

СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЁЖИ: СОЦИАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ

DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.591

Социальное позиционирование и социальные практики российских миллениалов

Ссылка для цитирования: Аврамова Е. М. Социальное позиционирование и социальные практики российских миллениалов // Вестник Института социологии. 2019. Том 10. № 3. С. 78–95. DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.591

For citation: Avraamova, E. M. The social positioning and social practices of Russian millennials. *Vestnik instituta sotziologii*. 2019. Vol. 10. No. 3. P. 78–95. DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.591



**Аврамова
Елена Михайловна**

ИНСАП РАНХиГС,
Москва, Россия

avraamova-em@ranepa.ru

AuthorID РИНЦ: 125832

Социальное позиционирование и социальные практики российских миллениалов

Аннотация. В статье¹ рассмотрены подходы к изучению поколений, выделено поколение миллениалов² в качестве специфического объекта исследования. При значительном внутреннем разнообразии и неоднородности российские миллениалы выступают в качестве целостного поколения и по своим социальным ориентациям и поведенческим характеристикам отличаются от старших поколений. Исследована их социальная самоидентификация и определены критерии идентичности различных молодёжных групп. Показано, что их статусная самооценка существенно выше, чем у старших поколений, и в её основе лежат несколько иные критерии. Так, хотя уровень материального положения, как и у старших поколений, играет ведущую роль в статусной самооценке, в основе самоидентификации миллениалов лежат также уровень образования и профессиональный статус, что может свидетельствовать об их готовности признать ценности меритократического общества. Их социальный капитал формируется из источников, которые предоставляет новая информационно-коммуникационная среда, более разнообразных и доступных, чем прежде. В результате новых возможностей формирования социального капитала его использование в различных средах становится более эффективным. Миллениалы декларируют высокую степень солидарности со старшим поколением, одновременно в значительном масштабе принимая от него монетарную и немонетарную помощь. В то же время они в высшей степени лояльны к различным проявлениям благотворительности и волонтерства, нередко сами в них участвуя. В целом можно сказать, что миллениалы достаточно плотно включены в систему социальных обменов и готовы выступать в качестве самостоятельного субъекта социального действия. Статья базируется на данных исследования «Дифференциация молодёжных групп: экономическая активность, демографическое поведение, социальные практики», проведённого Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС в 2019 г. Репрезентативная для населения России в возрасте от 18 до 35 лет выборка составила 3,5 тыс. респондентов.

Ключевые слова: молодёжь, социально-экономическое поведение, социально-экономическое развитие, социальные практики, теория поколений, миллениалы, ресурсы развития, социальный капитал, социальная структура

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект № 18-010-01124.

² Миллениалы – поколение родившихся после 1984 г., встретивших новое тысячелетие в юном возрасте и характеризующихся прежде всего глубокой вовлечённостью в цифровые технологии.

Миллениалы как специфический объект исследования

Молодёжь как объект исследования занимает далеко не то место, которого заслуживает в силу важнейшей роли в характере и перспективах социально-экономического развития. Прежде всего это связано с тем, что социально-экономическое поведение молодёжи рассматривается обычно в сопоставлении с другими возрастными группами на основании данных массовых опросов, где молодёжные группы, занимая не более 12–14% выборки, выступают как единая внутренне недифференцированная общность. В таком же качестве она выступает как объект молодёжной политики, меры которой направлены на молодёжь в целом. Нельзя, разумеется, отрицать наличие общих черт, характеризующих целостное поколение, но концентрация соответствующих черт в различных молодёжных подгруппах заслуживает рассмотрения не в меньшей степени.

Исследования молодёжи велись, тем не менее, и в советское, и в постсоветское время, но в фокусе внимания обычно находилась либо молодёжная генерация в целом, либо её отдельные подгруппы, выделенные по какому-либо одному признаку (студенты, рабочие, сельская и городская молодёжь и пр.). Исследований, в которых объект дифференцировался бы по многим признакам, насколько известно, не проводилось.

В то же время в самые последние годы проявился значительный исследовательский интерес к анализу населения в формате поколенческих различий, что дало возможность сделать вывод о «поколенческом переломе» [Радаев 2018а], т. е. о существовании базовых отличий поведения современной молодёжи от предыдущих поколений. Масштабность этого вывода заставляет более глубоко и пристально рассмотреть современные теории поколений, что будет полезно для корректного выделения и описания объекта исследования.

Изучение поколений в качестве социальной общности, обладающей схожими моделями поведения и моральными нормами, продолжается с начала XX в. В этой области успели сформироваться несколько различных традиций и подходов, применимость которых остаётся предметом дискуссий. Попробуем рассмотреть основные подходы и концепции и оценить их соответствие современным российским реалиям.

Первоначально подходы к описанию и сопоставлению поколений были сформулированы ещё Карлом Мангеймом [Мангейм 1998], который нащупывал границы той или иной возрастной группы через изучение биографий его представителей. Важным методологическим открытием Мангейма явилось то, что поколение выделяется не только принадлежностью к одной возрастной группе, но и общностью исторической и культурной эпох. Автор настаивал на использовании в анализе синтеза количественных и качественных подходов, что взято нами на вооружение. Важно также отметить, что в работе «Утопия и идеология» [Mannheim 1929] он сформулировал положение о двух взаимодействующих социальных ориентациях, одна из которых состоит в стремлении к сохра-

нению доминирующих ранее норм и стереотипов поведения, в то время как вторая, наоборот, заключается в формировании новых норм и паттернов поведения.

Противоречия конца шестидесятых годов XX в., вылившиеся в студенческие волнения 1968 г., послужили основанием для анализа конфликта поколений. Так, Г. Маркузе в своей работе «Очерк об освобождении» [Маркузе 1970] интерпретирует конфликт поколений как основной драйвер социально-экономического развития, заставляющий общество изменяться. В том же дискурсе Льюис Фойер в работах «Поколенческий манифест» и «Конфликт поколений» [Feuer 1969] рассматривал историю как цепь непрекращающихся конфликтов поколений. Данная концепция была раскритикована С. Липсетом в исследовании «Восстание в университете» [Lipset 1972], в котором на эмпирическом материале показано, что поколения внутренне неоднородны, и различия доминируют над сходством их представителей.

Теория поколений нашла развитие в концептуальных работах Н. Штрауса и У. Хоува [Strauss, Howe 2009], рассматривавших США как цепь сменяющих друг друга поколений, вносящих новые модели социально-экономического поведения, определяющих развитие страны и общества и утверждавших наличие в каждом поколении определённого поведенческого паттерна. Штраус и Хоув также предложили название для последнего поколения – «миллениалы», которое получило широкое распространение, ставшее сегодня устойчивым определением для тех, кто родился после 1984 г. – года появления первого персонального компьютера: в качестве переломных точек для смены поколений ими предлагалось использовать наиболее резонансные исторические события, затронувшие жизнь социума.

Следует также остановиться на работах Т. Ньюкомба [Newcomb et al. 1965], исследовавшего формирование комплекса идей, значимых для поколения, и обозначившего возраст, когда эти идеи лучше всего проникают и усваиваются. Этот формирующий возраст (*impression age*), согласно данным исследования зависимости социально-экономических ориентаций и политических предпочтений от года рождения и их изменений, реализованного Колумбийским университетом [Ghitza, Gelman 2014], определяется в интервале с 14 до 24 лет.

Развитие теории поколений находит отражение в работах отечественных специалистов последних лет. Здесь нужно упомянуть исследования В. Радаева [Радаев 2018b], который выдвинул собственную классификацию поколений, основанную на изменении характера исторических условий в формирующем возрасте; Е. Шамис [Никонов, Шамис 2017; RuGenerations], показавшей, что поколение миллениалов включает в себя группы, чей формирующий возраст пришёлся на качественно различные периоды российской истории; В. Петухова [Петухов 2014], который (в отличие от В. Радаева, подчёркивающего общие черты поколения) концентрирует внимание на том, что миллениалы чрезвычайно сильно и по разным основаниям различаются, в том числе по уровню благосостояния, имеющимся ресурсам развития, жизненным планам и моделям поведения, и пр.

Объектом исследования ИНСАП РАНХиГС, на материалах которого мы будем базироваться, являются именно миллениалы – россияне, чей возраст в настоящее время находится в интервале 18–35 лет¹. Вопросы их социального позиционирования и социальных практик, освещённые в данной статье, явились одним из центров внимания данного исследования. В целом имеющиеся теоретические и эмпирические материалы дают основания для анализа, сопоставлений и интерпретаций данных, полученных в ходе нашего исследования.

Социальное позиционирование миллениалов

Адекватное социальное позиционирование имеет большое значение не только для самоощущения миллениалов, но и для выстраивания социальных практик, соответствующих тому месту в обществе, которое, по их мнению, они занимают. Согласно полученным данным, распределение по стратификационным группам, выделенным по критерию субъективной социальной идентичности, отличает молодёжь от старших возрастных групп в сторону повышенной социальной самооценки (см. таблицу 1). Так, к слоям выше среднего и высшему отнесли себя 33,2% миллениалов (в среднем по сопоставимому общероссийскому опросу около 9%), среднему – 59,9%, а ниже среднего и низкому лишь 7%.

Сопоставление соответствующих статусных групп с распределением в связи с субъективной оценкой материального положения указывает на то, что оценка социального статуса существенно выше, чем материального.

Таблица 1 (Table 1)

Самооценка социального и материального статуса, %
Self-assessment of social and material status, %

Самооценка	Социальный статус	Материальный статус
Высокий	10,5	3,3
Выше среднего	22,7	15,8
Средний	59,9	61,0
Ниже среднего	4,9	14,8
Низкий	2,0	5,1

Из этого следует предположение, что критерием социальной идентичности молодёжи выступает не только размер дохода, как для старших возрастных групп, но и иные основания. С целью проверки этого предположения рассмотрена социальная самооценка миллениалов, имеющих различный уровень образования (см. таблицу 2).

¹ Опрос реализован по формализованной анкете в марте 2019 г. по репрезентативной для населения России в возрасте 18–35 лет выборке. Объём выборочной совокупности составил 3500 респондентов.

Таблица 2 (Table 2)

Самооценка социального статуса по образовательным группам, % по строке
Self-assessment of social status by education group, % by row

Образовательные группы	Самооценка социального статуса			
	Высокий	Выше среднего	Средний	Ниже среднего
Нет профессионального образования	12,7	21,9	57,1	8,3
Среднее (начальное) профессиональное	11,7	20,3	61,9	6,1
Высшее	8,6	25,0	59,4	7,0
В целом	10,5	22,7	59,9	6,9

Из приведённых данных следует, что уровень образования не оказывает существенного влияния на социальное позиционирование. Более того, доли высокообразованных и тех, кто вообще не получили профессионального образования, примерно равны среди представителей миллениалов, низко оценивающих свой социальный статус.

Значимость такого критерия, как материальный достаток, показана в таблице 3: чем выше материальный достаток респондентов, тем выше они оценивают своё социальное положение. Вместе с тем 27,4% оценивших материальный статус как средний, считают своё социальное положение высоким или выше среднего, и более того – 13,4% респондентов с материальным положением ниже среднего характеризуют собственное социальное положение значениями, превышающими среднее. Из этого следует, что для значительной части молодёжи ни уровень образования, ни уровень материального положения не выступают значимыми критериями самоидентификации в социальном пространстве.

Таблица 3 (Table 3)

Самооценка социального статуса
 по группам материальной обеспеченности, % по строке
Self-assessment of social status by financial security groups, % by row

Уровень материальной обеспеченности	Самооценка социального статуса			
	Высокий	Выше среднего	Средний	Ниже среднего
Выше среднего	24,3	47,5	26,9	1,3
Средний	8,2	19,2	70,3	2,3
Ниже среднего	4,2	9,2	59,7	26,9
В целом	10,5	22,7	59,9	6,9

Респондентам был задан конкретный вопрос, на основании чего они выстраивают свою социальную идентичность (см. таблицу 4). И на втором месте после уровня материальной обеспеченности оказался фактор «уважение окружающих».

Таким образом, в молодых возрастах мнение социального окружения играет весьма существенную роль. Здесь же следует обратить внимание на то, что среди критериев идентичности уровень образования занимает последнее место. Эта проблема отражена в исследованиях, посвя-

щённых развитию среднего класса в России, где показана проблема так называемой статусной несовместимости, когда критерии социальной идентичности не согласуются между собой [Аврамова 2018, Тихонова 2018а, Тихонова 2018b]. Правомерно было ожидать, что эта проблема будет преодолеваться в молодых возрастах, но, как мы видим, этого не произошло.

Таблица 4 (Table 4)

Оценка главного фактора, определяющего уровень социального статуса, %
Assessment of the main factor which defines social status level, %

Факторы	Число респондентов
Материальная обеспеченность	41,0
Уважение окружающих	27,1
Занимаемая должность	15,1
Уровень образования, квалификации	12,0
Затруднились ответить	4,8

Рассмотрим, какие критерии идентичности являются главными для различных стратификационных групп (см. таблицу 5).

Таблица 5 (Table 5)

Выбор главного критерия идентичности
различными стратификационными группами, % по строке
Choosing the main criterion of identity by various stratification groups, % by row

Самооценка социального статуса	Факторы				
	Доход	Образование	Должность	Уважение	Затруднились ответить
Высокий	25,9	11,7	12,8	46,1	3,5
Выше среднего	34,9	17,1	14,3	29,1	4,6
Средний	44,3	11,2	15,1	24,8	4,6
Ниже среднего	56,8	5,8	20,6	11,5	5,3
В целом	41,0	12,0	15,1	27,1	4,8

Здесь нужно обратить внимание на то, что критерий материального достатка играет самую значимую роль для тех, кто его не имеет. В то же время для тех, кто оценивает свой статус весьма высоко, образование выступает в качестве значимого фактора. Должность более существенна для имеющих относительно низкую социальную самооценку, а уважение окружающих – для тех, у кого она сравнимо высокая. Таким образом, доход и должность выступают как факторы оценки других, а образование и уважение окружающих – как факторы оценки себя.

Формирование социального капитала

Социальный капитал, понимаемый как включённость в определённые сети взаимодействий и положение в этой сети, а также уровень доверия (положительные ожидания в отношении того, что другая сто-

рона не будет действовать в ущерб интересам субъекта), может выступать в качестве важнейшего ресурса развития как общества в целом, так и отдельных индивидов. Разнообразие межличностных контактов, умение поддерживать и развивать сетевые отношения, вызывая необходимый уровень доверия, естественным образом может способствовать получению важной информации для принятия решений, оказанию взаимной поддержки в решении деловых вопросов.

В то же время многочисленные исследования показывают, что социальный капитал является достаточно дефицитным ресурсом, на накопление которого уходят годы, а его доступность во многом определяется происхождением, социальной средой, качеством образования и пр. В результате исходные различия между социальными группами в отношении возможностей накопления социального капитала в дальнейшем воспроизводятся, что консервирует социально-экономическое неравенство и тормозит социальную динамику.

Существует устоявшаяся традиция в теоретическом изучении формирования и реализации социального капитала в отечественной и зарубежной науке, подкреплённая эмпирическими исследованиями. Остановимся на тех из них, которые в наибольшей степени описывают современные особенности формирования социального капитала. К ним в первую очередь следует отнести работу Роберта Патнэма [Патнем 1996], который измерение социального капитала производит по таким критериям, как количество и интенсивность контактов участников социума друг с другом, участие в общественных организациях и объединениях, склонность к соблюдению социальных норм, отношение к социальным институтам и прочие. Кроме того, Патнэм проводит различие между двумя видами социального капитала: «связывающий» (bonding) и «соединяющий» (bridging) [Putnam 2000]. «Связывающий» социальный капитал базируется на общих нормах поведения, ценностных установках, представлениях об общей судьбе, тогда как «соединяющий» социальный капитал позволяет устранить узкие внутригрупповые барьеры солидарности и обеспечить возможность коммуникации и взаимодействия между группами. Первый вид капитала формирует сильную групповую сплочённость, тогда как второй ориентирован на создание каналов межгруппового взаимодействия. Высокий уровень накопленного «связывающего» социального капитала, с одной стороны, обеспечивает тесную сплочённость и солидарность, а с другой – ограниченность социальных контактов только рамками группы.

Новым этапом в исследовании роли социального капитала стало появление коммуникационных технологий, позволившее участникам социума создавать группы любой направленности, члены которых зачастую оказывают друг другу поддержку существенно более значимую, чем та, что возможна за счёт использования традиционных каналов. Следуя предложенному Патнэмом разделению социального капитала на два вида, Р. Инглхарт и К. Вельцель полагают, что на этапе перехода к постиндустриальному обществу, в котором превалируют индивидуалистиче-

ские ценности и расширяется зона персонального выбора, происходит смещение от первого вида социального капитала ко второму [Инглхарт, Вельцель 2011: 211].

Новая информационная среда создаёт условия для создания сетевых сообществ, генерирующих социальный капитал, благодаря снижению барьеров доступа к его накоплению. Подобные сообщества переросли в масштабные горизонтальные объединения людей, способных приложить существенные усилия на пользу сообществу, руководствуясь, в числе прочего, и перспективой повышения собственной значимости в нём. Такие сообщества могут включать в себя десятки и сотни тысяч участников, принадлежащих к самым разнообразным социальным группам. Подобное изменение масштаба не могло не сказаться самым существенным образом на возможностях этих сообществ при сравнительно небольших усилиях привлечь общественное внимание и поддержку к решению важной для них проблемы. Указанные процессы повысили актуальность идей Грановеттера [Грановеттер 2009] относительно «силы слабых связей» по сравнению с традиционными сильными родственными или профессиональными. Можно предположить, что различные сетевые сообщества также могут основываться как на «связывающих», так и на «соединяющих» связях. Сообщества первого типа в большей степени ориентированы на формирование и поддержание идентичности и ограничиваются контактами среди «своих». Сетевые сообщества второго типа допускают больший уровень их разнообразия, не привязаны к жёстким символам идентичности и позволяют обеспечить реализацию не только культурных, но и практических социально-экономических интересов.

Полученные нами данные дают возможность исследовать, каким образом миллениалы формируют свой социальный капитал. Прежде всего обращает на себя внимание их активность в социальных сетях, которая по преимуществу формирует «связывающий» социальный капитал, однако и его «соединяющая» форма достаточно развита (см. таблицу 6).

Таблица 6 (Table 6)

Активность использования интернета, % по строке
Activeness in using the internet, % by row

Цели использования интернета	Активность использования		
	Часто	Иногда	Редко или никогда
Общение с лично знакомыми людьми (мессенджеры, социальные сети)	70,4	12,3	17,3
Поиск единомышленников и общение с ними (форумы, блоги)	16,5	12,8	70,7
Работа	45,0	15,1	39,9
Получение новостной информации	58,7	19,3	22,0
Обучение	45,9	21,4	32,7
Покупки	23,5	25,7	50,8
Развлечения	60,5	20,5	19,0

При этом информацию, полученную в соцсетях, 38,8% респондентов называют ценной, а 30,2% с её помощью нашли работу или подработки. Всё это свидетельствует о том, что постепенно изменяются, становясь более доступными и эффективными, каналы формирования социального капитала, постепенно обретающего «соединяющее» значение.

Солидарность поколений

Социальная солидарность, которую Э. Дюркгейм [Дюркгейм 1991] считал одной из ключевых характеристик устойчивого общества, раскрывается также и через анализ солидарности поколений. Полученные в ходе проведённого исследования данные отражают направленность и содержание взаимных обменов между молодым и родительским поколениями. Начнём с выяснения того, в чём выражается помощь родителей взрослым детям: денежную помощь от родителей получают две трети миллениалов, причём каждый пятый респондент считает такую помощь существенной. Взрослые дочери получают существенную помощь от родителей чаще, чем взрослые сыновья (соответственно, 25 и 18%). Косвенно это указывает на то, что мужчины в большей степени, чем женщины, воспринимают себя сами и воспринимаются другими членами семьи как финансово самостоятельные субъекты. В то же время о незначительной монетарной помощи сообщили молодые мужчины и женщины примерно в равных долях (44 и 43%).

Наиболее интенсивная материальная помощь от родителей поступает в тот период, когда значительная по численности группа молодёжи получает профессиональное образование (в возрасте 18–22 года). В дальнейшем численность принимающих помощь от родителей сокращается, однако её получают 13% молодых людей в возрасте 32–35 лет, и эта помощь существенна; о незначительной монетарной помощи от родителей сообщают 44% респондентов, находящихся в соответствующем возрастном интервале (см. таблицу 7).

Таблица 7 (Table 7)

**Наличие помощи от родителей деньгами по возрастным группам,
% от проживающих отдельно от родителей, по строке**
*Reception of financial support from parents by age group,
% of those living separately from their parents, by row*

Возрастные группы, лет	Наличие помощи от родителей деньгами		
	Существенная	Незначительная	Отсутствует
18–22	49,6	36,8	13,6
23–27	20,0	50,3	29,7
28–31	17,1	42,5	40,4
32–35	13,3	44,3	42,4
В целом	21,6	44,1	34,3

С получением профессионального образования, особенно высшего, монетарная помощь сокращается, однако и для 16% получивших высшее образование она остаётся существенной. Тем не менее, это наименьшая доля получающих финансовую помощь от родителей среди имеющих высшее профессиональное образование.

Важно обратить внимание на то, что финансовая помощь от родителей поступает безотносительно к тому, как респонденты оценивают своё материальное положение (см. таблицу 8). Это, вероятнее всего, означает, что их оценка осуществляется уже с учётом родительской помощи, которая тем весомее, тем выше респонденты себя оценивают по шкале уровня материального положения.

Таблица 8 (Table 8)

Наличие помощи от родителей деньгами по группам материальной обеспеченности, % от проживающих отдельно от родителей, по строке
Reception of financial support from parents by financial security groups, % of those living separately from their parents, by row

Уровень материальной обеспеченности	Наличие помощи от родителей деньгами		
	Существенная	Незначительная	Отсутствует
Выше среднего	26,1	36,7	37,2
Средний	20,5	46,3	33,2
Ниже среднего	20,4	44,4	35,2
В целом	21,6	44,1	34,3

Если существенную финансовую помощь в целом получают около четверти респондентов, то значительную помощь в немонетарных формах – уже 42%. Лишь каждый четвёртый респондент лишён таких видов помощи. Молодые женщины чаще говорят о получении существенной помощи в немонетарном виде, чем мужчины (соответственно, 46,8 и 37,3%).

Отсутствие монетарной помощи со стороны родителей уже получившим профессиональное образование и работающим компенсируется поступлением родительской помощи в немонетарных формах (см. таблицу 9). Другие респонденты, особенно находящиеся в отпуске по уходу за ребёнком, в большинстве получают нефинансовые виды родительской помощи.

Такие виды помощи в большинстве случаев достаются неполным семьям с детьми, хотя её получают и более половины полных семей с детьми (58%). Наличие внуков, таким образом, сильно стимулирует старшее поколение к осуществлению различных видов нефинансовой помощи.

Неденежные виды помощи поступают в существенных объёмах к молодым людям независимо от их материального положения, формируя доступные для родительских семей стандарты сплочённости поколений.

Далее мы можем дать интегральную оценку помощи представителям молодого поколения со стороны старшего. Согласно полученному распределению, 15,8% молодых людей совсем лишены помощи, 17,7%

получают её в минимальном виде, 28,7% – в среднем. В то же время 37% респондентов характеризуются соответствующим показателем на уровнях выше среднего или высоким.

Таблица 9 (Table 9)

Наличие нефинансовой помощи от родителей по типам занятости,
% от проживающих отдельно от родителей, по строке
Reception of nonfinancial support from parents by types of employment,
% of those living separately from their parents, by row

Тип занятости	Наличие нефинансовой помощи от родителей		
	Существенная	Незначительная	Отсутствует
Работают и не учатся	40,2	32,9	26,9
Работают и учатся	36,7	33,9	29,4
Не работают и учатся	52,4	29,5	18,1
В декрете/отпуске по уходу за ребёнком	51,5	33,5	15,0
Не работают и не учатся	44,3	27,3	28,4
В целом	42,1	32,1	25,8

Теперь рассмотрим другую сторону межпоколенческого обмена – от детей к родителям. Каждый третий респондент сообщает, что он оказывает денежную помощь родителям, причём 23,6% молодых людей считают её существенной. Если получателями финансовой помощи от родителей были скорее молодые женщины, то теми, кто её оказывает, в большинстве случаев оказались молодые мужчины.

Что касается планов помогать родителям в старости – здесь существует полный консенсус относительно того, что такую помощь предстоит оказывать обязательно: это мнение поддерживают 96% опрошенных. Такие ответы, скорее, следует интерпретировать как общее следование социальной норме, нежели как реальные стратегии, которые обязательно будут осуществляться.

Социальные обмены, благотворительность, волонтерство

Анализ международного опыта показывает, что миллениалы являются активными участниками социальных обменов, участвуя в различных видах волонтерства, благотворительности и пр. Подобные социальные практики поддерживаются государственными и общественными институтами: различные виды немонетарных бонусов стимулируют участие молодёжи в социальных обменах. Одной из задач нашего исследования было выяснить, насколько широко подобные социальные практики распространены в России.

Выяснилось, что неродственные социальные обмены находят определённое распространение среди миллениалов, но они значительно уступают родственным обменам. Денежную помощь друзьям на регу-

лярной основе оказывают около 7% респондентов, незнакомым людям – ничтожно малая доля молодёжи, не превышающая 3%. В то же время более половины миллениалов способны оказать экстренную денежную помощь друзьям, а треть опрошенных – незнакомым людям.

С годами каналы монетарной помощи несколько меняются (см. таблицу 10). Так, с возрастом сокращается помощь друзьям, и, наоборот, растёт помощь родственникам (разница между крайними возрастными группами составляет 7 п.п.) и незнакомым людям (соответствующая разница меньше 3 п.п.).

Таблица 10 (Table 10)

Каналы оказываемой монетарной помощи (регулярно или иногда), по возрастным группам, %, допускалось несколько ответов
Source of received financial support (frequent or occasional), by age groups, %, multiple answers were allowed

Возрастные группы, лет	Каналы оказываемой монетарной помощи		
	Родственники	Друзья	Незнакомые
18–22	69,5	68,4	35,8
23–27	77,2	66,0	32,6
28–31	78,2	62,9	38,5
32–35	76,7	59,0	38,0
В целом	75,9	63,8	36,4

Уровень образования молодёжи не оказывает существенного влияния на социальные обмены, можно лишь отметить несколько бóльшую склонность к оказанию неперсонифицированной благотворительности со стороны получивших высшее образование.

Чем выше уровень материального положения респондентов, тем чаще они оказывают денежную помощь кому-либо, особенно родственникам. Что касается помощи незнакомым, то её оказывают в равной степени представители всех доходных групп, но, как правило, это разовая помощь.

Агрегировав полученные данные, мы можем сделать заключение о плотности социальных обменов, в которые включены миллениалы (см. таблицу 11). Модальную группу составляет та часть респондентов, которая включена в два канала денежной помощи в качестве доноров.

Таблица 11 (Table 11)

Включённость в систему оказания монетарной помощи, %
Involvement in financial support provision system, %

Включённость (количество объектных групп)	Число респондентов
Низкая (не более одного канала)	35,5
Средняя (два канала)	40,2
Высокая (три канала)	24,3

По данному показателю мужчины активнее, чем женщины; наиболее высокую включённость в социальные обмены демонстрируют респонденты, находящиеся в возрасте 28–31 год. Низкая включённость в социальные обмены наиболее характерна для малообеспеченных респондентов, а высокая – для имеющих уровень материального положения выше среднего.

Были выявлены представления респондентов относительно того, в каких случаях в первую очередь следует оказывать денежную помощь. Подтвердилось очевидное предположение – тем, кто оказался в трудной жизненной ситуации. А также более половины миллениалов считают, что следует участвовать в различных краудфандинговых кампаниях, в том числе направленных на сбор денег для произведений искусства, создаваемых без помощи государства (см. таблицу 12). Можно сказать, что миллениалы готовы выступать в качестве самостоятельных субъектов социального действия.

Таблица 12 (Table 12)

Представления о том, кому следует оказывать финансовую помощь, % по строке
Opinions on who needs to receive financial support, % by row

Группы получателей	Представления		
	Нужно оказывать помощь	Не нужно оказывать помощь	Затруднились ответить
Находящиеся в сложной жизненной ситуации	91,6	4,6	3,8
Создающие фильмы, спектакли без помощи государства	54,2	35,0	10,8

Рассмотрим неденежные формы благотворительности. Так или иначе, в такую деятельность включена почти половина миллениалов. В отличие от мужчин, которые были более активны в оказании монетарных видов помощи, молодые женщины более активны в оказании помощи немонетарной (соответственно, 37% мужчин и 56% женщин). Наиболее материально обеспеченные респонденты оказались более активны не только в оказании денежной помощи, но также и в немонетарной её форме.

Таким образом, представленные данные показывают, что миллениалы достаточно активно участвуют в различных формах социального обмена, хотя регулярные практики социальной поддержки и благотворительности ещё не нашли массового распространения. Тем не менее ориентация на включённость в социальные обмены среди миллениалов очень высока, о чём свидетельствует, например, тот факт, что 95% респондентов высказывают одобрения волонтерским движениям в стране.

Обратимся к другой стороне социального обмена, то есть к объёмам и источникам помощи, которую представители молодёжи рассчитывают получить в случае необходимости. Её можно рассматривать как сформировавшийся у них социальный капитал. Как следует из данных таблицы 13, по представлениям самих миллениалов, они располагают

значительным объёмом такого вида капитала. Источниками помощи могут выступать прежде всего родственники, затем друзья, на помощь которых рассчитывают более 80% респондентов, и, наконец, на третьем месте – волонтерские и благотворительные организации, помощи от которых ожидает каждый второй респондент.

Таблица 13 (Table 13)

Возможность получения помощи, % по строке
Opportunity for receiving support, % by row

Субъекты	Возможность получения помощи		
	Присутствует	Отсутствует	Затруднились оценить
Родственники	87,0	11,7	1,3
Друзья	81,2	16,8	2,0
Коллеги	63,3	30,8	5,9
Государственные органы	25,9	64,7	9,4
Волонтерские, благотворительные объединения	52,3	33,8	13,9

Агрегировав число источников помощи, получаем индекс солидарности, который у миллениалов значительно выше, чем у старших поколений. Так, менее чем на три источника помощи могут рассчитывать 28,1%, на три-четыре – 59,4%, на пять – 12,5% респондентов.

В то же время имеются определённые возрастные различия, проявляющиеся в том, что с переходом в каждую следующую возрастную когорту снижается численность группы тех, кто рассчитывают на максимальную диверсификацию субъектов помощи, и, наоборот, растёт численность группы, представители которой рассчитывают на минимальное число субъектов помощи. Это означает, что с возрастом и социальным опытом надежды на высокую общественную сплочённость угасают.

Некоторые выводы

При значительном внутреннем разнообразии и неоднородности российские миллениалы выступают в качестве целостного поколения, и по своим социальным ориентациям и поведенческим характеристикам отличаются от старших поколений. Их статусная самооценка существенно выше, и в её основе лежат несколько иные критерии. Хотя уровень материального положения, как и у старших поколений, играет ведущую роль, в основе самоидентификации лежат также уровень образования и профессиональный статус, что, как хочется надеяться, свидетельствует о готовности признать ценности меритократического общества. Социальный капитал миллениалов формируется из иных, чем прежде, более разнообразных и доступных источников, а его использование в социальной и деловой сферах становится более эффективным. Миллениалы декларируют высокую степень солидарности со старшим поколением, одновременно в значительном масштабе принимая

от него финансовую и немонетарную помощь. В то же время они в высшей степени лояльны к различным проявлениям благотворительности и волонтерства, нередко сами в них участвуя. В целом можно сказать, что миллениалы достаточно плотно включены в систему социальных обменов и готовы выступать в качестве самостоятельного субъекта социального действия.

Библиографический список

Авраамова Е. М. 2018. Средний класс: мировые тренды и российские реалии // *Общественные науки и современность*. № 2. С. 22–33.

Грановеттер М. 2009. Сила слабых связей // *Экономическая социология*. Т. 10. № 4. С. 31–50.

Дюркгейм Д. Э. 1991. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука. 575 с.

Инглхарт Р., Вельцель К. 2011. Модернизация, культурные изменения и демократия. М.: Новое издательство. 464 с.

Мангейм К. 1998. Проблема поколений // *Новое литературное обозрение*. № 2 (30). С. 7–47.

Маркузе Г. 1970. Очерк об освобождении. М.: Наука. 80 с.

Никонов Е. Л., Шамис Е. М. 2017. Теория поколений. Необыкновенный Икс. М.: Издательский дом Университета «Синергия». 140 с.

Патнем Р. 1996. Чтобы демократия сработала: гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem. 287 с.

Петухов В. В. 2014 Поколение «нулевых»: идеологические установки и политическое участие в России // *Россия и Китай: молодёжь XXI века [монография]* / отв. редакторы: Горшков М. К., Ли Чунлинь, Голенкова З. Т., Козырева П. М. М.: Новый хронограф. С. 239–259.

Радаев В. В. 2018а. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // *Социологические исследования*. № 3. С. 15–33. 10.7868/S0132162518030029

Радаев В. В. 2018b. Прощай, советский простой человек! // *Общественные науки и современность*. № 3. С. 51–65.

RuGenerations – российская школа Теории поколений // Сайт проекта «RuGenerations – российская школа Теории поколений». URL: <https://rugenerations.su> (Дата посещения: 14.07.2019).

Тихонова Н. Е. 2018а. Модель субъективной стратификации российского общества и её динамика // *Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии*. Т. 126. № 1–2. С. 17–29.

Тихонова Н. Е. 2018b. Факторы жизненного успеха и социального статуса в сознании россиян // *Вестник Института социологии*. № 27. С. 11–43. 10.19181/vis.2018.27.4.536 URL: https://www.vestnik-isras.ru/files/File/Vestnik_2018_27/Tikhonova_11-43.pdf (Дата посещения: 28.07.2019).

Feuer L. S. 1969. *The Conflict of Generations: the character and significance of student movements*. N. Y.: Basic Books. 543 p.

Ghitza Y., Gelman A. 2014. *The Great Society, Reagan's Revolution, and Generations of Presidential Voting* Yair Ghitza Andrew Gelman / Unpublished manuscript, Columbia University // URL: https://static01.nyt.com/newsgraphics/2014/07/06/generations2/assets/cohort_voting_20140707.pdf (Дата посещения: 14.07.2019).

Lipset S. M. 1972. *Rebellion in the university*. Boston: Little, Brown & Co. 310 p.

Newcomb T. M., Turner R. H., Converse P. E. 1965. *Social Psychology: The Study of Human Interaction*. N. Y.: Holt, Rinehart and Winston. 495 p.

Putnam R. D. 2000. *Bowling Alone: The collapse and revival of American community*. N. Y.: Simon and Schuster. 541 p.

Strauss W., Howe N. 2009. *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*. Crown/Archetype. 400 p.

Mannheim K. 1929. *Ideologie und Utopie*. Bonn. 252 p.

Статья поступила: 23.06.2019

DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.591

The Social Positioning and Social Practices of Russian Millenials

Elena M. Avraamova

Institute of Social Analysis and Forecasting of The Russian Presidential Academy of National and Public Administration (RANEPА), Moscow, Russia

E-mail: avraamova-em@ranepa.ru

ORCID ID: 0000-0002-8849-9429

For citation: Avraamova, E. M. The social positioning and social practices of Russian millenials. *Vestnik instituta sotziologii*. 2019. Vol. 10. No. 3. P. 78–95. DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.591

Abstract. This article examines approaches towards studying generations. Millenials are highlighted as a specific object of research. Given their considerable inner diversity and non-uniformity, Russian millenials can be considered to be a holistic generation, which differs from elder generations in terms of social orientations and behavioral characteristics. The social self-identification of Russian millenials is examined, while identity criteria for various youth groups are defined. It is revealed that their self-assessment of status is considerably elevated when compared to elder generations, the former being based on somewhat different criteria. Despite the fact that material well-being, as is the case with elder generations, plays a key role in self-evaluation of status, millenials' self-identification is also based on education level and professional status, which might indicate their willingness to accept the values of a meritocratic society. Millenials' social capital is developed using sources provided by the new information-communication environment, with said sources being more diverse and attainable than ever before. Thanks to these new opportunities for developing social capital, the latter can be used much more efficiently in various environments. Millenials declare their high degree of solidarity with elder generations, while accepting a considerable amount of monetary and non-monetary assistance from the latter. Meanwhile they are extremely sympathetic to various forms of charity and volunteerism, while often participating in such activity themselves. In general, you can say that millenials are rather tightly linked to the system of social exchanges, while being prepared to assume the role of independent subjects of social activity. This article is based on data from a study titled "Differentiation of youth

groups: economic activity, demographic behavior, social practices”, conducted by the Institute for Social Analysis and Forecasting (Russian Academy of National Economy and Public Administration) in 2019. The sample, which represents Russia’s population from age 18 to 35, consisted of 3.5 thousand respondents.

Keywords: youth, socio-economic behavior, socio-economic development, social practices, the theory of generations, the millennials, resources of development, social capital, social structure.

References

- Avraamova E. M. Middle class: global trends and Russian realities. *Social Sciences*, 2018; 2: 22–33 (In Russ.).
- Durkheim D. E. *The division of labour in society*. Moscow: Science, 1991: 575 (In Russ.).
- Feuer L. S. *The conflict of generations: the character and significance of student movements*. New York: Basic Books, 1969: 543.
- Ghitza Y., Gelman A. *The great society, Reagan’s revolution, and generations of presidential voting*. Columbia University, 2014. [Unpublished manuscript]. URL: https://static01.nyt.com/newsgraphics/2014/07/06/generations2/assets/cohort_voting_20140707.pdf [accessed: 14.07.2019].
- Granovetter M.S. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 1973; 78 (6): 1360–1380 (In Russ.).
- Inglehart R., Welzel C. *Modernization, cultural change, and democracy. The human development sequence*. Moscow: Novoe izdatel’stvo, 2011: 46 (In Russ.).
- Lipset S. M. *Rebellion in the university*. Boston: Little, Brown & Co, 1972.
- Mannheim K. *Das Problem der Generationen*. *Klner Vierteljahreshefte für Soziologie*, 1928; 7: 158–187.
- Mannheim K. *Ideologie und utopie*. Bonn, 1929.
- Marcuse H. *An Essay on liberation*. Boston: Beacon Press, 1969: 91.
- Newcomb T. M., Turner R. H., Converse P. E. *Social psychology: The study of human interaction*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1965.
- Nikonov E. L., Shamis E. M. *The theory of generations. Unusual X*. Moscow: Izdatel’skij dom Universiteta «Sinergija», 2017:140 (In Russ.).
- Petukhov V. V. *Generation “zero”: ideological attitudes and political participation in Russia*. In: *Russia and China: youth of the XXI century*. Moscow: Novyj hronograf, 2014: 239–259 (In Russ.).
- Putnam R. D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1994.
- Putnam R. D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster, 2000.
- Radaev V. V. 2018 a. *Millenials compared to previous generations: an empirical analysis*. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Studies*; 3: 15–33 (In Russ.). 10.7868/S0132162518030029
- Radaev V. V. 2018 b. *Farewell to the Soviet ordinary man*. *Social Sciences*; 3: 51–65 (In Russ.).
- Russian school of the Theory of generations. URL: <https://rugenerations.su> [accessed: 14.07.2019] (In Russ.).
- Strauss W., Howe N. *The fourth turning: What the cycles of history tell us about America’s next rendezvous with destiny*. Crown/Archetype, 2009: 400.
- Tihonova N. E. *Model of subjective stratification of Russian society and its dynamics*. *Vestnik obshhestvennogo mnenija. Dannye. Analiz. Diskussii = Bulletin of Public Opinion. Data. Analysis. Discussions*, 2018a; 126;1–2: 17–29 (In Russ.).
- Tihonova N. E. *Life success and social status factors in the minds of Russians*. *Vestnik Instituta sociologii = Bulletin of the Institute of Sociology*, 2018b; 27: 11–43 (In Russ.). 10.19181/vis.2018.27.4.536

The article was submitted on: 23.06.2019