по массиву, 7,4 лет среди тех, кто оценил свой статус как высокий, 7,7 – в группе с его средними оценками и 7,8 – с низкими.

ет 24 года. Средний возраст дополнительных квартир ниже, но и он значимо не отличается в разных статусных группах, варьируясь в диапазоне от 15 до 16,5 года, хотя наличие таких квартир все же значимо реже встречается среди тех, кто оценивает свой статус как низкий, и в этом смысле второе жилье все же сильно оказывается на вероятности субъективно стремиться к более высоким ступеням социальной лестницы. Таким образом, наличие и возраст дополнительной недвижимости резко не разделяют рассматриваемые статусные группы, хотя дифференциация по наличию второй квартиры между ними имеется. Это может быть вызвано как культурной спецификой России (дача – многофункциональный атрибут российской жизни, сочетающий возможности для досуга, садоводства, огородничества и взаимодействия с природой), так и наследственным характером такого имущества (особенно в случае со вторым жильем) и его долгосрочной закрепленностью в собственности.

Высокая стабильность недвижимых активов наблюдается и в контексте анализа жилищных условий представителей групп с разными субъективными статусами. Так, свыше 90% состава каждой из них проживают в собственном жилье. Наиболее распространенным типом жилья является отдельная квартира (в них прожива-

ют свыше 60% россиян вне зависимости от их субъективного статуса), следующими по популярности выступают отдельные дома. Проживание в частях квартиры или частях дома для российского населения является скорее исключением, хотя представители группы с низкими субъективными статусными позициями чуть чаще встречаются среди последних (8,6% против 6,3 в среднем по массиву). Несмотря на то что в абсолютном большинстве случаев собственниками жилья, в котором проживают, являются члены домохозяйства, среди тех, кто проживает не в своем жилье, сравнительно чаще встречаются оценивающие свой статус как низкий (10,3% против 8,0 в среднем по массиву).

Невелики также различия в площадях жилья среди представителей разных статусных групп, однако на некоторые из них стоит обратить внимание. Из таблицы 7 видно, что наибольшей общей площадью жилья характеризуются субъективные «средние слои», а в группе с высокими субъективными статусными позициями она немного ниже. Отчасти, как показывает проверка на данных РМЭЗ<sup>18</sup>, это может объясняться стремлением лиц с высокими самооценками собственного статуса проживать в крупных городах, где жилье дороже и, как правило, компактнее.

Таблица 7. Характеристики основного жилья у россиян с разными субъективными статусами, 2024 г., %

Вопрос	Значение	Низкие позиции	Средние позиции	Высокие позиции	Всего
Какова общая полезная площадь жилья у Вашей семьи, то есть сумма площадей жилых комнат, кухни, ванной, туалета, прихожей, кладовых и тому подобного в квартире (доме)?	Среднее	61,7	65,0	62,5	63,9
	Медиана	54,0	57,0	56,0	56,2
Какую жилую площадь занимает Ваша семья? Сколько квадратных метров составляет площадь только жилых комнат?	Среднее	41,6	45,3	42,8	44,2
	Медиана	36,0	38,0	38,0	38,0
Сколько жилых комнат занимает Ваша семья?	Среднее	2,5	2,7	2,6	2,7
	Медиана	2,0	3,0	2,0	3,0
Составлено по: данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.					

<sup>18</sup> Хотя переменная «тип населенного пункта» не имеет значимой статистической взаимосвязи с переменной субъективного статуса, она демонстрирует значимую связь с уровнем потребления, который повышается по мере роста численности населения в населенном пункте. Учитывая то, что сравнительно высокий уровень потребления фиксируется среди россиян с высокими оценками субъективного статуса, можно предположить косвенное влияние типа населенного пункта на самооценки социального статуса. Впрочем, для уточнения этой гипотезы требуется дополнительная проверка, выходящая за рамки данного исследования.

С точки зрения занимаемой площади жилья, с одной стороны, мы видим довольно равномерное распределение медианных его показателей, что указывает на наличие «базового стандарта» жилых условий. С другой стороны, все же группа со средними субъективными статусными позициями отличается максимальной средней величиной данного показателя. Интересно и то, что именно среди представителей субъективных «средних слоев» чуть выше показатель количества занимаемых комнат. Косвенно на этом могут сказываться особенности состава домохозяйств. Так, хотя прямой взаимосвязи между субъективными оценками статуса с брачным статусом и количеством членов семьи не обнаруживается, последние две переменные демонстрируют высокую взаимосвязь с уровнем потребления<sup>19</sup>. Исходя из этого, можно предположить, что официальные браки и большие семьи<sup>20</sup> будут с большей вероятностью встречаться среди россиян со средними и высокими оценками собственного статуса, но в силу стремления последних в крупные города их жилищные условия будут несколько уступать. Однако эта гипотеза нуждается в дополнительной проверке. Тем не менее хотя различия в жилищных условиях между статусными группами и выражены слабо, лидирующую позицию по площади занимает вовсе не группа с высокими позициями, а субъективные «средние слои». Это указывает как на то, что жилищные условия в России не всегда прямо коррелируют с субъективным статусом, так и на их зависимость от культурных, региональных и демографических факторов (Коленникова, 2024а).

### **Заключение**

В современном российском обществе, которое совершило переход от модели массового субъективного аутсайдерства, характерного для трансформационного периода 1990-х годов, к более стабильной и сложно устроенной системе восприятия собственного благополучия (Тихонова, 2018; Сушко, 2025), потребление и объем имущества, как показало проведенное исследование, становятся важными факторами,

отражающими не только объективные характеристики положения индивида, но и его самооценки своего места в этом обществе.

При сложившейся структуре субъективной стратификации по уважению с доминированием субъективных средних слоев, значимой долей субъективных «верхов» и сравнительной малочисленностью субъективных низов в российском обществе доминирует модель базового потребления. Она включает прежде всего наличие в домохозяйстве таких товаров длительного пользования, как телевизор с плоским экраном, стиральная машина-автомат, холодильник, компьютер (или ноутбук), микроволновая печь и высокоскоростной выход в интернет, которые практически утратили свою дифференциирующую функцию, превратившись в общепринятый стандарт жизни, доступный подавляющему большинству населения, включая россиян, которые оценивают свой статус как низкий. Однако, когда мы переходим от анализа простого наличия к качественным характеристикам упомянутых товаров или менее распространенным видам имущества и товаров длительного пользования, все-таки проявляются значимые различия между статусными группами.

На смену старым маркерам субъективного статуса приходят новые, связанные с доступом к цифровым технологиям, комфорту и мобильности. Владение компьютером или ноутбуком, наличие высокоскоростного интернета, кондиционера и, в особенности, легкового автомобиля иностранной модели выступают сегодня как значимые индикаторы субъективного статуса, и «разрывы» между группами с субъективными низкими и высокими оценками статуса по этим позициям оказываются весьма существенными. Важен также не только сам факт обладания, но и «новизна» анализируемого товара или имущества, что особенно заметно по среднему возрасту автомобилей (прежде всего иностранных марок).

Это дополняется и анализом финансового поведения представителей разных статусных групп, который продемонстрировал существенные различия в моделях управления имеющи-

<sup>19</sup> Коэффициент корреляции Пирсона между брачным статусом и общим объемом имущества и товаров длительного пользования составил 0,258. Коэффициент корреляции Спирмена между общим количеством членов семьи и общим объемом имущества и товаров длительного пользования составил 0,416. Корреляции значимы на уровне 0,01, двусторонние.

<sup>20</sup> Численность которых будет превышать медианную в 3 человека.

мися ресурсами между статусными группами. Среди тех, кто оценивает свой статус как низкий, чаще встречается потребительское кредитование, направленное на поддержание текущего уровня жизни, что свидетельствует о краткосрочном горизонте планирования и ограниченности ресурсов. Для представителей группы с высокими субъективными статусными позициями кредит чаще выступает инвестиционным инструментом, используемым для приобретения дорогостоящих активов, в том числе недвижимости. Их финансовое поведение в целом, включая более высокую сберегательную активность, носит стратегический характер и направлено на приумножение ресурсной базы. Условные субъективные «средние слои» демонстрируют гибридную, но и наиболее рискованную модель, активно используя кредиты для поддержания текущего стандарта потребления, не забывая и об инвестициях в здоровье, образование детей и недвижимость. Однако это ставит их в уязвимое положение в периоды экономической нестабильности. Таким образом, финансовые практики активно воспроизводят и углубляют существующее статусное неравенство, отражающееся, в том числе, в самооценках своего положения.

Эти выводы корреспондируют с данными о роли доходов в статусном самоопределении, которые не объясняют всей полноты различий, хотя доходы представителей группы с высокими субъективными статусными позициями в среднем выше, чем в двух других группах, но даже разрыв с оценивающими свой статус как низкий не является драматическим. Доход оказывается даже менее надежным маркером субъективной оценки статуса, чем образование, профессиональная принадлежность и наличие частного ресурса. Это указывает на формирование «гибридной модели» стратификации, где институционально закрепленные достижения (образование, профессия) предполагают их символическое подтверждение через определенные модели потребления. Имущество и доступ к определенным услугам (например, платное образование для детей, культурный досуг)

выступают видимым доказательством социального успеха, легитимируя более высокий статус в глазах как самого индивида, так и его окружения. Тем не менее в современных российских условиях раздел между статусными группами в контексте объема их имущества и уровня потребления пролегает скорее между группой с низкими субъективными статусами и совокупным большинством из субъективных «средних слоев» и тех, кто оценивает свой статус как высокий. Представители же группы с высокими субъективными статусами не отличаются кардинально с точки зрения имеющегося у них набора товаров длительного пользования и объема имущества, а скорее иначе распоряжаются им, исходя из более долгосрочных целей.

Отчасти это подтверждается и в контексте анализа жилищных условий представителей разных статусных групп, которые помимо обнаруженных различий соответствуют общей российской специфике, когда наличие дачи или второго дома (в отличие от многих западных обществ) не является четким маркером высокого (по крайней мере субъективного) статуса. В то же время владение второй квартирой обладает значимой дифференцирующей силой и чаще встречается у представителей субъективных «средних слоев» и в группе людей с высокими субъективными статусами. В целом же жилищные условия хотя и демонстрируют тенденцию к стандартизации, проживание не в собственном жилье или в стесненных условиях чаще сопутствует низким статусным самооценкам.

Таким образом, уровень потребления и объем имущества в современной России являются одними из ключевых механизмов конструирования и воспроизведения субъективной социальной структуры. В условиях, когда объективные экономические показатели (в частности доход) не всегда прямо коррелируют с самоопределением человеком собственной позиции, различия в потребительских практиках и имущественных характеристиках формируют видимые границы между социальными группами, делая абстрактное социальное неравенство отчасти осязаемым.

## Литература

- Белл Д. (1999). Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. Москва: Academica. 783 с.

- Вебер М. (2016). Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. В 4 т. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Веблен Т. (1984). Теория праздного класса. Москва: Прогресс. 367 с.
- Зудина А.А. (2013). Неформальная занятость и субъективный социальный статус: пример России // Экономическая социология. Т. 14. № 3. С. 27–63.
- Кастельс М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва: ГУ ВШЭ. 608 с.
- Коленникова Н.Д. (2024а). Специфика восприятия россиянами жилищных условий и жилищного неравенства: динамика и факторы // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 17. № 4. С. 247–263. DOI: 10.15838/esc.2024.4.94.14
- Коленникова Н.Д. (2019). Статусная консистентность занятого населения в современной России // Социологические исследования. № 11. С. 52–62. DOI: 10.31857/S013216250007450-8
- Коленникова Н.Д. (2024б). Субъективная стратификация российского общества: динамика и специфика // Социологические исследования. № 12. С. 74–87. DOI: 10.31857/S0132162524120071
- Кононенко Р.В. (2011). Автомобильность в России. Москва: Вариант. 155 с.
- Мареева С.В. (2024). Неравенство в российском обществе в монетарном и немонетарном измерении: динамика последнего десятилетия // Социологические исследования. № 9. С. 3–16. DOI: 10.31857/S0132162524090012
- Овчарова Л.Н., Попова Д.О. (2013). Доходы и расходы домашних хозяйств: что изменилось в массовом стандарте потребления // Мир России. № 3. С. 3–34.
- Пишняк А.И., Горяйнова А.Р., Назарбаева Е.А., Халина Н.В. (2020). Инвестиции среднего класса в человеческий капитал: потребление платных услуг в области образования и медицины // Вопросы экономики. № 11. С. 69–85. DOI: 10.32609/0042-8736-2020-11-69-85
- Радаев В.В. (2005). Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. № 1 (249). С. 5–18.
- Радаев В.В. (2025). Нестандартное потребление. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики. 216 с.
- Сушко П.Е. (2025). Структура массовых слоев российского населения по уровню субъективного благополучия // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 18. № 4. С. 143–163. DOI: 10.15838/esc.2025.4.100.8
- Тихонова Н.Е. (2018). Факторы жизненного успеха и социального статуса в сознании россиян // Вестник Института социологии. Т. 9. № 4. С. 11–43. DOI: 10.19181/vis.2018.27.4.536
- Тихонова Н.Е. (2021а). Субъективная стратификация российского общества: состояние, динамика, ключевые проблемы: аналитический доклад / под науч. ред. Л.Н. Овчаровой. Москва: НИУ ВШЭ.
- Тихонова Н.Е. (2021б). Трансформации социальной структуры российского общества: конец 1980-х – конец 2010-х // Социологические исследования. № 8. С. 22–32. DOI: 10.31857/S013216250014308-1
- Шкаратан О.И. (2004). Российский порядок: Вектор перемен. Москва: Вита-Пресс. 208 с.
- Bourdieu P. (1979). *La Distinction: Critique Sociale du Jugement*. Paris: Ed. de Minuit.
- Ferreira W. A., Camelo L., Viana M. C., Giatti L., Barreto S. M. (2018). Is subjective social status a summary of life-course socioeconomic position? *Cadernos de Saúde Pública*, 34(5), e00024317. DOI: 10.1590/0102-311x00024317
- Festinger L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*. 7(2). 117–140. DOI: 10.1177/001872675400700202
- Goldthorpe J.H. (1980). *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. Oxford: Clarendon Press; New York: Oxford University Press.
- Lindberg M.H., Chen G., Olsen J.A., Abelsen B. (2021). Explaining subjective social status in two countries: The relative importance of education, occupation, income and childhood circumstances. *SSM – Population Health*, 15, 100864. DOI: 10.1016/j.ssmph.2021.100864
- Lindemann K., Saar E. (2014). Contextual effects on subjective social position: Evidence from European countries. *International Journal of Comparative Sociology*, 55(1), 3–23. DOI: 10.1177/0020715214527101
- Raudenská P. (2024). Measurement invariance of subjective social status: The issue of single-item questions in social stratification research. *Research in Social Stratification and Mobility*, 92, 100953. DOI: 10.1016/j.rssm.2024.100953

- Varghese J.S., Hall R.W., DiGirolamo A.M., Martorell R., Ramirez-Zea M., Stein A.D. (2021). Socioeconomic position over the life-course and subjective social status in relation to nutritional status and mental health among Guatemalan adults. *SSM – Population Health*, 15, 100880. DOI: 10.1016/j.ssmph.2021.100880
- Walasek L., Brown G.D. (2016). Income inequality, income, and internet searches for status goods: A cross-national study of the association between inequality and well-being. *Social Indicators Research*, 129(3), 1001–1014. DOI: 10.1007/s11205-015-1158-4
- Weber M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkeley: University of California Press.
- Zavisca J.R. (2012). *Housing the New Russia*. Ithaca, London: Cornell University Press.
- Zavisca R., Gerber T.P., Suh H. (2021). Housing status in post-Soviet contexts: A multi-dimensional measurement approach. *Social Indicators Research*, 153, 609–634. DOI: 10.1007/s11205-020-02477-7

### **Сведения об авторе**

Нина Дмитриевна Коленникова — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии, ФНИСЦ РАН (Российская Федерация, 117218, г. Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корпус 5; e-mail: kolennikova-nina@mail.ru)

Kolennikova N.D.

### **Subjective Social Status of Russians: Relationship with Property Characteristics**

**Abstract.** The article analyzes the relationship between subjective status and the level of consumption and volume of property in contemporary Russian society. It shows that key differences in income (the material basis of consumption), sets of durable goods, volume of property, and financial behavior are formed mainly between the subjective lower classes, which constitute a minority of the Russian population (14.5%), and the majority, which includes the subjective middle classes, as well as those who assess their status as high (85.5%). An analysis of the list of durable goods and various types of property made it possible to identify those that have become the generally accepted standard for the population, as well as those that have lost their differentiating power over the past two decades. Relatively new “markers” of subjective status include goods and property related to home comfort (e.g., air conditioners and dishwashers), mobility (foreign cars), and digital inclusion (computers and high-speed Internet access). The differences are even more pronounced depending on the novelty of certain types of consumer goods and property among owners from different status groups. Differences between status groups have been identified in terms of the financial behavior of their members: from wide-spread consumer loans for current needs among the “subjective lower classes” to the investment use of resources among “high-status” groups, while the “middle classes” adhere to a hybrid model. The low differentiating power of housing conditions in the context of subjective status was demonstrated, although ownership of a second apartment is more common among representatives of the subjective middle classes and in the “high-status” group and living in rented accommodation or in cramped conditions is more often associated with low status self-esteem.

**Key words:** subjective status, status groups, property characteristics, consumption level, subjective stratification, social inequality.

### **Information about the Author**

Nina D. Kolennikova — Candidate of Sciences (Sociology), Senior Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS (24/35, building 5, Krzhizhanovsky Street, Moscow, 117218, Russian Federation; e-mail: kolennikova-nina@mail.ru)

Статья поступила 10.09.2025.