

СЕРИЯ
СОЦИАЛЬНАЯ
ТЕОРИЯ

Вадим Радаев
Миллениалы
*Как меняется
российское общество*

Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2019

УДК 316.4.051.6
ББК 60.524
P15

ПРОЕКТ СЕРИЙНЫХ МОНОГРАФИЙ
ПО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ
И ГУМАНИТАРНЫМ НАУКАМ

Руководитель проекта АЛЕКСАНДР ПАВЛОВ

Рецензенты:

д.соц.н. В.И. Ильин

д.соц.н. Е.Л. Омельченко

Радаев, Вадим

P15 Миллениалы: Как меняется российское общество [Текст] / В. В. Радаев; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 224 с. — (Социальная теория). — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-1985-1 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-2009-3 (e-book).

В книге обосновывается идея социального перелома в современной России, вызванного сменой поколений. Развивается социологический подход к анализу поколений, построена их оригинальная классификация. Особый фокус делается на поколении миллениалов, вступивших в период взросления в 2000-е годы. Для сравнительного анализа поколений используются данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (1994–2016 гг.). Обнаружены устойчивые значимые межпоколенческие различия в планировании семьи, использовании цифровых технологий, приверженности здоровому образу жизни, уровне религиозности, оценке своего субъективного благополучия и по другим социальным показателям. Выявлены случаи, когда миллениалы ускоряют ранее сложившиеся тренды, и случаи, когда они обеспечивают перелом этих трендов. Книга завершается эссе о характерных чертах миллениалов и вызовах, возникших в ходе обучения нового молодого поколения.

УДК 316.4.051.6

ББК 60.524

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики
<<http://id.hse.ru>>

doi: 10.17323/978-5-7598-1985-1

ISBN 978-5-7598-1985-1 (в пер.)
ISBN 978-5-7598-2009-3 (e-book)

© Радаев В.В., 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ. КАК РОДИЛАСЬ ТЕМА МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА	7
ТЕОРИЯ	13
ГЛАВА 1. ГИПОТЕЗА СОЦИАЛЬНОГО ПЕРЕЛОМА, ИЛИ ПРОЩАЙ, СОВЕТСКИЙ ПРОСТОЙ ЧЕЛОВЕК	15
ГЛАВА 2. ПОКОЛЕНИЯ КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ	31
МЕТОДОЛОГИЯ	41
ГЛАВА 3. ВЫДЕЛЕНИЕ ПОКОЛЕНИЙ	43
ГЛАВА 4. ИЗМЕРЕНИЕ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ.	52
ЭМПИРИКА	63
ГЛАВА 5. МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКАЯ ДИНАМИКА: МИЛЛЕНИАЛЫ НА ФОНЕ ПРЕДШЕСТВУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ	65
ГЛАВА 6. РАЗДЕЛЕННОЕ ПОКОЛЕНИЕ: ГОРОДСКИЕ И СЕЛЬСКИЕ МИЛЛЕНИАЛЫ	122
ЭССЕ	155
ГЛАВА 7. КАК ПОНЯТЬ МОЛОДЫХ ВЗРОСЛЫХ	157
ГЛАВА 8. КАК ОБУЧАТЬ НОВЫЕ ПОКОЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ	185
ЧТО ДАЛЬШЕ? ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ	211
Литература	214

Илье, моему сыну-миллениалу

Предисловие

Как родилась тема

межпоколенческого анализа

ТЕМА поколений родилась из простого искреннего непонимания. Долгое время я не интересовался молодежной проблематикой и, честно говоря, не считал ее сколь-либо значимой. Не то чтобы я не видел важности возрастных различий, просто они казались чем-то очевидным, лежащим на поверхности.

Первоначальный импульс пришел не от научных штудий, а, скорее, из обыденного опыта. В какой-то момент я как преподаватель и руководитель лаборатории, в которой всегда работало много молодых сотрудников, почувствовал, что мне стало труднее понимать новое поколение студентов — что их волнует, каковы их мотивы. Я видел, что даже лучшие из них как-то мечутся и не могут определиться со своим будущим (а следовательно, и с настоящим), не в состоянии понять, чего они сами хотят. И рациональные, как мне тогда казалось, объяснения им уже не помогают.

С предыдущим молодым поколением студентов, а затем сотрудников разница в возрасте у меня тоже была немаленькая, но ощущения разрыва не возникало. Они были намного моложе, но не были Другими. А новое поколение воспринималось как Другое, не хорошее или плохое, а именно как Другое, не вполне понятное. Чувствовалось, что оно сильно отличается не только от моего более старшего поколения,

но и от своих ближайших предшественников. Кто-то скажет, что просто выросла возрастная дистанция. Может, и так. Но интуиция подсказывала, что здесь может скрываться нечто большее. И это нечто связано не только с повальным распространением Интернета и все более совершенных гаджетов.

Столкнувшись с этим общим непониманием, я начал обращать внимание и на какие-то более частные вещи, которые с трудом поддавались объяснению. Например, я с удивлением замечал, что многие окружающие меня молодые люди не пьют алкоголь или пьют его в смехотворных, по нашим меркам, дозах (если вспомнить наши молодые годы). Поскольку чуть ранее я начал заниматься этой темой и понимал, что алкоголь — это не обычный товар наряду с йогуртами и майонезами, я обратился к количественным данным. Они подтвердили, что самое молодое взрослое поколение в России все чаще отказывается от потребления алкоголя, причем не только от традиционной водки и самогона, замещая их менее крепкими напитками (пивом, вином или слабоалкогольными коктейлями), а от алкоголя в целом. Здесь возник явный парадокс. Дело в том, что 2000-е годы в России были максимально благоприятными для увеличения потребления алкоголя — устойчиво росли реальные доходы населения, алкоголь в относительных ценах становился все более дешевым, выросло качество алкогольной продукции (особенно это касалось качества пива после революции в пивоваренной индустрии в конце 1990-х годов), уменьшилось количество низкопробных подделок, существенно расширился ассортимент продукции. Иными словами, пей — не хочу. Весь исторический опыт самых разных стран говорит о том, что именно в такие периоды, с ростом доходов населения и доступности качественного продукта, потребление алкоголя должно возрастать. А молодежь, вступившая в годы взросления именно в 2000-е годы, наоборот, начала отказываться от питья или, по крайней мере, его сокращать. Причем произошло это до наступления последних экономических

кризисов и активного разворачивания новой антиалкогольной реформы. Что же тогда случилось?

К этому добавлялись все новые и новые частные наблюдения. И в какой-то момент возникло нарастающее более общее ощущение социального перелома, ощущение того, что мы, ошарашенные бурными 1990-ми и убаюканные относительным благополучием 2000-х, видимо, пропустили какие-то важные социальные сдвиги, которые произошли именно в 2000-е и были связаны с приходом нового поколения. Признаемся, мы во многом заиклены на громких политических событиях и экономических реформах. А молодое поколение (миллениалы) входило во взрослую жизнь в 2000-е годы, когда не было ни того ни другого, время было относительно стабильное и спокойное. И вообще это был самый (некоторые скажут «единственный») комфортный период во всей новейшей истории России.

Желание разобраться подтолкнуло, с одной стороны, к ранее проведенным исследованиям, которые только подтверждали возникшие интуиции, а с другой стороны, к количественным данным. Благо под рукой была прекрасная база данных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ с множеством переменных, отслеживаемых почти за четверть века. В этих условиях тем более не хотелось ограничиваться общими рассуждениями. Хотелось проверить, действительно ли миллениалы значимо отличаются от своих предшественников. И если отличаются, то где они ускоряют ранее возникшие тенденции, а где находятся в точках перелома этих тенденций.

Словом, меня заинтересовала не молодежь сама по себе, а именно нынешняя молодежь, точнее, молодые взрослые, или те, кого сегодня принято называть миллениалами¹. Они

¹ Популярность термина «миллениалы», по данным Google trends, начала возрастать в России с середины 2016 г.

родились в период начиная с первой половины 1980-х до конца 1990-х годов, и к началу 2018 г. им было примерно от 18 до 35 лет.

Впрочем, начиная книгу о молодом поколении, я должен оговориться, что меня все же интересуют не поколения как таковые. Цель данного исследования — не в том, чтобы «правильно» их выделить и построить стандартный социологический портрет. Скорее, я убежден в том, что правильно поставленный вопрос о молодежи (не просто как о возрастной группе, а об условиях взросления) немедленно становится вопросом о новых трендах и характере социальных изменений в целом. Анализ межпоколенческой динамики, которому посвящена эта книга, — лишь один из удобных инструментов для изучения этих изменений. Инструмент, который приобрел особую значимость именно сейчас...

Понятно, что разделение поколений связано с немалыми условностями и ограничениями, и использование подобных категорий вызывало и будет вызывать немало сомнений и справедливой критики. Операциональное выражение категории «поколение» и в самом деле весьма проблемно. Но, как метко заметил в свое время Теодор Шанин, ровно то же самое следует сказать о понятиях «класс», «этничность» и множестве других базовых категорий, благополучно используемых социальными науками [Шанин, 2005, с. 38].

Несколько слов о структуре книги. Она начинается с теоретического раздела. В нем подвергается критике излишне политизированный подход к анализу поколений, который подводит нас к мысли об отсутствии в России за последние четверть века существенных социальных изменений и сохранении архетипа советского простого человека в молодых людях, которые никогда не жили при советском строе. Этому взгляду мною противопоставляется общая гипотеза социального перелома, связываемого именно с приходом нового поколения миллениалов. При этом я опираюсь на

социологический подход к выделению и анализу поколений, основы которого излагаются во второй части теоретического раздела.

Раздел по методологии также состоит из двух частей. В первой части я предлагаю собственную классификацию поколений применительно к советской и постсоветской истории, а во второй характеризую источники данных и основные методы их анализа.

Наиболее обширной является эмпирическая часть. Здесь содержатся результаты статистических расчетов, позволяющие сопоставить миллениалов со всеми предшествующими поколениями по множеству значимых социальных параметров и уловить новые тренды, которые порождаются или подхватываются новым поколением молодых взрослых. А затем я берусь за самих миллениалов, разделив их на городскую и сельскую группы, чтобы показать внутреннюю неоднородность самого этого поколения. По всей видимости, мною предпринята первая попытка систематического количественного анализа социальных межпоколенческих различий в современной России.

После эмпирической части, опирающейся на расчеты и графики, приходит черед более вольного формата эссе. Это форма размышлений, построенных на основе личного опыта и интуиции, а также на результатах чужих исследований, а не собственного строгого статистического анализа. Здесь предпринимается попытка представить более общую картину социальных изменений, достроить идентичность нового молодого поколения признаками, по которым у нас еще нет надежных статистических данных, и, возможно, набросать множество гипотез для будущих исследований (без возложения на автора ответственности за их проведение). В первом эссе я пытаюсь отобразить и увязать характеристики, отличающие молодых взрослых. А во втором задаюсь более прагматичным вопросом — как нам справиться с новыми вызовами и эффективнее учить наших нынешних

студентов-миллениалов, которых, кстати, уже «подпирает» новое поколение Z.

Ряд материалов был опубликован ранее в разных журналах [Радаев, 2018а; 2018б; 2019; Радаев и др., 2018]. Все они дополнялись и перерабатывались специально для этого издания. Разумеется, к ним добавились и совершенно новые тексты.

Осталось сказать, что данная работа выполнена в рамках проекта Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ. Я особенно благодарен своим коллегам по Лаборатории, а также всем тем, кто участвовал в обсуждении моих докладов в разных аудиториях Москвы и Санкт-Петербурга, высказав немало ценных суждений и замечаний, которые я постарался учесть в данной книге. Некоторые мои выступления и обсуждения темы межпоколенческого анализа доступны онлайн².

Особо благодарю официальных рецензентов В.И. Ильина и Е.Л. Омельченко, а также Е.С. Бердышеву, Д.Х. Ибрагимову и З.В. Котельникову за важные замечания и комментарии по рукописи книги. Также выражаю признательность В.С. Магуну, И.В. Павлюткину, Я.М. Рощиной, Д.С. Сальниковой и Г.Б. Юдину за замечания по отдельным материалам будущего издания.

² См., например: <<https://www.youtube.com/watch?v=wGhCYI9yl5k>>; <<https://eu.spb.ru/news/18058-millennialy-na-fone-predshestvuyushchikh-pokolenij-empiricheskij-analiz>>; <<https://otr-online.ru/programmi/gamburgskii-schet/prorektor-vshe-vadim-81799.html>>; <<https://foi.hse.ru/teach4hse/teachersroom>>.

ТЕОРИЯ

В этом разделе мы увидим, как излишне политизированный подход приводит к разочарованию в современной молодежи и в межпоколенческом анализе, мешая увидеть социальный перелом, связанный с приходом нового поколения.

Глава 1

Гипотеза социального перелома,

или

Прощай, советский простой человек

СОВЕТСКИЙ ЧЕЛОВЕК НЕ УШЕЛ?

ПРОИСХОДЯТ ли социальные изменения, какова их направленность, насколько эти изменения глубоки и чем они вызваны — все эти вопросы постоянно находятся в центре внимания. Одним из ключей к пониманию этих вопросов служит видение того, как меняется человек и его взаимоотношения с другими людьми. Говоря о человеке в современной России, нельзя не обратить внимания на многолетнее социологическое исследование, инициированное еще в 1989 г. Ю.А. Левадой и его коллегами (Л.Д. Гудковым, Б.В. Дубиным, А.Г. Левинсоном и др.), результатом которого стало выведение особого антропологического типа «советский простой человек» [Советский..., 1993]. Проект имел долгосрочный характер, замеры общественного мнения делались в 1994, 1997, 2003, 2008 и 2012 гг.

Первоначально «советский простой человек» изучался как «уходящая натура», как тип человека, сформированного в условиях социализма. Но впоследствии авторами исследования было сделано заключение о том, что с разрушением социалистического строя тип советского человека никуда не уходит, хотя и теряет роль бывшего нормативного образца. В новом тысячелетии произошла его реставрация,

более того, в определенных ситуациях он начал выходить на передний план. Утверждается, что этот человек адаптировался к изменениям, порожденным реформами, и сохранил свои основные черты. При этом он не в состоянии (или не склонен) менять сложившиеся условия. Причина видится в том, что, хотя советская система рухнула, ее институты остались прежними, изменения оказались поверхностными, не затрагивая оснований слившихся общества и государства, человек же оказывается производным от существующих институтов. Отсюда делается своего рода парадоксальный вывод: молодые люди, даже не жившие при советском строе, мало чем отличаются по своим жизненным установкам от своих родителей. В итоге с приходом новых поколений общество не развивается, а деградирует [Гудков, 2007; 2016]. Приведем развернутое высказывание, характеризующее эту позицию:

«За 25 лет, прошедших после распада СССР, сменилось целое поколение; в жизнь начали входить молодые люди, не жившие при советской власти, однако мало чем отличающиеся по своим жизненным установкам от поколения своих родителей, в меньшей степени — от своих дедов. Пришлось признать, что дело не в том, чего хотят и как ведут себя молодые люди, а что с ними делают существующие социальные институты, в рамки которых молодежь так или иначе должна вписаться, принять их и жить по их правилам. Основные механизмы воспроизводства этого человека обеспечены сохранением базовых институтов тоталитарной системы (даже после всех модификаций или их рекомбинации)» [Гудков, 2016].

Далее мы рассмотрим специфику и ограничения данного подхода, в особенности его импликация для анализа межпоколенческих сдвигов, и предложим свой альтернативный взгляд.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ ПОКОЛЕНИЙ

Для того чтобы понять истоки упомянутого выше подхода, посмотрим, как выделялся архетип «советского простого человека». Этот человек понимался как «идеально типическая конструкция человека, представляющая сложный набор взаимосвязанных характеристик, которые связывают и социальную систему (институционально регулируемое поведение), и сферу символически смыслового производства (социокультурные образцы, паттерны поведения и ориентации)» [Гудков, 2007, с. 220]. Мы согласны с тем, что исторический тип человека характеризуется совокупностью социальных условий. Но важно, как определяются эти условия. В анализируемом случае этот идеально-типический конструкт изначально строился преимущественно как человек политический. В качестве его основных черт выделялись: принудительная самоизоляция, государственный патернализм, эгалитаристская иерархия, имперский синдром [Советский..., 1993, с. 24]. Этот человек целиком принадлежал государству. Его сущностные характеристики образуются взаимоотношениями с (государственной) властью. И сегодня, по прошествии как минимум четверти века, в качестве главной особенности «советского простого человека» по-прежнему видятся «умение адаптироваться к административному и полицейскому произволу, способность уживаться с репрессивным государством» [Гудков, 2016]. Этот политический подход плавно переносится на анализ социальных поколений и становится, как мы увидим далее, попыткой девальвации межпоколенческого анализа.

Исходной точкой всех социологических рассуждений о поколениях, как правило, становится идея К. Мангейма о важности значимых совместно переживаемых событий для формирования того или иного поколения [Мангейм, 2000, с. 15] (к ней мы еще вернемся в следующем разделе).

Но далее в процессе конкретизации эта идея подвергается ступенчатой трансформации. Сначала возникает интерпретация, в соответствии с которой содержательное сходство поколений заключается в состоянии пассивного страдания, репрезентации себя как «жертвы социальных процессов» [Семенова, 2003]. Иными словами, значимые события интерпретируются как травмы (аналогичный подход см.: [Edmunds, Turner, 2005]). А затем травмы, в свою очередь, интерпретируются главным образом как политические катаклизмы, т.е. результаты преимущественно политических событий. При таком подходе поколение как реальная (не только лишь статистическая) группа формируется исключительно в противостоянии власти и существующему политическому строю. Становится важным в том числе, за кого голосуют представители того или иного поколения, насколько активно они участвуют в политических акциях, и, шире, какие требования предъявляются к государству и политическому устройству в целом.

В российской социологии при анализе поколенческой динамики, на наш взгляд, политический подход оказался слишком сильно выраженным, определяя не только границы поколений, но, что более важно, характеристики самих поколений. Ю.А. Левада называл этот подход взглядом на общество «сверху», со стороны элит, формирующих значения событий и периодов [Левада, 2001]. При этом, разумеется, значимость «хода снизу» (от повседневной жизни массовых социальных групп) тоже признавалась, но отодвигалась на второй план. В этой трактовке к анализу поколений (в первую очередь молодежи) применяется понятие политической группы (в понимании М. Вебера), демонстрирующей коллективное мобилизованное действие. Если же политические группы в упомянутом смысле не формируются, проблематика молодежи в частности и поколений в целом утрачивает свою актуальность.

РАЗОЧАРОВАНИЕ В МОЛОДЕЖИ

Политический подход к поколенческому анализу порождает, среди прочего, немалые разочарования в молодых поколениях, от которых ожидают устремлений к системным политическим переустройствам. Дело в том, что молодежь в современной России во многом не оправдывает подобных ожиданий. В массе своей она не бросает вызов властной вертикали, не демонстрирует массового участия в протестных движениях. И в целом протестный потенциал с начала 2000-х годов при некоторых флуктуациях остается на сходном уровне.

Досадным образом для приверженцев политического подхода молодежь демонстрирует «ретроградное» понимание советской истории. Так, выявлено, что среди молодежи значимо уменьшается доля тех, кто считает наиболее важными событиями роспуск Советского Союза и попытку государственного переворота (путч) в 1991 г. [Седов, 2011]. Опросы 2011 и 2017 гг. показывают также, что многие из них готовы назвать И.В. Сталина самым выдающимся человеком всех времен и народов, причем доля молодых людей, с уважением относящихся к Сталину, в нынешнем поколении в сравнении с перестроечным выросла в 4–5 раз [Гудков, 2016].

Более того, по данным опросов общественного мнения, повышенная доля респондентов в молодом поколении выражает поддержку действующей власти и ее лидерам¹, показывает несколько более высокую готовность голосовать за правящую партию на выборах в Госдуму [Седов, 2011]. По данным Фонда «Общественное мнение» за 2018 г., среди молодежи 18–30 лет обнаруживается более высокая, чем в среднем, доля тех, кто в целом положительно относится к партии «Единая Россия», а также больше тех, кто думает,

¹ См., например, данные «ГеоРейтинга» ФОМ. <<http://bd.fom.ru/pdf/d13np10.pdf>>.

что авторитет «Единой России» растет². Среди молодежной группы более высока доля тех, кто считает нынешнюю Госдуму нужным органом власти³. Высокая поддержка проявлена и на выборах Президента России в 2018 г. По данным ВЦИОМ, явка среди избирателей в возрасте 18–34 лет составила 65,6%, а за В.В. Путина проголосовали 67,9%⁴. Во всем этом нынешним приверженцам модели советского простого человека видятся симптомы глубокой хронической болезни.

В результате возникает весьма безрадостная характеристика современной молодежи как новой реинкарнации советского простого человека, которая наделяется чертами апатичности, безучастности, пассивности и наличием «подросткового сознания». Не без горечи отмечается, что главным носителем реформ 1980-х годов стали не 30-летние, а 60-летние («шестидесятники», или дети «оттепели»). Но еще больше разочарований приносят 2000-е годы, когда оказывается, что повышенная доля представителей молодежных групп считает, что «дела в стране идут в правильном направлении».

Не усматриваются и возможности для возникновения «молодежного вызова» в обозримом будущем. Какие-то надежды всколыхнулись после протестного движения 2011–2013 гг. (серия событий на Болотной площади и др.) и продолжают появляться вновь при возникновении соответствующих событий, например, при выходе на несанкционированные митинги заметного числа школьников весной 2017 г. Но эти надежды ослабевают вместе со спадом очередной волны протестных действий, демонстрирующих (по крайней мере, пока) свою неустойчивость.

Характерно, что в политическом отношении молодежь становится объектом не только разочарований, но и серьез-

² <<https://fom.ru/Politika/14120>>.

³ <<https://fom.ru/Politika/13638>>.

⁴ <<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9002>>.

ных опасений. Обращается внимание на то, что нынешние молодежные группы в случае успеха коллективной мобилизации, т.е. своего превращения в политическую группу, зачастую склонны к экстремизму и могут использоваться правящими партиями в своих интересах. Вот перечень характерных черт, которые вызывают особую озабоченность: «Восторженный энтузиазм и максимализм требований нередко сочетался при этом с предельно упрощенными критериями, фанатизмом, этическим утилитаризмом, бескомпромиссностью и жестокостью по отношению к реальным или выдуманному противнику» [Левада, 2005, с. 242]. Пророскальзывают и явные опасения, что вместо Болотной площади или улицы Сахарова в Москве молодежь выйдет на Манежную площадь с совершенно другими недемократическими лозунгами, повторяя события 11 декабря 2010 г. Так что формирование политических групп на основе молодежных поколений в сегодняшних условиях связывается не только с позитивными ожиданиями, но может видаться и как нежелательное явление.

Иногда демонстрируется, впрочем, и более оптимистичный взгляд на будущность молодежных групп в связи с тем, что среди них в большей степени распространены либеральные экономические идеи [Седов, 2011]. Но фактологическое подкрепление у такого оптимизма пока довольно слабое.

В более общем контексте разочарованию в политическом потенциале молодежи сопутствует девальвация проблематики межпоколенческих отношений в целом. В логике изложенного выше подхода начинает казаться, что понятия «конфликта» или «разрыва поколений» — не более чем мнимые конструкции, или фантомные категории, образовавшиеся вследствие перенесения на общественные процессы несоразмерного понятийного аппарата:

«Само перенесение на общественные процессы понятийного аппарата, характерного для рассмотрения “фамильной” преем-

ственности, приводит к ряду *мнимых конструкций* — таковы, например, “смена”, “конфликт”, “разрыв” поколений» [Левада, 2005, с. 235].

В результате на основе политического подхода делаются два вывода: советский простой человек возродился из пепла (или вовсе не умирал), а поколенческие сдвиги в силу своей поверхностности несущественны — дети слишком похожи на своих отцов. На наш взгляд, этот перенос на молодых людей, не живших при социализме, идеалов даже не отцов, а, скорее, их дедов, является серьезной методологической ошибкой и вдобавок противоречит тому, что мы наблюдаем на повседневном уровне. И не потому, что подобная консервация в принципе невозможна (между советскими поколениями сохранялась немалая доля преемственности), а потому, что сегодня эта преемственность, по всей видимости, ослабла. И в дальнейшем мы попытаемся это показать.

ОТ ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ К МИЗАНТРОПИИ

Поскольку Ю.А. Левада и его коллеги опирались на многолетние и систематические эмпирические исследования, это помогало им сохранять относительно взвешенную позицию. Если же политический подход не опирается на результаты конкретных исследований, он способен превращать плодотворные в основе своей идеи в политизированные штампы. Примером политизированного подхода может послужить статья политолога В. Пастухова [Пастухов, 2015]. Как заведено, все начинается с классических идей К. Мангейма о переживании совместного уникального социального опыта и о разном вкладе поколений. Но тут же, наряду с «конструктивными поколениями», появляются «деструктивные поколения», чего Мангейм уже в виду не имел. Он писал намного более аккуратно, что «не всякое поколение

выстраивает свою собственную, особенную модель мирозидения и воздействия на мир», т.е. свою энтелехию [Мангейм, 2000, с. 44].

После выделения «деструктивных поколений» политизированный подход, рисующий действительность преимущественно в черно-белых тонах, невольно приводит к хронической мизантропии. Семидесятники характеризуются как «безыдейный псевдокоммунистический консьюмеристский планктон» и как «движение алчных потребителей, присвоившее себе романтические идеалы шестидесятников». Родившиеся накануне перестройки квалифицируются как «разочарованное поколение отвязных циников», «первое уже совершенно безыдейное, но еще советское по сути поколение». Характеристику же миллениалов, которое Пастухов называет «потерянным поколением», в силу нашего особого интереса к этому поколению, приведем в более полном виде:

«В жизнь вступает безвременное состарившееся поколение, у которого нет даже своего собственного будущего. Это поколение мегapotребителей, первым впечатлением жизни которых был ранний Путин. Оно смутно помнит беспредел 90-х, а СССР ему кажется вообще доброй старой сказкой. Авторитаризм, особенно в формате «суверенной демократии», является для него привычной и естественной средой обитания. Девиз этого поколения — урви от жизни все. Это убежденные консьюмеристы. Главным событием их жизни стал нефтяной бум, обеспечивший этому поколению небывалый и ничем не оправданный уровень жизни. Они инфантильны и агрессивны. Их амбиции сопоставимы только с их аппетитом. Из всех видов свобод наиважнейшей для себя они считают свободу потребления. Это поколение лишних людей, которому кажется, что оно востребовано. Оно является социальной базой всех провластных радикальных движений, но не потому, что любит власть, а потому, что любит красивую и комфортную жизнь. Оно не только поддерживает перерождение авторитаризма

в неототалитаризм, но и всячески провоцирует его. Поколение надежды оказалось поколением исторического тупика. Удел лучших его представителей — эмиграция, либо внешняя, либо внутренняя» [Пастухов, 2015].

Комментарии, как говорится, излишни. Миллениалы рисуются как пассивные, потребительски настроенные, заботящиеся лишь о себе и своем выживании. Они готовы снижать свои запросы, верят обещаниям властей. И даже сознание собственной исключительности и особенностей своей страны характеризуется в лучшем случае как невытравленные остатки имперского синдрома, а в худшем — как пережиток былого коммунистического сознания. И в целом перед нами предстает поистине безрадостная картина: на смену «разочарованному поколению» приходит «потерянное поколение», а за ним следует «поколение без будущего» — в таком мизантропическом анализе сквозит явное разочарование и раздражение, и возникает ощущение полной безысходности.

Последняя надежда все же оставляется и связывается с растущим поколением Z, родившимся в 2000-е годы, которое, как ожидается, будет более цельным и дееспособным. Основная причина цельности, оказывается, заключается в том, что оно вырастает «в условиях более жесткой диктатуры». Так, от представления о том, что жизнь поколений определяется преимущественно политическими событиями, мы приходим к фантазмагориям о том, что самым сильным и формирующим поколение впечатлением («первым впечатлением жизни») становится «ранний Путин».

Конечно, это своего рода крайняя позиция (если говорить об интеллигентных версиях), но в ней проявляются все условности и недостатки политизированного подхода. Это взгляд демократически настроенной советской интеллигенции, пережившей Советский Союз. Именно им мы обязаны демократизацией и горбачевской перестройкой. И именно

они продолжают смотреть на социальные изменения через призму противостояния власти (в первую очередь государству), перенося на последующие поколения комплекс собственных разочарований в результатах перемен начала 1990-х годов, которые они сами во многом породили.

В итоге политизированный подход попадает как минимум в две ловушки. Во-первых, считается, что поколение, чтобы его имело смысл рассматривать социологически, должно стать субъектом коллективного политического действия, т.е. политической группой в веберовском смысле, причем, по всей видимости, должно противостоять существующей власти. Заметим, что и то и другое не вполне очевидно — речь может идти, например, о совершении типических неорганизованных индивидуальных действий, которые отличают данное поколение от других поколений. И во-вторых, политическое действие в сильной степени сводится к электоральному и протестному поведению. Последнее выступает еще более сильным ограничением. Ведь сфера политического заведомо шире. А кроме политической сферы есть другие, не менее важные области деятельности. В любом случае, критерий противостояния власти точно не является единственным и, вероятно, не должен быть главным мерилем социальных изменений. И нам кажется, что отсутствие устойчивого и массового политического противостояния молодежи власти и ее представителям вовсе не означает, что проблематика поколенческих сдвигов и разрывов между поколениями уже не актуальна. Действительно, молодежные группы по ряду признаков становятся менее политизированными, чем их предшественники. И возможно, для молодежи вопрос — поддерживать или не поддерживать В.В. Путина — не является столь судьбоносным, как представляется их старшим братьям. Они могут не придавать такого значения голосованию в принципе, имея другую оптику и иной взгляд на саму политическую сферу.

НОВЫЕ ФОРМЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО
И ГРАЖДАНСКОГО

В настоящее время меняется само понимание политического и его границ, которое все меньше увязывается с электоральным поведением. Судя по всему, молодежь все больше оказывается вне зоны влияния политических партий. И речь идет не о российском, а, скорее, о глобальном явлении, когда происходит изменение способов политической организации. Все чаще используются механизмы горизонтальной мобилизации, опирающиеся на новые формы сетевой коммуникации и не связанные с вертикалями власти и партийным представительством. Яркой демонстрацией такого рода действий стали выступления «желтых жилетов» во Франции в конце 2018 г. Несложно предположить, что подобное движение распространится на другие страны, ибо оно улавливает и выражает более общий политический тренд, который особенно характерен для молодых поколений. Традиционные политические партии в этой ситуации рискуют остаться не у дел.

Заметим, что американские миллениалы, например, также в меньшей степени, чем старшие поколения, идентифицируют себя с конкретной политической партией, примерно половина из них заявляют о своей политической независимости и о том, что не поддерживают никакую конкретную политическую партию [Millennials in Adulthood..., 2014].

Не менее важно и то, что социальная энергия и коллективное (мобилизованное) действие могут уходить в другие плоскости и другие формы активности. Это хорошо выражено, например, Е. Омельченко в интервью «Republic». Молодежь вовсе не пассивна, она проявляет выраженное стремление влиять на происходящее и быть услышанной.

Но реализуется это стремление в других формах. Возрастает ориентация на гражданские проекты неполитизированного свойства, связанные с большей индивидуализацией и политикой малых дел. Их объектами в большей степени становятся экология и защита животных, городские инициативы, спортивные практики, разного рода волонтерство. Они воплощаются в локальные предпринимательские проекты, соединяющие экономические и гражданские начинания [Омельченко, 2018].

Например, опросы населения показывают, что более половины взрослого населения (в большей степени люди молодого и среднего возраста) вовлечены в разного рода волонтерскую деятельность по безвозмездному оказанию помощи [Волонтерство..., 2014]. Волонтерство иногда может внешне напоминать советские практики (например, проведение субботников), но по сути является иной, добровольческой, а не принудительной деятельностью. Добавим, что подобная активность чаще всего не имеет политического характера (о несовместимости волонтерской и протестной деятельности см.: [Оберемко, Истомина, 2015]).

В каких еще сферах реализуется социальная и гражданская активность? Это должно стать предметом более пристального изучения.

ОБЩАЯ ГИПОТЕЗА О СОЦИАЛЬНОМ ПЕРЕЛОМЕ

Наша позиция сильно отличается от изложенного выше политического подхода. Последовательная приверженность такому подходу и убежденность в том, что «советский простой человек» по-прежнему доминирует как антропологическая модель, на наш взгляд, мешают увидеть важные социальные сдвиги 2000-х годов, оказывающиеся на периферии такой модели или вовсе за ее пределами. Чтобы увидеть эти изменения, нужно как минимум сменить оптику. Для этого

социология должна развернуться в сторону культурно-исторического подхода к анализу поколений, который не тождествен политическому (и тем более политизированному) подходу.

Конечно, мы согласны с тем, что, несмотря на вековые конфликты между отцами и детьми, молодые поколения в принципе могут во многом повторять траекторию отцов или не слишком сильно от нее отклоняться. Межпоколенческие переходы могут быть сглаженными, что особенно характерно для традиционных обществ или отдельных социальных групп (примером могут послужить крестьянские общины) [Мангейм, 2000, с. 43]. Кроме того, в любых обществах или группах старшие поколения влияют на младшие через образование, ведущее к накоплению человеческого капитала, и воспитание, способствующее накоплению культурного капитала. Смежные поколения часто сопереживают одни и те же значимые события, и благодаря этому изменения принимают более сглаженный характер, а границы между поколениями становятся более условными.

Но возможны и качественные разломы, когда отношения между смежными поколениями выходят за рамки традиционного конфликта отцов и детей. Конфликт все-таки предполагает наличие содержательной коммуникации (пусть и протекающей в форме столкновений). Разлом же возникает при разрушении коммуникации, при котором артикулированный конфликт может отсутствовать: сторонам просто не о чем разговаривать, предмет для конфликта отсутствует, но и взаимопонимания тоже нет. В этом случае речь идет не просто о серьезных изменениях восприятия и поведенческих практик, но о переходе поколений в ситуацию своего рода параллельного сосуществования⁵. И тогда дело оказы-

⁵ Помимо традиционного конфликта отцов и детей, могут возникать особого рода конфликты, связанные с нарушением межпоколенческой передачи ценностей [Стародубровская, 2016].

вается не в том, что миллениалы выступают против идеалов своих отцов и дедов, они, видимо, просто не идентифицируют их ни как идеалы, ни как то, с чем следует бороться.

Предлагаемая нами общая гипотеза заключается в том, что в 2000-е годы мы пережили социальный перелом, последствия которого будем ощущать долгие годы. В отличие от 1990-х годов, этот перелом в России не связан непосредственно с радикальными политическими или экономическими преобразованиями, — напротив, он происходил в отсутствие серьезных реформ, в период стабилизации и был вызван скорее сменой поколений — приходом более молодых людей с другими поведенческими практиками и способами восприятия происходящих событий. Конечно, смена поколений происходит периодически и сама по себе не является чем-то экстраординарным. Возрастные различия более или менее значимы в любое время, но мы полагаем, что именно сейчас они становятся более актуальными, выходя за рамки обычной коллизии отцов и детей. Происходят (во многом уже произошли) важные социальные сдвиги, которые скажутся в будущем и на последующих поколениях (подступающее поколение Z, вероятно, усилит эти тенденции). Представители социальных наук рискуют упустить эти сдвиги — отчасти в силу чрезмерного фокусирования на политических противостояниях и экономических катаклизмах, отчасти по традиционному увлечению анализом структурных параметров или систем ценностей, которые относительно ригидны и часто не позволяют уловить происходящие изменения⁶.

⁶ Приверженцы сохранения модели советского простого человека продолжают отстаивать прежнюю позицию. Достаточно сказать о публикации, вышедшей в конце 2018 г. под заголовком «Отцы как дети и дети как отцы». Заметим, что наличие поколенческого разрыва в России в ней уже признается, просто, по мнению автора, он происходит «на уровне практик, но не ценностей» [Волков, 2018]. С этим мнением мы не станем спорить. Хотя и здесь решение вопроса зависит от того, как спрашивать

Наблюдаемый перелом, по нашему мнению, следует охарактеризовать как вторую волну фундаментальных социальных изменений, которая в значительной мере является наследием постсоветских политических и экономических реформ 1980–1990-х годов, просто он произошел не сразу, не автоматически, потребовался определенный временной лаг, чтобы более молодые поколения, вошедшие в новую жизнь без старого багажа, повзрослели и, освоив новые цифровые и сетевые технологии, начали деятельно воспроизводить новые практики, делая социальные сдвиги необратимыми. Эта вторая волна изменений — менее шумная и не всегда четко различимая, но не менее важная по своим долгосрочным последствиям. Наша задача — увидеть и проанализировать эти изменения.

При этом советский простой человек, видимо, не исчез полностью (ничто не умирает окончательно), но этот архетип медленно, но верно отступает на задний план. Времена изменились. И некоторые симпатии молодых поколений к советскому прошлому не должны обманывать — у них другой взгляд на это прошлое и на историю в целом (возможно, более поверхностный), даже если внешне он порою напоминает советский. Для молодых людей советская эпоха становится воображаемым прошлым [Омельченко, 2018], это даже не ностальгия, ибо она уже не связана с личным опытом. Какой человек приходит на смену советскому, мы и должны понять.

о ценностях. Если речь пойдет об общих формулировках, оторванных от повседневных практик, то такие ценности в ответах респондентов могут пережить и не одно поколение, даже если более молодые будут вкладывать в эти формулировки иной содержательный смысл.

Глава 2

Поколения как социологическая категория

МЫ начнем с социологического подхода к анализу поколений и на его основе предложим далее собственную классификацию поколений в современной России.

КАК ПОДХОДИТЬ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОКОЛЕНИЙ

Анализ межпоколенческой динамики — лишь один из способов изучения социальных изменений, имеющий, как и все прочие способы, свои ограничения. Вряд ли многие станут отрицать, что анализ поколенческих сдвигов становится важным по крайней мере с того момента, когда общество выходит из традиционного состояния. В 2010-е годы неакадемические структуры в силу большей гибкости и реактивности на происходящие изменения уже всерьез заинтересовались проблемой миллениалов. С одной стороны, работодатели озабочены тем, как привлечь и удержать представителей нового молодого поколения и повысить их лояльность организации. С другой стороны, коммерческие структуры пытаются лучше понять молодых людей, чтобы побудить их активнее покупать все новые и новые товары и услуги. Наконец, с третьей стороны, политические орга-

низации (системные и внесистемные) пытаются понять, как вовлечь молодых взрослых в политическую и гражданскую активность или, наоборот, всячески предотвращать эту активность.

В результате проводятся разного рода маркетинговые исследования. Например, в 2016 г. Сбербанк совместно с Validata провел качественное исследование молодежи в возрасте от 5 до 25 лет, включая фокус-группы и интервью с родителями и с учителями-экспертами. Презентация исследования заканчивалась словами: «Они другие — мы должны это признать» [Сбербанк, 2017]. Компания Deloitte провела в 2016 г. опрос 8 тыс. представителей поколения Y в 30 странах мира, к сожалению, не дав возможностей для их сравнения с предшествующими поколениями [Делойт, 2017]. Компания Magram Market Research в 2017 г. попыталась сравнить представителей поколений Y и Z, ограничиваясь в основном их потребительскими предпочтениями. Компания «ГфК-Русь» в 2018 г. продолжила анализ жизненных ценностей молодежи 16–29 лет в сравнении с ценностями всего населения России, который она ведет с 1997 г. Появляется интересная публицистика, посвященная тому или иному поколению (см., например: [Шенис, Новиков, 2017а; 2017б]). Данный список, разумеется, далеко не полон.

В то же время в российских социальных науках поколенческие сдвиги пока остаются вне пристального внимания или отодвигаются на второй план. А систематический количественный анализ социальных межпоколенческих различий в современной России пока и вовсе отсутствует, дело ограничивалось в основном исследованиями в рамках качественной методологии (см., например: [Омельченко, 2011]). Реализовывались также многочисленные проекты по исследованию молодежи, понимаемой скорее как возрастная группа, и без сравнительного анализа с предше-

ствующими поколениями¹. При всей значимости подобных проектов продуктивнее, на наш взгляд, в качестве единицы анализа брать не возрастные когорты, а поколения, проходящие через сходный жизненный цикл, и сравнивать их между собой².

«Влияние поколенческого раздела осознается многими, как и то, что его роль резко возрастает в периоды глубоких изменений. Ирония состоит в том, что то, что мешает историкам осознать это явление на уровне моделей (т.е. «включить в теорию»), — это их высокая историчность» [Шанин, 2005, с. 38].

Возраст является исходной, но не достаточной характеристикой поколения в социологическом смысле. Если мы хотим рассматривать поколения не как сугубо статистические, а как социальные группы, мы должны дополнить демографический подход историко-культурным, где под поколением понимается не просто возрастная когорта (например, люди, родившиеся в 1986–1990 или в 1991–1995 гг.), но в первую очередь группа людей, совместно переживших какие-то важные исторические события и в силу этого демонстрирующих общность восприятий и практик поведения [Семенова, 2003]. Когортный же анализ при этом сохраняет свое значение, но используется для более детального и дифференцированного анализа социальной динамики, подразумевая, что каждое поколение может включать несколько возрастных когорт [Ибрагимова, 2014; Науэн, 2006].

Социологический анализ проблемы поколений, как правило, начинается со ссылок на классический текст «Проблема поколений» К. Мангейма, который считал, что фе-

¹ В качестве хорошего примера всестороннего анализа повседневной жизни российской молодежи 18–30 лет см., например: [Ильин, 2007].

² О концепции жизненного пути см., например: [Тындик, Митрофанова, 2014]. В связи с этим заслуживают внимания советские лонгитюдные исследования, прослеживавшие жизненный путь одной возрастной когорты, проведенные под руководством В.Н. Шубкина и М. Титмы.

номен поколений представляет собой один из основных генетических факторов динамики исторического развития. В исходной точке «поколение» как социальный феномен представляет собой «особый тип тождественности местонахождения», определяемый единством возраста. Но, по мнению Мангейма, поколение определяется не проживанием в одном хронологическом периоде как таковом, а проживанием одних и тех же событий, которые существенным образом влияют на жизнь человека.

«В детском, юношеском и пожилом возрасте люди испытывают одни и те же господствующие влияния, вызванные преобладающими условиями интеллектуальной, социальной и политической жизни. Они — современники, они составляют одно поколение и именно поэтому подвержены общим влияниям. Эта мысль, согласно которой, с точки зрения истории идей, быть современниками — значит подвергаться одинаковым влияниям, а не просто проживать в том же хронологическом периоде, переводит дискуссию из плоскости, в которой существует угроза ее вырождения в своего рода арифметический мистицизм, в плоскость представления о внутреннем времени, доступном для интуитивного понимания <...>. Одновременность приобретает социологическую значимость только тогда, когда подразумевает участие в одних и тех же исторических и социальных событиях» [Мангейм, 2000, с. 15].

Сопереживание этих событий приводит к тому, что Мангейм определяет как «усвоение формообразующих принципов интерпретации новых впечатлений и событий, отвечающих предустановленному группой шаблону» [Мангейм, 2000, с. 40]. Заметим попутно, что по сути это близко понятию «габитуса» П. Бурдьё [1998].

С определенными упрощениями исходная теоретическая схема, построенная на подходе Мангейма, может быть представлена в следующем виде. Поколение, принадлежащее к одной возрастной группе, в один и тот же историче-

ский период переживает аналогичные значимые события. Эти события формируют важную часть условий взросления и социализации данного поколения, отпечатываясь в его исторической памяти. В свою очередь, эти условия конституируют специфические способы восприятия и практики поведения, которые отличают данное поколение от предшественников и последователей.

Следует оговориться, что данная схема, при всей кажущейся простоте, порождает немало сложных вопросов. Во-первых, возникает вопрос о том, какие события следует считать значимыми. Как минимум такое событие должно быть общеизвестным, а кроме того, еще и восприниматься как значимое критической массой представителей данного поколения. Например, полет в космос Юрия Гагарина 12 апреля 1961 г. был общеизвестным и общезначимым событием. А демонстрация советских диссидентов на Красной площади с протестом против введения войск в Чехословакию 25 августа 1968 г., при всей исторической важности, к таким событиям относиться не может.

Во-вторых, не вполне ясно, как определять длину поколения, которое пережило некие значимые события. Тот же полет Гагарина в космос является значимым историческим моментом, но его фиксация не помогает нам в определении границ поколения, для которого это событие стало формативным. Это означает, что речь должна идти не просто о фильтрации отдельных событий. Следует выделять некоторую совокупность связанных событий, а по сути, определенный *период*, в который эти события произошли и который можно операциональным образом отделить от других периодов.

В-третьих, если поколение как крупная возрастная когорта стало свидетелем определенных значимых событий, означает ли это сходные условия взросления для всего этого поколения, которое с неизбежностью неоднородно по множеству социальных параметров? Ведь в нем есть группы материально обеспеченных и бедных, высокообразованных

и необразованных, принадлежащих к титульным этносам и этническим меньшинствам, живущих в крупных городах и отдаленных селах. И кроме общезначимых событий, на условия их взросления влияли также другие, множественные и весьма разнородные факторы, влияние которых не так уж просто оценить. Это ставит и более общий вопрос о том, в какой степени, с точки зрения излагаемой теоретической схемы, мы вообще можем говорить о единых поколениях. В книге данный вопрос будет рассмотрен эмпирически на примере сравнительного анализа городских и сельских миллениалов.

Наконец, в-четвертых, даже если предположить, что условия взросления того или иного поколения были сходными, в какой мере из этого следует сходство восприятий, а вслед за этим — сходство поведенческих практик? Ясно, что подобный вопрос должен проверяться эмпирически, но и на уровне теоретических объяснений он не столь очевиден. По крайней мере указанные связи не могут быть однозначными и жесткими.

Одним словом, как и любая другая теоретическая схема достаточно общего характера, социологическая концепция поколений содержит немало условностей, о которых мы вынуждены помнить при формулировании любого рода выводов.

КАК ВЫДЕЛЯТЬ ПОКОЛЕНИЯ

Сделав необходимые уточнения и оговорки, перейдем к вопросу о том, как развивалась теория поколения после К. Мангейма. На предложенной им концептуальной основе сформировалась теория поколенческих когорт (Generational Cohort Theory), начало которой, как считается, было положено Норманом Райдером [Ryder, 1965]. Затем Рональд Инглхарт разделил послевоенные поколения на материалистически и постматериалистически ориентированные [Inglehart, 1977].

На рубеже 1990-х годов появились более дробные деления поколений, каждое из которых охватывало период 15–20 лет и которые с тех пор используются как базовый инструмент (среди наиболее известных см.: [Strauss, Howe, 1991; Becker, 1992]). Было выделено и особо интересующее нас в данной работе поколение миллениалов [Howe, Strauss, 2000]. В России социологический подход к анализу поколений также нашел себе применение в ряде интересных работ [Савельева, Полетаев, 1997; Семенова, 2003; 2009; Глотов, 2004; Левада, Шанин, 2005], наряду с множеством исследований на пересечении демографии и социологии [Урланис, 1968; Вишневский, 2006].

Если мы хотим проследить социальные изменения, то исследовать представителей отдельных поколений (например, опрашивать подростков или студентов, как это часто делается в проектах о молодежи), на наш взгляд, не слишком продуктивно. Целесообразно сравнивать их с предшествующими поколениями в текущий момент, а лучше — помещая предшественников в ту же фазу жизненного цикла в некотором прошлом. Для проведения таких сравнений и анализа межпоколенческой динамики необходимо прочертить осознанные границы между поколениями. Для этого нужно решить два исходных вопроса: выбрать способ разграничения поколений и привязать их к значимым социальным событиям или процессам.

В отношении первого вопроса мы солидарны с позицией, что разграничивать поколения нужно не по годам рождения и равными когортами с пятилетним или десятилетним шагом, как это принято в демографии [Вишневский, 2006], а по периодам, когда представители того или иного поколения вступают во взрослую жизнь. Именно условия, в которых происходил процесс взросления, и определяют характер того или иного поколения.

При всех вариациях в литературе формативные годы для каждого поколения, как правило, определяются возрастным

интервалом от 17 до 25 лет³. Это так называемые наиболее «впечатлительные годы» (*impressionable years*), когда люди более всего восприимчивы к социальным изменениям. Опыт, накопленный в процессе социализации именно в этот период, оказывает фундаментальное формирующее влияние на всю оставшуюся жизнь, в течение которой люди становятся все менее и менее восприимчивыми к изменениям.

«Гипотеза наиболее впечатлительных лет предполагает, что индивиды наиболее восприимчивы к изменению своих установок в течение позднего подросткового периода и периода взросления, и что эта восприимчивость стремительно падает сразу по их завершении, оставаясь на низком уровне на протяжении всего остального жизненного цикла <...>. В соответствии с гипотезой наиболее впечатлительных лет условия социализации, испытываемые индивидами в период их молодости, оказывают фундаментальное влияние на способы их мышления на всю оставшуюся жизнь» [Krosnick, Alwin, 1989, p. 416].

Добавим, что гипотеза наиболее впечатлительных лет, по свидетельствам цитируемых нами Йона Кросника и Дуэйна Олвина, успешно проходила эмпирическую проверку.

Выделяется также особый период между подростковым возрастом и ранним взрослым возрастом — его называют периодом «взросления» (*emerging adulthood*) между 18 и 25 годами, когда молодые люди по многим параметрам отличаются от подростков, но их еще нельзя считать взрослыми [Arnett, 2000; Бочавер, Жилинская, Хломов, 2016].

«Последние полвека характеризовались очень значительными демографическими сдвигами. В результате период, переживаемый накануне и после двадцатилетнего рубежа, из короткого

³ Мангейм, например, указывал, что именно в этот период (начиная с 17 лет) у человека появляется «возможность действительно озадачиваться, раздумывать», начинать экспериментировать со своей жизнью [Мангейм, 2000, с. 34].

переходного отрезка, связанного с освоением взрослых ролей, превратился в самостоятельную фазу жизненного пути, характеризующуюся интенсивными изменениями и поиском возможных жизненных траекторий <...>. Мною предложена теория развития от позднего подросткового периода к периоду после достижения двадцатилетия с особым фокусом на возрастной интервал от 18 до 25 лет. Я пытаюсь доказать, что именно в этот период взросления (*emerging adulthood*) люди уже не являются подростками, но еще не стали молодыми взрослыми. И теоретически, и эмпирически период взросления отличен от предшествующего и последующего периодов. Взросление характеризуется относительной независимостью от устойчивых социальных ролей и нормативных ожиданий <...>. Взросление представляет собой жизненный интервал, когда остаются возможными множественные жизненные траектории и будущее определено лишь в самой минимальной степени» [Arnett, 2000, p. 469].

Итак, мы определили формативные годы, значимые для образования любого поколения, теперь следует обратиться ко второй стороне и идентифицировать значимые события. При эмпирическом определении границ между поколениями принято выделять крупные исторические события или процессы, фиксируемые в памяти тех или иных поколений в качестве центральных. Это означает, в частности, что классификация поколений должна формироваться применительно к историческим условиям конкретной страны или по крайней мере корректироваться применительно к этим условиям. В российской истории последнего столетия есть относительно четкие вехи, которые позволяют выделять поколения более или менее сходным образом: Великая Отечественная война — период оттепели — период застоя — перестройка и либеральные реформы — период стабилизации. Поэтому, несмотря на различия подходов, границы поколений, как мы увидим далее, проводятся сходными способами [Левада, 2001; Семенова, 2003; Иванова, 2012]. Тем не менее

эти границы требуют, на наш взгляд, некоторых уточнений, и при естественных пересечениях с предшествующими исследованиями предложенная нами ниже классификация от них будет несколько отличаться.

Продвигая социологический подход к анализу поколений, мы ни в коей мере не утверждаем, что поколенческие различия являются главной категорией социальной дифференциации, призванной заменить другие категории — класс, статус или этнические группы. Мы исходим из того, что в определенные периоды тот или иной способ социальной дифференциации может выходить на передний план, в то время как другие, по крайней мере частично, утрачивают свою актуальность. Возрастные различия были по-своему важны во все времена с начала возникновения современного общества. Но в определенную эпоху, особенно когда происходят ускоренные социальные сдвиги, они могут приобретать более принципиальное значение. В связи с этим мы не имеем в виду, что представители социальных наук «проглядели» проблематику межпоколенческого анализа, а теперь она вдруг обнаружена. И это не вопрос субъективной идентификации (внезапно пришедшего осознания принадлежности к молодежи или взрослому поколению). Скорее, произошла объективная актуализация межпоколенческих сдвигов. Возникли важные социальные изменения, которые именно в данный период могут быть интерпретированы в том числе в терминах смены поколений.

МЕТОДОЛОГИЯ

В методологическом разделе будет представлена оригинальная классификация российских поколений, предваряемая несколькими примерами предшествующих классификаций. Затем мы охарактеризуем источники данных и основные методы их анализа.

Глава 3

Выделение поколений

ПРЕДШЕСТВУЮЩИЕ КЛАССИФИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЙ

ПРИСТУПАЯ к выделению поколений, мы должны помнить, что любые границы между ними относительно, подвижны, проницаемы, условны. Ниже мы приведем несколько известных примеров классификации поколений, чтобы далее подойти к нашей собственной классификации.

После опыта Р. Инглхарта, разделившего материалистически и постматериалистически ориентированные поколения [Inglehart, 1977], появились их более подробные классификации. Например, Х. Беккер [Becker, 1992] выделил следующие поколения на материале западного общества:

- довоенное поколение (1910–1930 г.р.);
- молчаливое поколение (1930–1940 г.р.);
- поколение протеста (1940–1955 г.р.);
- потерянное поколение (1955–1970 г.р.);
- неназванное поколение (годы рождения после 1970 г.).

Наиболее же известной классификацией поколений, в том числе за пределами академического сообщества, стала классификация Нейла Хоува и Вильяма Штрауса (в других переводах — Нила Хау и Уильяма Страуса) [Howe, Strauss,

1991; 2000]. Они утверждали, что, помимо возраста, поколения определяются характером ценностей, которые формируются под влиянием разных условий (социальных, политических, экономических, технологических событий). Выбрав двадцатилетний шаг, на материале США они выделяют следующие поколения:

- величайшее поколение, поколение победителей (1900–1923 г.р.);
- молчаливое поколение (1923–1943 г.р.);
- поколение беби-бумеров, или бумеров (1943–1963 г.р.);
- поколение X, или неизвестное поколение (1963–1983 г.р.);
- поколение Y, или поколение Сети, миллениалы (1983–2003 г.р.);
- поколение Z (2003–2023 г.р.).

При этом Хоув и Штраус считали, что развитие происходит циклически с примерным шагом длиной 80 лет. Если бы эта гипотеза была верна, то ценности поколения миллениалов должны быть близки к ценностям поколения победителей. Но несмотря на некоторое изящество подобного предположения, доказать его эмпирически будет весьма затруднительно. И в данном исследовании мы эту идею развивать не будем.

Наконец, приведем еще один новейший пример классификации поколений, используемый американским исследовательским центром Pew Research Center — в силу того что в эмпирической части книги мы неоднократно будем ссылаться на их данные. Они используют классификацию Хоува и Штрауса, но границы поколений проводят немного иначе [Dimock, 2018]:

- молчаливое поколение (1928–1945 г.р.);
- поколение бумеров (1946–1964 г.р.);
- поколение X (1965–1980 г.р.);
- поколение Y, или миллениалы (1981–1996 г.р.);
- поколение Z (годы рождения с 1997 г.).

Как мы уже указывали ранее, в российской истории последнего столетия есть относительно четкие вехи, которые позволяют выделять поколения более или менее сходным образом: Великая Отечественная война — оттепель — застой — перестройка и либеральные реформы — стабилизация. Приведем пару важных примеров поколенческих классификаций на материале современной России. Заметим, впрочем, что предлагаемые разграничения не столь сильно отличаются от предложенных ранее классификаций, разработанных на материале западных обществ.

В качестве первого примера возьмем поколенческий ряд Ю.А. Левады, который содержит шесть поколений:

- родившиеся примерно в 1890-х годах и реализовавшиеся в условиях «революционного перелома» (1905–1930 гг.);
- родившиеся в начале XX в. и реализовавшиеся в условиях «сталинской» мобилизационной системы 1930–1941 гг.;
- родившиеся в 1920–1928 гг. и реализовавшиеся в военный и непосредственно следующий за ним послевоенный период (1941–1953 гг.);
- родившиеся условно в 1929–1943 гг. и реализовавшие себя в период «оттепели» 1953–1964 гг.;
- родившиеся в 1944–1968 гг. и реализовавшиеся в период «застоя» 1964–1985 гг.;
- родившиеся примерно с 1969 г. и реализовавшие себя в годы «перестройки» и «реформ» (1985–1999 гг.) [Левада, 2001].

В приведенной классификации еще не выделены миллениалы. Они появляются, например, в классификации В.В. Семенович [2003], которая выделяет четыре поколения, включая:

- околвоенное поколение (родились в 1920-х — первой половине 1940-х годов, условное время реализации — 1950–1960-е годы);

- доперестроечное поколение (родились во второй половине 1940-х — 1960-х годах, условное время реализации — 1960–1980-е годы);
- поколение переходного периода (родились в 1960–1970-е годы, условное время реализации — 1990-е годы);
- послеперестроечное поколение (родились после середины 1980-х годов, условное время реализации — 2000–2010 годы).

К сожалению, в этой интересной классификации не хватает четкого разделения возрастных групп, и недостаточно специфицированы исторические периоды, к которым привязаны годы рождения и годы формирования выделенных поколений.

В любом случае на материале российской истории границы поколений, как правило, проводятся в привязке к более или менее конвенционально выделенным периодам. И если речь идет не об отдельных событиях, а именно о периодах, то от политико-экономической периодизации здесь действительно трудно избавиться. Продолжая эту линию и осознавая всю условность подобных классификаций, мы тем не менее внесем в разграничение современных российских поколений некоторые важные уточнения.

ПЯТЬ ЭПОХ — ПЯТЬ ПОКОЛЕНИЙ

Напомним, что при классификации современных российских поколений мы фиксируем два интервала: годы рождения и годы вступления во взрослую жизнь. Причем критериальным для нас выступает именно период взросления (17–25 лет), когда молодые люди закончили школу, приступили к работе или поступили в университет, начали формировать собственные семьи и получили хотя бы относительную финансовую самостоятель-

ность¹. Следующий вопрос: определение поколенческого шага, который обычно устанавливается на уровне 15–20 лет или даже 15–30 лет (К. Мангейм, Х. Ортега-и-Гассет). Поскольку интенсивность социальных изменений в последние десятилетия явно возросла, мы полагаем, что эти интервалы имеют тенденцию к некоторому сокращению. Но главное, в отличие от обычного демографического или статистического подходов, когда для выделения возрастных когорт нарезаются равные пятилетние или десятилетние возрастные интервалы, в предложенной нами логике поколенческий шаг не может быть совершенно одинаковым. Дело в том, что исторические процессы, к которым мы пытаемся привязаться, имеют разную продолжительность и не могут выстраиваться с абсолютной точностью. Поэтому в нашем случае поколенческие шаги также оказываются неровными, варьируя от 8 лет до 21 года.

Всего нами выделено шесть поколений. Самое старшее из них появилось на свет до 1938 г., т.е. до Великой Отечественной войны в период сталинской мобилизации и возросло в период войны и послевоенного восстановительного десятилетия (1941–1956 гг.). Мы назвали это поколение «мобилизационным». Его называют также молчаливым поколением (*silent generation*) [Becker, 1992], но к российскому опыту это не вполне применимо.

Второе поколение родилось в военный период (1939–1946 гг.) и входило во взрослую жизнь в период хрущевской оттепели (1956–1964 гг.), поэтому оно названо нами «поколением оттепели». Именно из этого поколения вышло значительное количество «шестидесятников», активно проявивших себя позднее уже в значительно более зрелом воз-

¹ Данный подход отличается от выделения «молодых взрослых» как людей в возрасте 28–35 лет [Семенова, 2009, с. 19].

расте — в период демократических и либеральных реформ 1980–1990-х годов².

Третье поколение родилось в послевоенный период (1947–1967 гг.), а взрослоло в годы брежневского застоя (1964–1984 гг.). Мы назвали его «поколением застоя». Иногда его также называют поколением «беби-бумеров» [Strauss, Howe, 1991; Howe, Strauss, 2000; Brodahl, Carpenter, 2011].

Четвертое поколение появилось на свет в период застойного зрелого социализма, а во взрослую жизнь входило в период горбачевской перестройки и последующих либеральных реформ (1985–1999 гг.). В нашей классификации это «реформенное поколение». Другое его известное название — «поколение X», или «неизвестное поколение» [Howe, Strauss, 2000].

Пятое поколение (миллениалы, или поколение Y) родилось преимущественно в период реформ (1982–2000 гг.), но их взросление происходило в России уже в куда более стабильный и относительно благополучный период — с начала нового тысячелетия. По аналогии можно было бы назвать их «поколением периода стабилизации», но мы в дальнейшем будем использовать более конвенциональное наименование.

Наконец, в 2000-е годы на свет появляется самое молодое поколение, которое пока называют поколением Z (или центиниалы) и которое еще только начинает вступать в период своего взросления (табл. 3.1).

² Называть поколение оттепели «шестидесятниками» было бы неточно, ибо нас интересуют так называемые «массовые поколения». Понятие же «шестидесятников» распространяется в первую очередь на интеллектуалов и не охватывает значительную часть поколения оттепели [Воронков, 2005].

Таблица 3.1

Классификация российских поколений

<i>Поколения</i>	<i>Период рождения</i>	<i>Период взросления</i>
Мобилизационное поколение	1938 г. и ранее	1941–1955 гг.
Поколение оттепели	1939–1946 гг.	1956–1963 гг.
Поколение застоя	1947–1967 гг.	1964–1984 гг.
Реформенное поколение	1968–1981 гг.	1985–1999 гг.
Поколение миллениалов	1982–2000 гг.	2000–2016 гг.
Поколение Z	2001 г. и позднее	2017 г. и позднее

ОТ СОВЕТСКИХ К ПОСТСОВЕТСКИМ ПОКОЛЕНИЯМ

Поскольку формативными годами для каждого поколения являются годы взросления, то первые три из выделенных нами поколений можно назвать «советскими» (имеющими советский опыт в период взросления), а последние три поколения — «постсоветскими» (не имеющими подобного опыта). Заметим, что к «постсоветским» отнесены не только миллениалы и поколение Z. Водораздел проходит по реформенному поколению, которое можно считать переходным. Тем не менее советским его называть уже неверно, ибо оно возросло в период развала и преобразования советского строя.

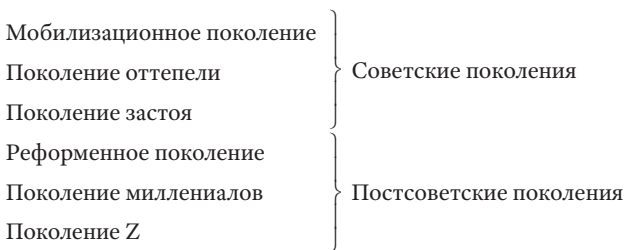


Рис. 3.1. Советские и постсоветские поколения

Обратим внимание на то, что статистически постсоветские поколения в населении России к середине 2010-х годов уже преобладают. Поколение миллениалов — самое крупное из выделенных нами поколений — составило в 2016 г., по данным Росстата, 27,2% российского населения (30% мужчин и 25% женщин). Вместе со следующим поколением Z эта доля вырастает до 44,2%, а с добавлением предшествующего реформенного поколения она достигает уже двух третей, т.е. значимого большинства. Это означает, что поколения, у которых период взросления пришелся на советский период, составляли к 2016 г. лишь 35% (29,7% мужчин и 39,5% женщин), и их доля продолжает убывать. Социально-демографическая база архетипа советского простого человека продолжает сужаться параллельно с постепенным снижением социальной активности старших поколений, перед нами уходящий тип в физическом и социальном смысле.

Впрочем, важна не столько численность тех или иных поколений, сколько вопрос о том, действительно ли «постсоветские» поколения отличаются от «советских», насколько велики и значимы эти отличия и в каких сторонах жизни они проявляются. Напомним, что в данной работе нас интересует в первую очередь поколение миллениалов.

В завершение сформулируем основные общие гипотезы для последующей эмпирической проверки.

Гипотеза 1. Миллениалы значимо опережают предшествующее реформенное поколение и другие старшие поколения по уровню распространения новых практик поведения.

Гипотеза 2. Миллениалы ускоряют ранее возникшие тренды по сравнению с предшествующими поколениями или способствуют перелому этих трендов.

Глава 4

Измерение межпоколенческой динамики

ТЕПЕРЬ охарактеризуем основные источники данных и используемые аналитические методы.

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

В качестве основного источника информации мы используем данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ НИУ ВШЭ). Мониторинг представляет собой серию ежегодных общенациональных репрезентативных опросов индивидов и домашних хозяйств, проводимых на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки. РМЭЗ проводится НИУ ВШЭ и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилл и Института социологии РАН¹.

Мы будем использовать результаты опросов индивидов. При кросс-секционном анализе текущих межпоколенческих различий нами используются данные 25-й волны (2016 г.) (14 946 респондентов старше 14 лет), а при анализе дина-

¹ Сайты обследования РМЭЗ НИУ ВШЭ: <<http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms>> и <<http://www.hse.ru/rlms>>.

мики этих различий — объединенный массив, включающий все доступные волны (1994–2016 гг.) (258 366 респондентов старше 14 лет). Заметим, что в выборке РМЭЗ НИУ ВШЭ поколение миллениалов с 2014 г. является по доле самым крупным поколением, достигнув к 2016 г. 31,5%, а в объединенном массиве его доля составляет 20% (табл. 4.1).

ТАБЛИЦА 4.1

Характеристики поколений в объединенных массивах данных РМЭЗ НИУ ВШЭ

<i>Поколения</i>	<i>Медианный возраст, 1994–2016, лет</i>	<i>Численность в выборке, 1994–2016, чел.</i>	<i>Численность в выборке, 2003–2016, чел.</i>	<i>Численность в выборке, 2016, чел.</i>
Мобилизационное поколение	65–81	34 748	19 769	883
Поколение оттепели	52–74	18 912	13 329	921
Поколение застоя	37–58	87 656	63 836	4 639
Реформенное поколение	19–41	65 407	49 985	3 741
Поколение миллениалов	7–27	51 643	48 504	4 762
Всего		258 366	195 423	14 946

Во второй части эмпирического раздела работы мы проведем сравнительный анализ городских и сельских миллениалов. Здесь будут использоваться не все доступные волны. Дело в том, что миллениалы появляются среди респондентов РМЭЗ НИУ ВШЭ старше 14 лет в 1998 г., но их еще относительно мало (345 чел.), с 2000 г. их число уже становится более значительным (684 чел.), продолжая возрастать с каждым годом. Но все же большинство респондентов-миллениалов в годы опросов, проведенных на рубеже тысячелетия, находится в подростковом возрасте (15–17 лет), и лишь в 2003 г. их медианный возраст до-

стигает совершеннолетнего рубежа (18 лет). Кроме того, к 2003 г. число опрошенных миллениалов вырастает до 1406 чел., обеспечивая необходимую наполненность групп, на которые мы собираемся их поделить. Поэтому во второй части работы мы используем данные объединенного массива за 2003–2016 гг.

Общее число миллениалов в массиве 2003–2016 гг. равняется 48 504 чел., общее число респондентов всех поколений старше 14 лет — 195 423 чел. По типу поселений, которые являются объектом нашего особого интереса, миллениалы делятся на жителей областных центров (43,1%), жителей других городов (26,0%), жителей поселков городского типа (6,2%) и сельских жителей (24,8%). Поселки городского типа отличаются от сельских поселений занятостью основной части населения вне сельского хозяйства, при этом образ жизни населения поселков во многом схож с сельским [Ильин, 2010]. Добавим, что характерной чертой поселков городского типа является пониженное представительство титульной этнической группы. Если в городах русские составляют 91–92% опрошенных миллениалов, а на селе — 81–82% опрошенных, то в поселках городского типа их всего 74%.

Представителей самого молодого поколения Z, которым в 2016 г. исполнилось 15 лет, мы из обеих частей анализа исключаем, их период взросления еще только начинается.

В качестве дополнительных источников данных по отдельным темам нами используются материалы предшествующих исследований Фонда «Общественное мнение», ВЦИОМ и других исследовательских организаций.

Отдельно отметим работы американского исследовательского центра Pew Research Center, который в последние годы проводит активные исследования молодежи по ряду интересующих нас тем и чья классификация поколений близка по годам к нашей классификации. Множественные сравнения с современным американским обществом, кото-

рое кажется столь не похожим на российское, помогут понять, что многие происходящие сегодня в России изменения отнюдь не уникальны.

АНАЛИТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ

Наша основная задача — не просто нарисовать статистический портрет поколения, но проверить наличие и статистическую значимость отличий поколения миллениалов от предшествующих поколений по ряду существенных параметров, определяющих поведение и восприятие людей, чтобы представить если и далеко не целостную, то по крайней мере разностороннюю картину изменений. Поэтому нас интересуют не столько характеристики самих миллениалов, сколько изменение этих характеристик от поколения к поколению. В этом сравнительном анализе мы сконцентрировались на неполитических сферах деятельности и восприятия. Речь далее пойдет об элементах культурного капитала (уровень образования родителей) и человеческого капитала (уровень образования и владение иностранными языками). Мы посмотрим, отличаются ли миллениалы от своих предшественников по времени образования семьи и рождения детей, насколько они мобильны в профессиональном отношении. Много вопросов закономерно будет посвящено современным цифровым технологиям — использованию компьютеров и Интернета (в том числе для покупок онлайн и посещения социальных сетей), владению современными гаджетами (мобильными телефонами, смартфонами) и банковскими картами. Отдельный расширенный блок вопросов посвящен формам досугового поведения — насколько часто в свободное время респонденты смотрят телевизор, читают книги, слушают музыку, встречаются с друзьями, занимаются какими-то творческими занятиями и т.п. В 2016 г. задавалась серия вопросов: «Как часто за последний год в свободное время, за исключением отпуска, Вы занимались..?»

по стандартной шкале с вариациями подсказок от «Практически никогда» до «Практически каждый день». Для изложения наиболее значимых результатов, в зависимости от формы досуга, нами отобраны разные измерители частоты, которые мы сочли наиболее показательными, — «Практически каждый день», «Не реже раза в неделю» или «Не реже раза в месяц». Многочисленные излишние подробности при этом опускаются.

Следующий блок вопросов характеризует отношение к здоровому образу жизни — здесь речь пойдет о потреблении алкоголя (доле потребителей и объеме потребления) и табакокурении, о занятиях физической культурой и спортом. Небольшой блок, посвященный ценностям, включает вопросы об уровне религиозности и уровне доверия к другим людям (обобщенном доверии). Наконец, мы завершим сравнительный анализ оценками субъективного благополучия респондентов, которое включает когнитивную составляющую (удовлетворенность жизнью), эмоциональную составляющую (уровень счастья) и уровень экономического оптимизма.

Некоторые вопросы задавались в РМЭЗ НИУ ВШЭ с самого начала (с 1994 г.), другие появились позже, и в этом случае динамические ряды становятся короче. Есть и вопросы, которые задавались лишь в определенные годы, здесь наши сравнения будут ограничены годовыми срезами.

В целом, как можно видеть, отобранные параметры касаются самых разных сторон нашей жизни. Конечно, мы не претендуем на представление полной картины (это вряд ли вообще возможно), но пытаемся отразить многие важные аспекты с упором на неполитическую активность и повседневные практики. Несмотря на то что количество привлеченных переменных весьма велико, их набор все равно остается ограниченным, и во многом эти ограничения вызваны наличием или отсутствием данных в РМЭЗ НИУ ВШЭ. Несомненно и то, что каждый из отобранных нами параметров

заслуживает специального анализа и того, чтобы стать предметом множества отдельных работ, в этом смысле наше исследование имеет лишь постановочный характер. Начиная эту работу, мы предпочли сначала пойти «вширь», затронув большое количество признаков, чтобы сформировать более объемную картину происходящих изменений, после чего можно будет пойти «вглубь» для более тщательного изучения различий по тем или иным конкретным признакам.

В процессе анализа мы проводили множественные парные сравнения, среди которых главными были сопоставления миллениалов с предшествующим реформенным поколением. Но вслед за этим мы также сравнивали все другие смежные пары поколений, чтобы проследить, значимы ли различия между ними. Делалось это с помощью стандартного корреляционного анализа, в том числе использовались непараметрические корреляции Спирмена и непараметрический критерий Краскала — Уоллиса (для сопоставления медианных значений). При изложении результатов мы не проставляли уровни значимости, чтобы не загромождать текст техническими деталями. Однако во всех случаях мы будем говорить только о статистически значимых межпоколенческих и внутрипоколенческих различиях, при $p < 0,05$.

Для проверки устойчивости межпоколенческих различий, кроме парных корреляций, во всех случаях мы использовали логистический регрессионный анализ. Мы привлекли перечисленные выше социальные признаки в качестве зависимых переменных. Все они были преобразованы в форму дихотомических переменных, фиксирующих наличие или отсутствие признака. А в качестве основной независимой переменной использовалась, соответственно, категориальная переменная из пяти выделенных поколений. Кроме того, включался набор стандартных контрольных переменных, в том числе:

- возраст (число исполнившихся лет) и квадрат возраста;
- гендер (женщины и мужчины);

- семейный статус (нахождение или ненахождение в официальном или гражданском браке);
- уровень образования (наличие или отсутствие высшего образования);
- занятость (наличие или отсутствие постоянной оплачиваемой работы);
- уровень индивидуального дохода (натуральный логарифм);
- место проживания (городские или сельские поселения);
- этничность (русские или другие национальности).

Анализ производился на массиве 2016 г. и на объединенном массиве данных (1994–2016 гг.), в последнем случае в число контрольных переменных добавлялось временное измерение (годы).

При сравнении городских и сельских миллениалов мы проделали аналогичную процедуру, но уже не для пяти поколений, а для поколения миллениалов. В качестве контрольных переменных использованы: возраст (число исполнившихся лет) и квадрат возраста, гендер (женщины и мужчины), уровень образования (наличие или отсутствие высшего образования) (кроме вопросов об образовании), уровень индивидуального дохода (натуральный логарифм), этничность (русские или другие национальности). Для всех исследуемых социальных признаков использовалась база данных 2016 г. (для образования родителей — 2011 г.). Кроме того, для ряда параметров использовалась объединенная база данных 2003–2016 гг. (курение, потребление алкоголя, занятия физкультурой и спортом) или 2006–2016 гг. (использование банковских карт, чрезмерное потребление алкоголя), в зависимости от доступности данных в те или иные годы.

В большинстве случаев проведенный анализ позволил подтвердить устойчивость межпоколенческих и внутрипоколенческих различий (там, где они были обнаружены), иные случаи особо оговорены в тексте.

Подчеркнем, что в нашу задачу в данном исследовании не входил специальный анализ факторов, влияющих наряду с поколенческой динамикой на выбранные нами зависимые переменные. Перечисленные контрольные переменные использовались преимущественно для того, чтобы определить, насколько устойчиво влияние межпоколенческих различий, не исчезает ли оно, например, с введением гендера, образования или какого-то другого социального параметра (и в отдельных случаях это произошло). Важное исключение касается *места жительства*: специальная глава данной книги посвящена различиям между городскими и сельскими миллениалами. В этой части исследования мы сравниваем их между собой, а также сопоставляем отдельно городских и отдельно сельских миллениалов с их предшественниками. Другое важное исключение относится к учету *гендерных различий* в поколении миллениалов, которые зачастую весьма значительны. И к характеристике миллениалов в целом во многих случаях мы добавляем внутриспоколенческие различия между женщинами и мужчинами.

Если мы сравниваем поколения в том или ином году, то их представители по определению будут находиться в разном возрасте. Чтобы элиминировать прямое влияние возраста, в ряде случаев нами проводился ретроспективный анализ. Мы сравнивали соседние поколения, выбирая те годы, в которые предшествующему поколению было столько же полных лет (медиана), сколько последующему поколению в 2016 г. Для мобилизационного поколения это 2006 г., для поколения оттепели — 2000 г., для поколения застоя — 1998 г., для реформенного поколения — 2002 г. К сожалению, этот метод мог применяться лишь в тех случаях, когда в нашем распоряжении были достаточно длительные временные ряды.

Упомянем, что вспомогательный материал работы очень обширен. И в целях экономии места корреляционные и регрессионные коэффициенты, другие технические результаты в ней не приводятся.

ОГРАНИЧЕНИЯ ДАННОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ

В завершение данного раздела следует указать на серьезные ограничения нашего исследования.

Прежде всего, ряд ограничений связан с имеющимися в нашем распоряжении данными. Не все переменные, которые хотелось бы видеть, там содержатся. Для более полной характеристики нам хотелось бы иметь данные, например, о возрасте, в котором происходит отделение от родителей, о территориальной мобильности, о сексуальной активности молодых людей, использовании ими психотропных веществ и ряда других практик. Но и находящиеся в нашем распоряжении данные вполне достаточно для раскрытия идентичности миллениалов в сравнении с другими поколениями.

Далеко не все вопросы задавались на протяжении всего периода обследования — с 1994 г. Некоторые из них были введены позднее, например, с 2006 г. Ряд вопросов вообще задавался лишь в отдельные годы, и в этом случае мы не могли проследить динамику явления во времени или привести соседние поколения к одному медианному возрасту.

Более сложная проблема связана с существованием объективной трудности разделения эффектов поколения и возраста. Данные РМЭЗ НИУ ВШЭ охватывают лишь четверть века, и привести все поколения к одному возрастному порогу они, естественно, не позволяют. Впрочем, при сравнениях нас интересуют преимущественно именно соседние поколения, которые ближе друг к другу и по возрасту, и по историческим событиям (в первую очередь речь идет о миллениалах и реформенном поколении). Вдобавок именно между ними в первую очередь происходит передача значимых культурных кодов. Хотелось бы, конечно, также сравнивать более молодые поколения с поколениями их родителей, но здесь для ретроспективного анализа требуются значительно более длинные временные ряды.

Примененный нами ретроспективный анализ, сравнивающий смежные поколения в аналогичном возрасте, предоставляет важные дополнительные аргументы, но обеспечивает в лучшем случае частичное решение проблемы. Более серьезный вопрос порождается так называемой проблемой идентификации, вызываемой трудностями разделения эффектов возраста, поколения и периода [Yang, Land, 2008]. Последнее (влияние периода) связано с изменениями, происходящими во времени и означающими, что разные поколения, находясь в одном и том же возрасте, испытывают разные воздействия внешней среды. Добавление в наши регрессионные модели переменной «годы» также полностью этой проблемы не решает.

Попытка решения проблемы идентификации была предпринята нами на примере потребления алкоголя [Radaev, Roshchina, 2019]. С определенными ограничениями выводы о независимом влиянии межпоколенческих различий и особенностях поколения молодых взрослых были подтверждены. Но это касалось только одного из затрагиваемых в данной книге аспектов поведения. Очень объемная и трудная работа по решению проблемы идентификации в отношении всех исследуемых признаков осталась за рамками данной работы. И мы должны признать, что вопрос о том, в какой степени полученные различия являются эффектами именно межпоколенческой динамики, а в какой степени здесь накладывается влияние других факторов, в определенной степени остается открытым.

Также при проведении подобных исследований неизбежно возникают дополнительные вопросы, касающиеся устойчивости полученных результатов. Для их проверки, кроме указанных выше процедур, необходимо проведение анализа чувствительности (*sensitivity analysis*). Для этого, в частности, использовались многочисленные контрольные переменные. Но помимо этого имеет смысл, например, подвижка границ между поколениями, выделение более дроб-

ных поколений и/или разделение поколений на отдельные когорты, чтобы посмотреть, в какой мере межпоколенческие различия оказываются более значимыми, чем внутривоколенческие. Подобные расчеты также оставлены за пределами данной работы. Помимо высокой трудоемкости, это объясняется спецификой задач нашего исследования. А наша главная задача заключалась не в том, чтобы доказать «правильность» прочерченных нами межпоколенческих границ, а в том, чтобы продемонстрировать характер происходящих социальных изменений, в которых межпоколенческая динамика, по всей видимости, играет одну из заметных ролей, провоцируя и/или отражая эти изменения.

ЭМПИРИКА

В эмпирической части работы мы используем данные РМЭЗ НИУ ВШЭ, чтобы изучить, как меняется ситуация от поколения к поколению, насколько плавными или скачкообразными оказываются эти изменения. При этом в большей степени мы сконцентрируемся на самом молодом из взрослых поколений — поколении миллениалов. Цель исследования заключается в том, чтобы проанализировать, действительно ли они отличаются от своих предшественников, насколько серьезны и значимы их отличия, в каких случаях молодое поколение ускоряет сложившиеся ранее тренды, а в каких случаях оказывается в точках их перелома?

Перейдем к изложению результатов и посмотрим, как поколение миллениалов выглядит на фоне своих предшественников по множеству самых разных социальных параметров. Во всех случаях мы будем говорить только о статистически значимых различиях.

Глава 5

Межпоколенческая динамика: миллениалы на фоне предшествующих поколений

БОЛЕЕ ОБРАЗОВАННЫЕ

НАЧНЕМ с того, что у поколения миллениалов в целом выше уровень культурного капитала, измеряемого косвенно *уровнем образования родителей*. К сожалению, последний раз данный вопрос задавался в РМЭЗ НИУ ВШЭ в 2011 г., и ответы получены от трех более молодых поколений. Мы ограничимся наиболее важным, на наш взгляд, вопросом о наличии или отсутствии у родителей высшего образования.

Выяснилось, что в отношении уровня образования отцов отличие миллениалов от реформенного поколения не столь велико (хотя и статистически значимо) — среди отцов имели высшее образование 22 и 19% соответственно. А вот со следующим поколением застоя это различие более велико — в этом поколении высшее образование имели лишь 10% отцов.

При анализе уровня образования матерей (что для культурного капитала респондентов, видимо, даже более важно) межпоколенческий контраст становится более заметным. Имели высшее образование у миллениалов 26% матерей, у представителей реформенного поколения — 16%, а у представителей поколения застоя — лишь 9% матерей (рис. 5.1).



Рис. 5.1. Наличие высшего образования у родителей по поколениям, 2011 г. (в %, $n = 13\,489$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

При различиях в культурном капитале вполне закономерным выглядят различия и в человеческом капитале, выражаемом *уровнем образования самих респондентов*. Здесь мы также обратим внимание на наличие или отсутствие высшего образования, но уже на основе данных 2016 г. При этом отберем тех, кому уже исполнилось 25 лет (среди миллениалов младшего возраста значительное число еще находится в процессе обучения). Как и ожидалось, молодые поколения более образованны. Если в последнем советском поколении застоя доля имеющих высшее образование в 2016 г. равнялась 23%, то в реформенном поколении она возрастает до 32%, а в поколении миллениалов — до 40%. Добавим, что несколько выбивается из общего ряда поколение оттепели с относительно высоким для своего времени уровнем образования (рис. 5.2).

Добавим, что у мужчин рост уровня образования от поколения к поколению более умеренный — в поколении застоя

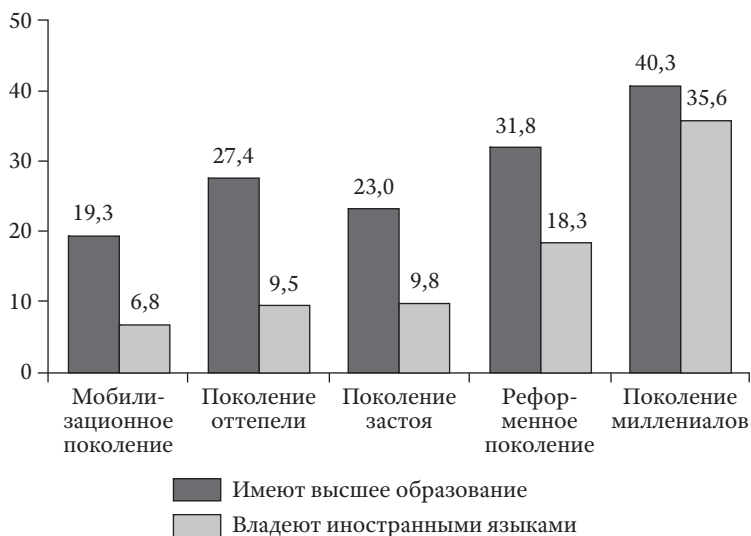


Рис. 5.2. Наличие высшего образования (25 лет и старше) и владение иностранными языками, кроме языков бывшего СССР (15 лет и старше), по поколениям, 2016 г. (в %, $n = 15\ 250$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

доля имеющих высшее образование в 2016 г. равнялась 21%, в реформенном поколении она возросла до 25%, а в поколении миллениалов — до 34%. У женщин взлет доли обладателей университетских дипломов более крутой — в поколении застоя эта доля находилась на уровне 24%, в реформенном поколении она увеличилась до 38%, а в поколении миллениалов вплотную приблизилась к половине, достигнув 47%.

Характерно, что по данным Pew Research Center за 2017 г., в США, при некоторых отличиях от России по доле имеющих высшее образование, наблюдается сходная межпоколенческая динамика. Среди мужчин в трех последних поколениях доля обладателей степени бакалавра выросла с 22% в поколении бумеров (аналог российского поколения застоя) до 29% среди миллениалов,

в то время как у женщин этот рост также был более стремителен — с 20% среди бумеров до 36% среди миллениалов [Fry, Igielnik, Patten, 2018].

Молодые поколения в современной России также лучше оснащены инструментально. Это проявляется, например, в таком важном показателе, как *доля владеющих каким-либо иностранным языком*, помимо языков бывших республик СССР. В трех «советских» поколениях эта доля в 2016 г. различается мало и равняется 7–10%. В реформенном поколении она вырастает до 18%, а у миллениалов еще раз удваивается и достигает 36% (рис. 5.2). И в двух более молодых поколениях различия становятся значимыми. Добавим, что среди миллениалов иностранными языками владеют 39% женщин и 31% мужчин (женщины и здесь проявляют бóльшую образованность).

ОТКЛАДЫВАНИЕ ВЗРОСЛЕНИЯ

В настоящее время активно обсуждается тема взросления и то, что миллениалы «отказываются взрослеть» или, по крайней мере, взрослеют позже, чем предшествующие поколения. Конечно, *понятие взрослости* весьма сложное и комплексное. Прежде всего оно связывается с достижением независимости от родителей — финансовой (появление собственных доходов, полный или частичный отказ от материальной помощи), пространственной (отделение от родителей и обзаведение собственным жильем) и эмоциональной (снижение потребности в советах по жизненно важным вопросам). Это также способность отвечать за свои решения и поступки без перекладывания ответственности на взрослых. Наконец, взросление означает завершение периода проб и экспериментов и достижение некоторой определенности в выборе ролей и определении собственной идентичности. Оно сопряжено с принятием стратегических реше-

ний, в значительной степени определяющих дальнейшую жизнь, — выбор профессии, выход на работу, вступление в брак или постоянные отношения, появление детей, выбор места проживания (жилья, города, страны).

Далее мы рассмотрим несколько показателей, которые лишь частично отражают понятие взросления и связаны с откладыванием до более позднего возраста многих поступков, которые ассоциируются со «взрослостью», — вступление в брак, рождение детей, выход на рынок труда.

В отношении вступления в брак и *образования семьи* предположения о более позднем их совершении в целом подтверждаются. По нашим данным, в 2016 г. при медианном возрасте 27 лет лишь чуть более половины представителей поколения миллениалов (54%) считали себя женатыми/замужем (включая гражданские браки) (в том числе 59% женщин и 50% мужчин), а 41% из них еще никогда не образовывали семью (36% женщин и 48% мужчин). Так что мужчины задерживаются с образованием семьи, дольше, чем женщины. Если же сравнить данные по миллениалам с ситуацией предшествующего реформенного поколения в 2002 г., когда его медианный возраст был аналогичным, женатыми/замужем себя считали уже 68%, а никогда не состояли в официальном или неофициальном браке лишь 24%.

Интересно, что аналогичные межпоколенческие различия ранее получены Pew Research Center для американского поколения миллениалов, у которых наблюдается максимальный медианный возраст вступления в брак:

«Почти шесть из десяти миллениалов (57%) никогда не были женаты, что отражает более широкий социальный сдвиг в сторону более позднего образования семьи. В 1965 г. типичная американская женщина выходила замуж в 21 год, типичный мужчина женился в 23 года. К 2017 г. эти цифры увеличились для женщин до 27 лет, а для мужчин до 29,5 года. Когда представители молчаливого поколения были в том же возрасте, что миллениалы сегодня, только 17% из них еще никогда не были

женаты/замужем. Между тем две трети миллениалов, которые никогда на образовывали семью (65%), хотели бы это сделать в будущем. Когда их спрашивали, почему же они до сих пор не вступили в брак, 29% сказали, что они еще не готовы к этому с финансовой точки зрения, 26% считают, что еще не нашли подходящую пару, а другие 26% заявили, что они слишком молоды и пока не готовы остепениться» [Fry, Igielnik, Patten, 2018; Bialik, Fry, 2019].

Молодое поколение в современной России откладывает и *рождение детей*. В 2016 г. не имели детей 54% миллениалов (47% женщин и 62% мужчин), в то время как среди их ближайших предшественников в реформенном поколении в 2002 г. (т.е. в том же возрасте) не имели детей лишь 31% (рис. 5.3)¹. И здесь мы вновь имеем аналогичные данные Pew Research Center с применением того же самого ретроспективного подхода:

«Женщины-миллениалы дольше откладывают рождение ребенка по сравнению с предшествующими поколениями. Так, к 2016 г., например, 48% женщин-миллениалов (в возрасте от 20 до 35 лет) стали матерями. В то же время в 2000 г., когда женщины из предшествующего поколения X, рожденные между 1965 и 1980 гг., были в том же самом возрасте, стали матерями уже 57% из них» [Livingston, 2018].

В базе РМЭЗ НИУ ВШЭ не содержится данных о сексуальной активности. Но данные исследований по другим странам свидетельствуют о том, что, несмотря на либерализацию сексуальных норм, начало сексуальной жизни молодежи также откладывается. Снижается и средняя активность сексуальных контактов.

¹ По данным Росстата, средний возраст матери при рождении ребенка в 1995–2016 гг. вырос с 24,8 до 28,4 года. Постепенное откладывание рождения детей как проявление второго демографического перехода началось в России с середины 1990-х годов. Заметим, что перелом тренда произошел накануне вступления миллениалов во взрослую жизнь.

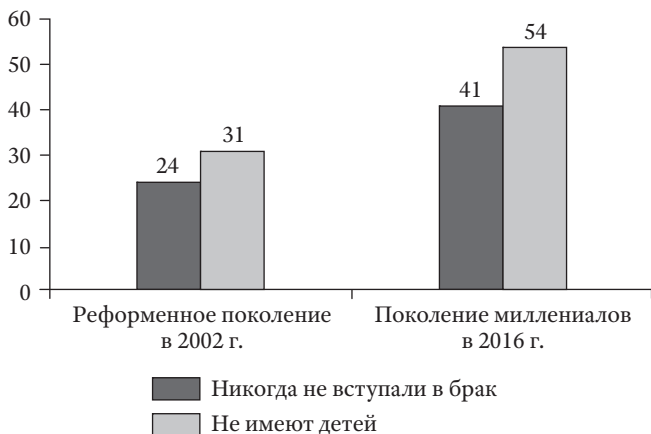


Рис. 5.3. Доля респондентов реформенного поколения и миллениалов в медианном возрасте 27 лет, не вступавших в брак и не имеющих детей (в %)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

«Нынешние подростки позже начинают свою сексуальную жизнь. В США Центры по контролю и профилактике заболеваний выяснили, что в период с 1991 по 2017 г. процент учащихся, имевших половые контакты в средней школе, снизился с 54% до рекордных 40%. Кроме того, количество случаев беременности среди подростков в стране тоже упало на треть за последние 25 лет <...>. Этот тренд наблюдается не только в США. У молодежи в большинстве стран мира снизился интерес к сексу. В Британском общенациональном исследовании восприятия секса и образа жизни указывают, что в 2001 г. люди в возрасте от 16 до 44 лет занимались сексом как минимум шесть раз в месяц, а к 2012 г. это показатель упал до четырех-пяти раз в месяц, и он продолжает снижаться. В Австралии за этот же период секса стало вдвое меньше <...>. В 2005 г. треть японцев в возрасте от 18 до 34 лет признавались в своей девственности. В 2015 г. их стало уже 43%» [Соколов, 2018].

В базе РМЭЗ НИУ ВШЭ также, к сожалению, нет данных о возрасте, в котором происходит *отделение от родителей* и

молодые люди переезжают в собственное жилье (купленное или арендованное). Поэтому вновь воспользуемся данными других опросных центров. Так, по данным аналитического центра НАФИ, в 2016 г. среди 25–34-летних россиян так и не съехали от родителей 23%, среди 35–44-летних таких оказалось 14%, среди 45–59-летних — 8%. Понятно, что в данном случае влияет и возраст как таковой, но все же процент миллениалов, остающихся жить вместе с родителями, выше. И важно, что причина заключается не только в нехватке денег на собственное жилье. По результатам опроса Центра Юрия Левады, в 2016 г. даже при возможности приобрести отдельную квартиру жить с родителями все равно бы осталось 17% россиян (в 2003 г. таковых было 13%). А доля тех, кто в этом случае однозначно съехал бы от родителей, в 2003–2016 гг., наоборот, снизилась с 68 до 47%. И можно предположить, что миллениалы вносят заметный вклад в эту тенденцию [Рувинский, 2016].

Вновь обратимся к американским данным. В США, где принято, чтобы молодежь отделялась от родителей, остаются жить с родителями заметно меньшая доля молодых людей, чем в России. Однако межпоколенческие различия выглядят сходным образом. Так, если в 2018 г. продолжали жить с родителями 15% миллениалов, то в предшествующих поколениях (когда они находились в аналогичном возрасте) эта доля не превышала 8–9%. Добавим, что вдвое чаще с родителями остаются миллениалы с низким уровнем образования, которые не посещали колледж. В прежних поколениях подобная разница по уровню образования отсутствовала [Bialik, Fry, 2019].

Откладывается молодым поколением и *выход на рынок труда* (в том числе в связи с увеличением продолжительности образования). В 2016 г. имели оплачиваемую занятость 64% миллениалов (62% женщин и 66% мужчин, разница не-

большая, но значимая), в то время как у представителей реформенного поколения в аналогичном медианном возрасте (в 2002 г.) эта доля составляла 73%².

Далее, чем моложе поколение, тем оно более мобильно в профессиональном отношении и в меньшей степени привязано к отдельным организационным структурам. И когда миллениалы выходят на рынок труда, то оказываются самым «нетерпеливым» поколением, которое ищет возможности для более быстрого успеха (и материального, и профессионального) и интенсивно пробует разные возможности для его достижения [Ng, Schweitzer, Lyons, 2010]. Это проявляется, в частности, в более частых *сменах места работы и/или профессии*. По нашим данным, в 2016 г. среди миллениалов за последний год сменил место работы и/или профессию более чем каждый пятый (21%) при небольшой, но статистически значимой разнице между женщинами (19%) и мужчинами (23%). В каждом предшествующем работающем поколении эта доля ступенчато уменьшается в 1,5 раза — в реформенном поколении сменили место работы и/или профессию 14%, в поколении застоя — 8%, в поколении оттепели — 5%. Данный вопрос задавался, разумеется, только тем, кто имел оплачиваемую работу.

Итак, миллениалы не торопятся «взрослеть», причем по отношению к семейной жизни это более характерно для мужчин, а в отношении трудовой занятости — для женщин. С течением времени удлиняется и подростковый возраст.

«Возмужание» затягивается и идет нелинейно. Если раньше подростковым возрастом считали 12–16 лет, то теперь психологи все чаще ставят новую границу — 18 лет. Есть и более

² По данным других исследователей, средний возраст выхода на рынок труда также растет от поколения к поколению. Так, респонденты, родившиеся в 1930-е годы, в среднем начинали работать в 18,8 года, дети 1940–1950-х годов — в 20,3 года, поколения 1960–1989 гг. — в 21 год. В первую очередь этот сдвиг объясняется большей растянутостью образования во времени [Тындик, Митрофанова, 2014, с. 149].

радикальные мнения. Часть ученых полагают, что тинейджеры “мужают” к 21 году, а то и к 24 годам. Аргумент простой: в 18 лет лишь немногие обретают самостоятельность и чувствуют себя взрослыми. Сегодняшние молодые люди дольше получают образование, позже определяются с профессией, отделяются от родителей и заводят семью. Тем самым, их поиски идентичности “продолжаются» [Бочавер, 2016].

Современные подростки тоже не хотят взрослеть. По крайней мере, взрослость, сопряженная с разного рода ответственностью, уже не выглядит для школьников столь приятной, как это было в прошлые годы. «Исследования последних десятилетий заставляют усомниться в том, что современные дети страстно желают становиться взрослыми» [Поливанова, Бочавер, Нисская, 2017, с. 202].

В связи с этим молодые поколения все чаще получают упреки в «инфантилизме» (см., например: [Зарубина, 2016]), которые мы считаем не вполне справедливыми, — просто времена изменились. Возможно, должен измениться подход и к самому понятию взрослости и взросления.

МИЛЛЕНИАЛЫ УЖЕ НЕ ОТНОСЯТСЯ К АКСЕЛЕРАТАМ

Пока мы не покинули проблематику взросления, затронем попутный сюжет, который несколько выпадает из общего повествования, но кажется нам по-своему любопытным. Он связан с общей теорией *акселерации*. Сам термин «акселерация» был предложен немецким школьным врачом Е. Кохом в 1930-е годы (в более широком контексте его называют секулярным, или поколенческим, трендом). Он связан с разными аспектами биологического развития человека, среди которых наиболее известным признаком выступает увеличение среднего роста более молодых поколений по сравнению со своими предшественниками. Такое увеличение роста наблюдалось практически повсеместно, где произво-

дильсь соответствующие измерения за длительный период, хотя величина прироста значительно различалась. Так, за сто лет с 1880 по 1980 г. мужчины, по которым проводились подобные измерения, выросли, в зависимости от страны, от 4 см (португальцы) до 15 см (голландцы).

В поздний советский период эта теория считалась общим местом (см., например: [Властовский, 1976; Волкова, 1988]). И практически все были уверены в том, что каждое новое поколение по росту обгонит предыдущее: дети будут выше своих отцов, так же как отцы были выше дедов. Однако по результатам антропометрических исследований, после пика в 1970–1980-е годы увеличение длины тела стало несущественным. В 1990-е годы кривая роста стала более пологой [Година, 2017], что побудило говорить о стабилизации или даже о начале децелерации как противонаправленного процесса.

Проверка данного положения на данных РМЭЗ была несложной. Мы взяли средний рост каждого поколения в 2016 г. и увидели, что, действительно, от самого старшего мобилизационного поколения вплоть до реформенного поколения средний рост респондентов неуклонно увеличивался. А на миллениалах этот процесс прекратился — их средний рост в точности равен росту предшествующего реформенного поколения — 170 см (рис. 5.4) (165 см у женщин и 176 см у мужчин). Акселерация по этому существенному признаку, похоже, и в самом деле остановилась. Конечно, последние исследования указывают на то, что у молодого поколения наблюдаются другие интересные антропометрические изменения. Но они выходят за рамки данной работы.

ЦИФРОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ

Миллениалов нередко называют первым «цифровым поколением», или коренными жителями цифрового общества (digital natives), которые не расстаются с гаджетами и не вы-

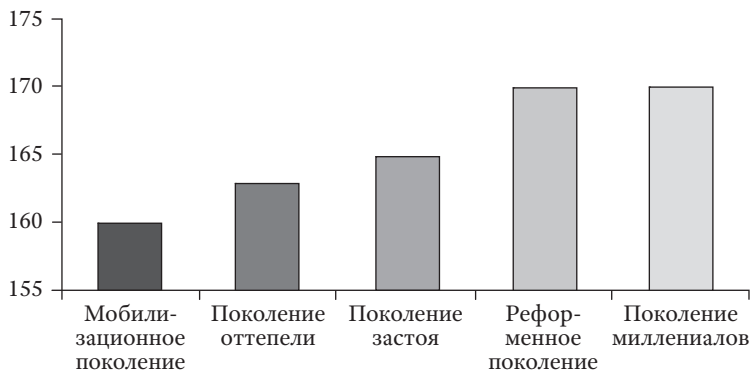


Рис. 5.4. Медианный рост (длина тела) по поколениям, 2016 г. (см)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

лезают из Интернета, погружены в виртуальную коммуникации в социальных сетях [Bennett, Maton, Kervin, 2008].

«Представителей поколения Y называют коренным цифровым поколением в отличие от цифровых мигрантов [Prensky, 2001]. Это первое поколение, которое проводит всю свою жизнь в цифровой среде; информационные технологии фундаментальным образом влияют на то, как они живут и работают» [Bolton et al., 2013, p. 245].

Подобные утверждения стали чуть ли не общим местом. И тем не менее мы хотели бы их проверить, начав с использования гаджетов и Интернета.

В целом среди респондентов старше 14 лет доля *пользователей персональных компьютеров* за последние 12 месяцев в 2000–2016 гг. выросла с 27 до 63%, а доля пользователей Интернета в 2003–2016 гг. увеличилась с 37 до 66%. Если же сравнить разные поколения в 2016 г., то вполне ожидаемо доля пользователей компьютеров резко возрастает от старших поколений к более молодым — от почти

нулевого уровня в самом старшем мобилизационном поколении (4%) до преобладающего уровня в самом молодом поколении миллениалов (88%) (значимых гендерных различий нет).

В еще большей степени это касается *использования Интернета* за последние 12 месяцев, в 2016 г. мы наблюдаем рост пользователей от 4% в мобилизационном поколении до 93% у миллениалов при отсутствии значимых гендерных различий (все межпоколенческие различия статистически значимы). Но здесь мы сталкиваемся с важным нюансом: наиболее серьезные скачки наблюдаются не между реформенным поколением и миллениалами (как можно было ожидать), а между предыдущей парой — поколением застоя и реформенным поколением, именно здесь доля пользователей в каждом случае вырастает более чем на 30%, в то время как миллениалы дают дополнительный прирост лишь на 11–12% (рис. 5.5).

Далее выясняется, что миллениалы не только не являются лидерами по обладанию личными *мобильными телефонами*, но уступают по этому показателю всем прочим поколениям (включая самое старшее, мобилизационное). В 2016 г. имели мобильные телефоны лишь 56% миллениалов, в то время как у других поколений эта цифра варьируется от 67 до 85%. Но это лишь кажущаяся странность, дело в том, что вопрос о личном обладании *смартфонами, коммуникаторами или айфонами* задавался отдельно, и здесь преимущество миллениалов вновь оказывается бесспорным. Они быстрее других переходят к более продвинутым в техническом отношении гаджетам — имели смартфоны в 2016 г. 55% миллениалов, в то время как у предшествующего поколения таковых лишь 38%, и чем старше поколение, тем эта доля ближе к нулевой отметке (все различия значимы).

Когда же мы объединяем пользователей мобильных телефонов и смартфонов, то вплотную приближаемся

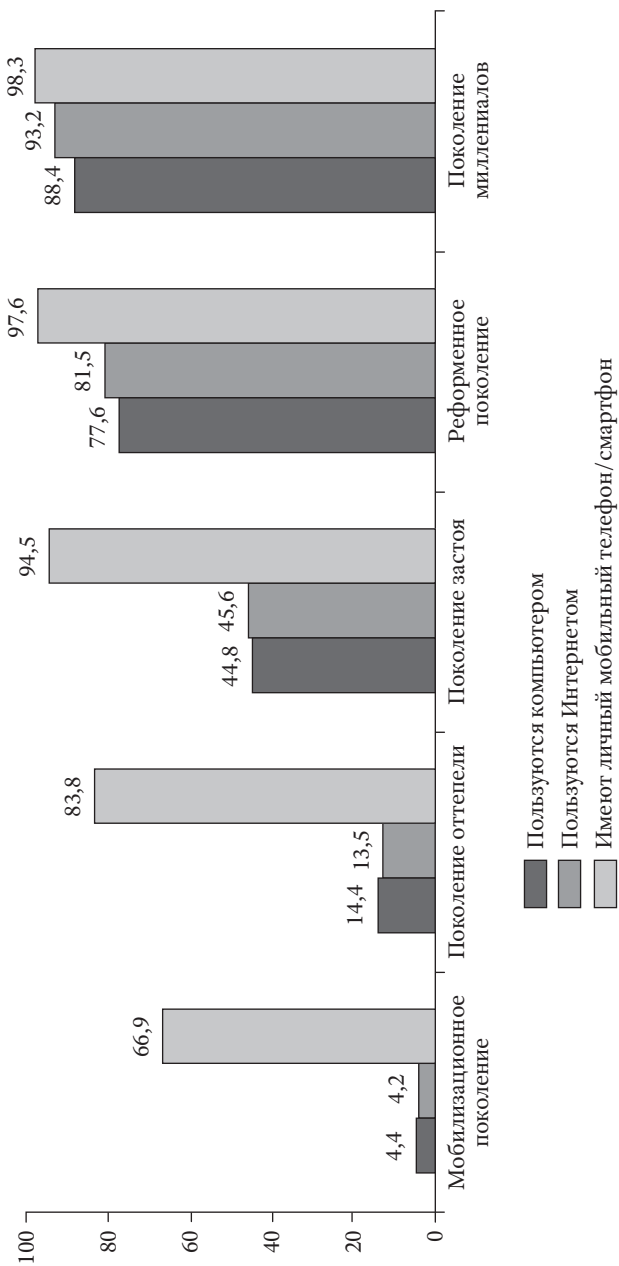


Рис. 5.5. Доля респондентов, пользовавшихся компьютером и Интернетом за последние 12 месяцев, имеющих смартфоны, по поколениям, 15 лет и старше, 2016 г. (в %, n = 14 943)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

к 100%-му обладанию, но заметим, что это касается не только миллениалов, но и двух предшествующих поколений (поколения реформ и поколения застоя), различия с которыми невелики, хотя и статистически значимы (рис. 5.5).

Аналогичные межпоколенческие различия фиксируются Pew Research Center применительно к американским поколениям. Речь в данном случае идет только о владении смартфонами. В 2018 г. имели смартфоны 92% миллениалов, 85% представителей поколения X, 67% бумеров и 30% представителей молчаливого поколения [Jiang, 2018]. Мы видим, что абсолютные цифры выше российских по всем поколениям. Хотя следует учесть, что американские данные более поздние (2018 г.), и за два последних года российские цифры наверняка увеличились. Обратим внимание еще на одно сходство российского и американского случаев: разрыв между смежными поколениями увеличивается по мере перехода ко все более старшим поколениям.

Мы вправе заключить, что миллениалы действительно наиболее активны среди всех взрослых поколений в использовании гаджетов и Интернета. Но решающий количественный скачок, который можно с большей уверенностью считать переломным, произошел не в этом, а, скорее, в предшествующем (реформенном) поколении — их отличие от соседнего поколения застоя более значительно. Представителям реформенного поколения гаджеты достались уже во взрослый период, поэтому их называют «цифровыми иммигрантами» в отличие от «цифровых аборигенов»-миллениалов [Bennett, Maton, Kervin, 2008]. Но представители реформенного поколения были еще достаточно молоды и деятельны, чтобы успеть «иммигрировать» в цифровое пространство в достаточном количестве.

Подобная ситуация отражает широкие международные тренды. По данным Pew Research Center, в 2018 г. из 18 обследованных развитых стран в 17 странах доля

миллениалов, владеющих смартфонами, превышала 90% (в том числе в России — 91%). При этом следующее поколение (от 39 до 50 лет) отставало от миллениалов не сильно — в 14 странах подобное отставание не превышало 10%, а в двух странах (Южной Корее и Израиле) более старшее поколение (39–50 лет) даже опережало молодых (в России отставание более заметно, но тоже не кардинально — 76%). А вот поколение от 50 лет и старше уступает миллениалам более значительно: здесь наблюдается широкий разброс обладателей смартфонов — от 26 и 29% в России и Греции до 91% в Южной Корее [Taylor, Silver, 2019].

ОСВОЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Важен не только сам факт использования Интернета, но также характер его использования (в РМЭЗ НИУ ВШЭ вопросы задавались про 12 месяцев, предшествующих опросу). Одним из хороших индикаторов цифровой продвинутости, на наш взгляд, может служить *доля выходящих в Интернет с мобильных устройств* (сотовых телефонов, смартфонов) за последние 12 месяцев. Эта доля в 2016 г. устойчиво возрастает от поколения к поколению — от 11% пользователей Интернета (0,5% всех респондентов) в самом старшем (мобилизационном) поколении до 80% пользователей Интернета (74% всех респондентов) у миллениалов обоих полов (все межпоколенческие различия статистически значимы). Но и здесь реформенное поколение обеспечивает более серьезный прирост по сравнению с ближайшим предшествующим поколением застоя, чем поколение миллениалов по сравнению с реформенным (+28% против +20%) (рис. 5.6).

Другим важным индикатором новых поведенческих практик является использование Интернета для *совершения онлайн-покупок* товаров и услуг за последние 12 месяцев.

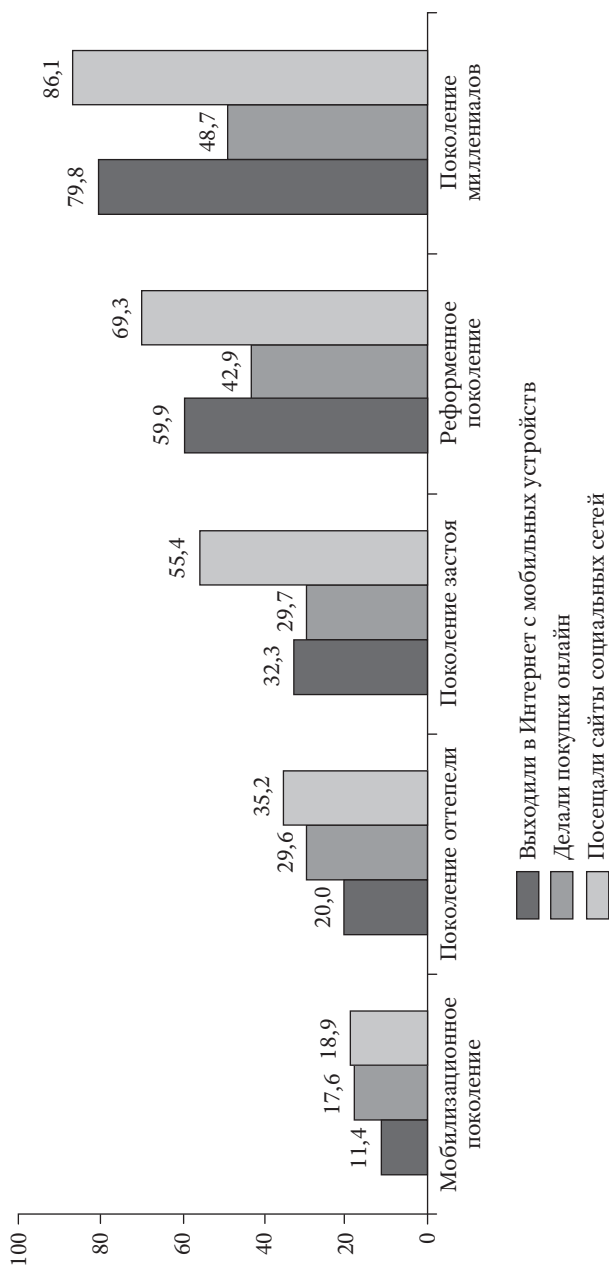


Рис. 5.6. Способы использования Интернета за последние 12 месяцев, по поколениям, 15 лет и старше, 2016 г. (в % от пользователей Интернета, $n = 14\ 943$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Доля онлайн-покупателей в целом неуклонно возрастает. Среди респондентов РМЭЗ НИУ ВШЭ старше 14 лет эта доля увеличилась в 2003–2016 гг. с 13 до 42% пользователей Интернета. Даже в самом старшем (мобилизационном) поколении к этой практике в 2016 г. прибегали 18% пользователей Интернета (0,7% всех респондентов). В следующих двух поколениях совершали покупки в интернет-магазинах уже по 30% пользователей Интернета. В реформенном поколении имеем очередной скачок до 43%, а у миллениалов эта доля достигает 49% (45% всех респондентов) — прирост уже не столь велик, но и он статистически значим. Здесь, в отличие от обладания техническими устройствами и пользования Интернетом, среди миллениалов появляются значимые гендерные различия — в онлайн-покупки вовлечены 50% женщин и 40% мужчин.

Наконец, одной из наиболее обсуждаемых сегодня тем выступает *использование социальных сетей* как новых средств артикуляции, визуализации и поддержания сетевых связей, которые используются для личной и профессиональной коммуникации, для игр и развлечений [Bolton et al., 2013]. Первая социальная сеть была запущена в 1997 г. (SixDegrees.com), но активное развитие началось в 2003–2004 гг. с появлением LinkedIn, MySpace и Facebook. Вскоре, в 2006 г., первые сети появились и в России («Одноклассники», «ВКонтакте»). Социальная сеть для публичного обмена короткими сообщениями Twitter была запущена в 2006 г., приложение для обмена фотографиями и видеозаписями Instagram — в 2010 г. [Радаев, 2015]. В этот же период возникли другие новые социальные медиа. Начали развиваться платформы для совместного производства контента (Wikipedia, включая ее русскоязычный раздел, запущена в 2001 г.; видеохостинговый портал YouTube основан в 2005 г., а его русская версия — в 2007 г.). Набирают популярность виртуальные социальные и игровые миры. Так, трехмерный виртуальный мир Second Life запущен в 2003 г., а выход первой

версии массовой многопользовательской ролевой онлайн-игры «World of Warcraft» состоялся в 2004 г.

Мы видим, что разнообразные социальные медиа возникли в очень ограниченный по историческим меркам временной период. И произошло это именно в годы активного взросления большинства миллениалов, т.е. в их формативные годы. Поэтому роль социальных сетей и других альтернативных медиа трудно переоценить.

По данным РМЭЗ НИУ ВШЭ, доля посетителей сайтов социальных сетей за последние 12 месяцев в 2016 г. возросла скачками от поколения к поколению — от 19 до 86% пользователей Интернета (от 0,8 до 80% всех взрослых респондентов) (рис. 5.6). Любопытно, что и здесь среди миллениалов женщины активнее мужчин — 84 и 76% соответственно.

В соответствии с ожиданиями миллениалы более активны в социальных сетях. Заметим, что речь идет преимущественно не о Facebook, роль которого среди прочих социальных сетей часто преувеличивается. Между тем в 2016 г. его посещали лишь 13% миллениалов и 7% всех взрослых респондентов старше 14 лет (гендерных различий практически нет). Большинство же миллениалов посещают социальную сеть «ВКонтакте» (68%) (в том числе 70% женщин и 66% мужчин), что вдвое больше, чем предшествующее поколение (средний уровень по всей выборке — 34%). На втором месте социальная сеть «Одноклассники», которую посещают почти половина миллениалов (49%) со значительным преобладанием женщин (57% против 41% у мужчин) (здесь миллениалы в целом удивительно близки с реформенным поколением — 46%) (средний уровень по выборке — 34%). Используют Twitter 5,5% миллениалов (средний уровень — 2,4%), «Живой журнал» — 1,3% (средний уровень — 0,7%) (рис. 5.7). Вопрос про использование Instagram, к сожалению, не задавался. Во всех случаях у миллениалов доля пользователей социальных сетей значи-

Присутствие миллениалов в социальных сетях

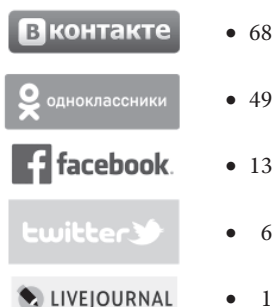


Рис. 5.7. Посещение социальных сетей за последние 12 месяцев, поколение миллениалов, 15 лет и старше, 2016 г. (в % от пользователей Интернета, $n = 4426$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

мо выше, чем в предшествующих поколениях. Что же касается двух самых старших поколений, здесь их использование и вовсе близко к нулю.

Доли пользователей социальных сетей в США по отдельным поколениям близки к российским не только по межпоколенческой динамике, но и по абсолютным значениям. По данным 2018 г., используют социальные сети 85% миллениалов, 75% представителей поколения X, 57% бумеров и 23% представителей молчаливого поколения [Jiang, 2018]. Обратим внимание также на относительно небольшой разрыв между миллениалами и смежным поколением X. Что же касается отличий от России, все поколения американцев значительно интенсивнее используют Facebook: 82% миллениалов, 76% представителей поколения X, 59% бумеров и 26% представителей молчаливого поколения [Ibid]. Но и здесь, заметим, представители поколения X вплотную приблизились к миллениалам.

ВЛАДЕНИЕ БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ

Еще один признак, свидетельствующий о причастности к новым практикам поведения, — наличие или отсутствие банковских пластиковых карт. Здесь мы имеем возможность посмотреть динамику процесса по данным РМЭЗ НИУ ВШЭ за период 2006–2016 гг.

По обеспеченности банковскими картами мы видим заметный разрыв между двумя самыми старшими и тремя более молодыми поколениями. За период 2006–2016 гг. доля обладателей таких карт в мобилизационном поколении выросла лишь с 2 до 21%, а в поколении оттепели — с 12 до 40%.

Три более молодых поколения по данному показателю начали период с чуть более высокого уровня и растут значительно более быстрыми темпами. Доля обладателей банковских карт в поколении застоя увеличивается с 26 до 71%, в реформенном поколении — с 31 до 81%, а в поколении миллениалов — с 20 до 77%.

Таким образом, по обеспеченности банковскими пластиковыми картами миллениалы отнюдь не лидируют (вероятно, сказывается относительно молодой возраст). Хотя и здесь миллениалы растут быстрее других. На рубеже 2010-х годов они обгоняют по доле обладателей банковских карт поколение застоя, а к 2016 г. фактически догоняют соседнее реформенное поколение (рис. 5.8). Гендерных различий внутри поколения миллениалов в данном случае нет — доли мужчин и женщин, владеющих банковскими картами, растут параллельно, при этом доля женщин всегда чуть выше, чем доля мужчин.

Приведенные результаты нуждаются в серьезном уточнении. Дело в том, что распространение банковских карт в России еще с конца 1990-х годов происходило в основном через зарплатные проекты работодателей. Отчасти это объясняет серьезное отставание двух самых старших

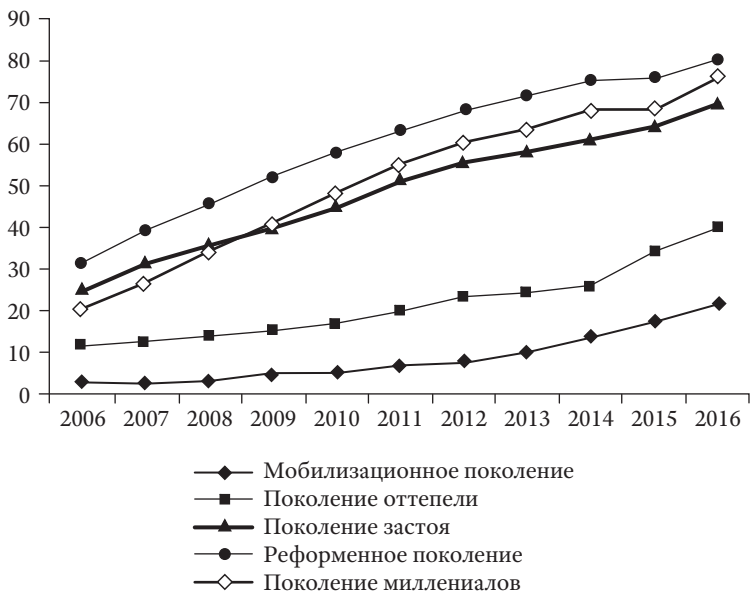


Рис. 5.8. Наличие банковских пластиковых карт по поколениям, 15 лет и старше, 2006–2016 гг. (в %, $n = 138\ 050$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

поколений, которые в начале периода (2006 г.) уже находились в пенсионном возрасте. Что же касается сравнительной динамики владения картами у трех более молодых работающих поколений, то их данный фактор затрагивает в меньшей мере³.

³ Данные Обследования потребительских финансов НИУ ВШЭ за 2013–2018 гг. о доле владельцев кредитных карт, которые, в отличие от дебетовых зарплатных карт, приобретались респондентами самостоятельно, показывают значительно более низкий охват, но аналогичные межпоколенческие соотношения. Миллениалы понемногу обгоняли поколение застоя, но пока уступали предшествующему реформенному поколению (расчеты Д.Х. Ибрагимовой).

БОЛЕЕ АКТИВНЫЕ В ПРОВЕДЕНИИ ДОСУГА

Теперь от цифровизации и новых технологий перейдем к другому важному аспекту поведения — формам проведения досуга. В 2016 г. задавалась серия вопросов: «Как часто за последний год в свободное время, за исключением отпуска, Вы занимались..?» с вариациями подсказок от «Практически никогда» до «Практически каждый день». Для изложения наиболее значимых результатов, в зависимости от формы досуга, мы используем разные измерители частоты — «Практически каждый день», «Не реже раза в неделю» или «Не реже раза в месяц».

Выяснилось, что ежедневно *смотрят телевизор* три четверти миллениалов (73%), в том числе 75% женщин и 71% мужчин. Не так уж мало по сравнению с общими разговорами о тотальном уходе молодежи от телесмотрения, но все же меньше, чем во всех других поколениях. Средняя доля активных телезрителей по всей выборке — 81%, и в целом чем старше поколение, тем чаще они смотрят телевизор. В реформенном поколении эта доля поднимается до 79%, а в трех старших поколениях достигает 88%.

Самое молодое взрослое поколение намного чаще, чем все старшие поколения, *слушает музыку, аудиокниги, смотрит видео* — более половины миллениалов обоих полов делают это практически каждый день (53%) (в реформенном поколении таковых лишь каждый третий (32%), а у более старших поколений — 18%). Здесь межпоколенческий разрыв заметно больше.

Вполне ожидаемо, миллениалы значительно чаще *играют на компьютере и проводят время в Интернете*, две трети из них (65%) делают это ежедневно (гендерные различия отсутствуют), в то время как в реформенном поколении эта доля снижается до 42%, а в более старших поколениях скачкообразно падает почти до нуля (в среднем для трех старших поколений — 17%).

Впрочем, вовлеченность в виртуальную коммуникацию не мешает миллениалам *встречаться с друзьями и родственниками* — более половины (57%) делают это не реже раза в неделю, в то время как между остальными четырьмя поколениями в этом отношении различий фактически нет (все находятся в интервале 41–45%).

Половина миллениалов (50%) в свободное время *гуляют и играют с детьми*. В этом отношении они почти не отличаются от реформенного поколения (52%), но значительно активнее трех старших поколений (в среднем — 28%). Добавим, что если с друзьями и родственниками среди миллениалов встречаются равно женщины и мужчины, то с детьми гуляют значительно больше женщин.

Миллениалов, как мы видели выше, порою обвиняют в потребительстве и консюмеризме. И по результатам исследований, миллениалы в США, например, в большей степени привержены *шопингу*, чем их предшественники [Brosdahl, Carpenter, 2011]. В нашем случае некоторая повышенная приверженность молодых поколений шопингу тоже обнаруживается, но разница уже не столь значительна. Кроме самого старшего мобилизационного поколения, все поколенческие группы в относительно равной степени вовлечены в прогулки по магазинам и торговым центрам — делают это не реже раза в неделю чуть более чем каждый третий респондент (34–36%). Шопингу «все возрасты покорны». И более активны здесь, разумеется, женщины.

Миллениалы чаще проводят свободное время, совершая *прогулки на природе*. Почти половина из них (48%) делают это не реже раза в неделю, в предшествующих поколениях эта доля заметно меньше — 36–38%. А вот вовлечь миллениалов в традиционную для России *работу на приусадебных, садовых и огородных участках* оказывается сложнее — половина не делают этого в принципе (50%) (в предшествующих двух поколениях эта доля снижается до 36–40%), и вообще, чем моложе поколение, тем менее оно вовлечено в ра-

боту на земле. И если еженедельно работали на земле почти половина представителей трех старших поколений (46%), то в реформенном поколении эта доля снижается до 39%, а у миллениалов падает до 23%. Причем значимых гендерных различий в данном случае нет.

Миллениалы мало отличаются по частоте *чтения книг* — во всех выделенных нами поколениях, независимо от возраста, практически ежедневно читают книги чуть более чем каждый третий. А вот гендерные различия среди миллениалов весьма значительны — в чтение книг вовлечено значительно больше женщин. Добавим, что, по всей видимости, меняется форма чтения — все чаще речь идет об электронных книгах.

Это подтверждается данными Pew Research Center, согласно которым американские миллениалы опережают все более старшие поколения по посещению публичных библиотек и использованию электронных приложений (Bookmobile) за последние 12 месяцев. Их доля в 2016 г. составляла 53%, в поколении X — 45%, в поколении бумеров — 43% и в молчаливом поколении — 36%. Еще более заметно опережают миллениалы старшие поколения по доле посетителей вебсайтов публичных библиотек [Geiger, 2017].

Среди миллениалов заметно чаще обнаруживаются те, кто не реже раза в месяц *посещают театры, кино, концерты, музеи и спортивные соревнования* в качестве зрителя (32%), в реформенном поколении эта доля снижается до 15% и стремительно убывает в более старших поколениях (9% для трех старших поколений в среднем).

Миллениалы также в большей степени вовлечены в *творческие занятия* (игру на музыкальных инструментах, рисование и т.п.) — как минимум ежемесячно это делают 22%, в реформенном поколении — лишь 14%, а в более стар-

ших поколениях — менее 9%. Среди миллениалов здесь явно более активны женщины.

Вполне закономерно, миллениалы значительно опережают старшие поколения по занятиям *физкультурой и спортом* (мы еще вернемся к этому вопросу позже в разделе о здоровом образе жизни). Не реже раза в месяц физкультурой и спортом занимаются 42% миллениалов (более активны мужчины) и вдвое меньше представителей соседнего реформенного поколения (21%). А у старших поколений эта доля еще более низка — в среднем 13%.

Среди молодого поколения более распространено посещение публичных мест: каждый третий бывает в *кафе и ресторанах* не реже раза в месяц (34%). В реформенном поколении таких менее чем каждый пятый (18%), а в старших поколениях эта доля резко падает до почти нулевой отметки (в среднем по трем поколениям — 5–6%).

Еще более ожидаемо, миллениалы чаще обнаруживаются среди *посетителей ночных клубов*, хотя здесь доли в целом значительно меньше — не реже раза в месяц их посещают 8% миллениалов, в реформенном поколении таких посетителей лишь 2%, а во всех остальных поколениях речь идет о единичных случаях (около 1%). И в случае с кафе и ресторанами, и в случае с ночными клубами значимых гендерных различий не обнаруживается.

Наконец, менее половины миллениалов (45%) как минимум еженедельно *ничего не делают, просто отдыхают* (в большей степени это себе позволяют мужчины). И по этому параметру миллениалы не отличаются от своих предшественников — в реформенном поколении эта доля равняется 41%, а у трех старших поколений она несколько выше — 51% (табл. 5.1).

Конечно, повышенная досуговая активность самого молодого взрослого поколения во многом является следствием возраста. Но, как мы видим, эта активность проявляется у них не во всех видах деятельности.

ТАБЛИЦА 5.1

Распространенность форм досуга среди миллениалов
и предшествующих поколений, 2016
(в % от каждой группы, $n = 14\ 860$)

<i>Формы досуга</i>	<i>Измеритель</i>	<i>Старшие поколения</i>	<i>Реформенное поколение</i>	<i>Миллениалы</i>
Смотрят телевизор	Ежедневно	87,5	79,4	72,8
Слушают музыку, аудиокниги, смотрят видео	Ежедневно	17,5	32,4	53,1
Играют на компьютере, проводят время в Интернете	Ежедневно	17,1	41,8	64,7
Встречаются с друзьями и родственниками	Еженедельно	41,9	45,3	56,9
Играют, гуляют с детьми	Еженедельно	27,8	52,3	49,7
Занимаются шопингом	Еженедельно	34,1	34,5	35,8
Проводят время на природе	Еженедельно	37,8	36,1	48,4
Работают на приусадебных участках	Еженедельно	46,4	38,5	23,4
Читают книги	Ежемесячно	54,6	53,0	59,3
Посещают театры, кино, концерты, музеи и спортивные соревнования	Ежемесячно	9,1	14,8	32,0
Занимаются спортом, физкультурой	Ежемесячно	13,0	21,3	42,3
Занимаются творческими занятиями	Ежемесячно	8,5	14,0	21,5
Посещают кафе, рестораны, бары	Ежемесячно	5,5	17,9	33,8

ОКОНЧАНИЕ ТАБЛ. 5.1

<i>Формы досуга</i>	<i>Измеритель</i>	<i>Старшие поколения</i>	<i>Реформенное поколение</i>	<i>Миллениалы</i>
Посещают ночные клубы	Ежемесячно	0,9	2,1	7,9
Ничего не делают, отдыхают	Еженедельно	50,5	40,8	44,8

ПРИМЕЧАНИЕ: В столбце «Старшие поколения» объединены мобилизационное поколение, поколение оттепели и поколение застоя.

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

ПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ

Посмотрим на межпоколенческую динамику в потреблении алкогольных напитков. Алкоголь не просто один из стандартных товаров, уровень и стиль его потребления является важным элементом культуры, специфическим для того или иного общества. Вдобавок для России, которая, по данным Всемирной организации здравоохранения, долгое время не покидает десятку самых пьющих стран мира [WHO, 2014; 2016], потребление алкоголя имеет особое значение.

По нашим данным, *доля потребителей алкоголя* за последние 30 дней, предшествовавших опросу, во всех поколениях имеет тенденцию к снижению после 2008 г., а в двух самых старших поколениях эта доля снижается в течение всего периода наблюдения (как и везде, отобраны респонденты старше 14 лет), и это отчасти мешает увидеть важные межпоколенческие различия. В конце периода наблюдения (2016 г.) в каждом последующем поколении доля потребителей алкоголя значимо больше, чем в предыдущем, за исключением миллениалов — у этого самого молодого поколения доля пьющих оказывается меньше, чем в двух предшествующих поколениях (реформенном и поколении застоя). К 18–20 годам доля потребителей алкоголя у миллениалов вырастает до своего максимального значения

(50–52%), а затем снижается до 40%. У предшествующего реформенного поколения доля потребителей алкоголя находится на заметно более высоком уровне и за этот же период снижается примерно с 70 до 50%. В целом при приведении соседних поколений к одному медианному возрасту оказывается, что во всех случаях каждое последующее поколение по доле потребителей пьет чуть меньше предыдущего, но у миллениалов это снижение значительно круче. Если мы берем реформенное поколение в аналогичном медианном возрасте (2002 г.), то разница с поколением миллениалов оказывается очень значительной (64% против 40%) (см. пунктирные линии на рис. 5.9), т.е. разница достигает

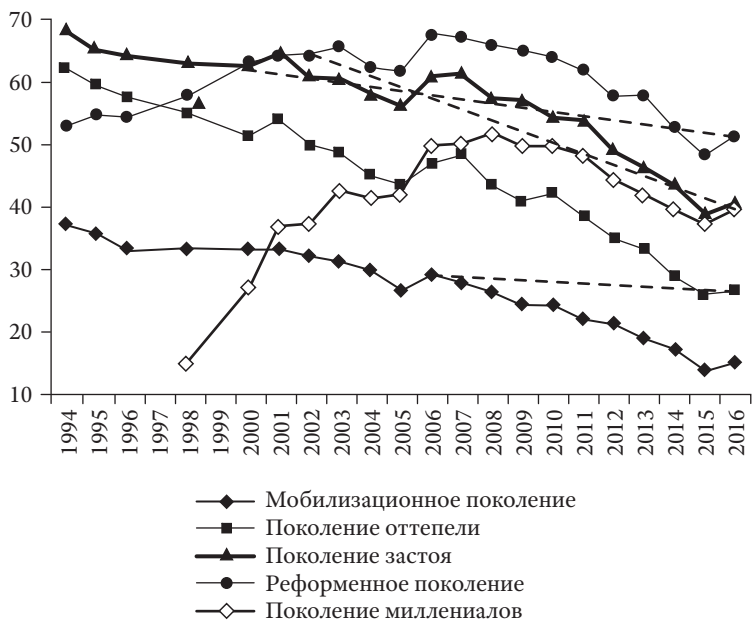


Рис. 5.9. Доля респондентов, потреблявших алкоголь в течение 30 дней, по поколениям, 15 лет и старше, 1994–2016 гг. (в %, $n = 258\ 366$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

почти 25%, в то время как в предшествующих поколениях она варьируется от 2 до 12%.

В специальной работе, в соавторстве с Я.М. Рощиной, мы попытались решить проблему идентификации и выявить эффекты поколений на долю потребителей алкоголя при одновременном контроле возраста и периода с помощью модели возраста-периода-когорты (APC modelling). Выявлены значительные эффекты периода времени — во-первых, в 1994–2003 гг., когда происходило интенсивное замещение потребления водки потреблением пива; а во-вторых, начиная с 2008 г., когда происходило разворачивание новой антиалкогольной реформы, к которой добавились (с небольшим перерывом) два последовательных экономических кризиса. Эффекты возраста отображаются перевернутой параболой для обоих полов (за исключением потребления самогона и вина) — они возрастают в средних и снижаются в младших возрастных группах. Но главное то, что и при контроле возраста и периода более молодое поколение как таковое демонстрирует снижение доли потребителей алкоголя. Этот эффект значим для женщин, рожденных после 1994 г., и для мужчин, рожденных после 1989 г., т.е. по крайней мере для существенной части поколения миллениалов [Radaev, Roshchina, 2019].

Интересно посмотреть на гендерные различия в потреблении алкоголя. На рис. 5.10 мы видим, что, стартуя из одной низкой точки (15%), в период инициации (приобщения к алкоголю) доля потребителей алкоголя среди юношей и девушек быстро возрастает. Затем доля мужчин возрастает быстрее (почти до 60%), и потребителей среди них оказывается заметно больше, чем среди женщин, но динамика доли потребителей аналогичная, и начиная с кризиса 2008–2009 гг. обе линии идут на снижение практически параллельно.

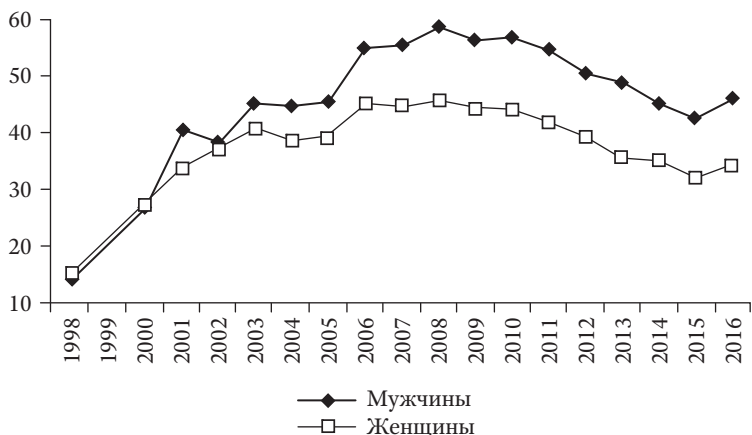


Рис. 5.10. Доля мужчин и женщин в поколении миллениалов, потреблявших алкоголь в течение 30 дней, 15 лет и старше, 1998–2016 гг. (в %, $n = 51\ 643$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Сходные тенденции наблюдаются и при анализе *объема потребления* в пересчете на чистый алкоголь (здесь доступны ежегодные данные лишь с 2006 г.). Во всех поколениях мы наблюдаем снижение средних объемов потребления на одного взрослого респондента после 2008 г., хотя оно и менее выражено, чем снижение доли потребителей алкоголя⁴. При этом каждое последующее поколение потребляет больше предыдущего, за исключением миллениалов, уровень потребления которых вновь оказывается значимо ниже, чем в двух предшествующих поколениях, причем разница с соседним реформенным поколением варьирует от 1,5 до 2 раз (рис. 5.11). Мы можем заключить, что на фоне некоторого снижения потребления алкоголя во всех поколениях именно в поколении миллениалов наблюдаются отчетливые при-

⁴ По данным Росстата, продажа алкогольных напитков на душу населения в абсолютном алкоголе в 2006–2017 гг. снизилась на 30%.

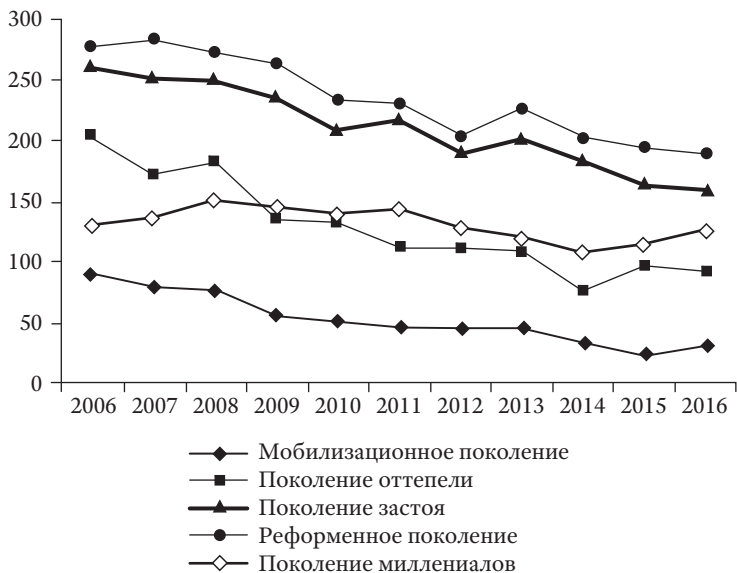


Рис. 5.11. Среднее потребление алкоголя на душу населения в течение 30 дней, по поколениям, 15 лет и старше, 2006–2016 гг. (в граммах чистого алкоголя, $n = 164\ 395$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

знаки более решительного перелома, связанного с падением как доли потребителей, так и объема потребляемого чистого алкоголя.

Интересно, что медианный возраст, в котором респонденты впервые попробовали алкоголь, от поколения к поколению не растет, а снижается — от 18 лет в старших поколениях до 17 лет в реформенном поколении и 16 лет у миллениалов. То есть нынешние молодые люди не откладывают потребление, напротив, они пробуют алкоголь раньше, но пьют при этом реже и меньше.

Подобный перелом в потреблении алкоголя молодыми поколениями характерен и для многих других стран, в которых проводились соответствующие исследования,

в первую очередь для англосаксонских и скандинавских стран — например, для Австралии, Великобритании, США, Финляндии, Швеции и др. [Kraus et al., 2015; Livingston, 2014; Norstrom, Svensson, 2014]. И в этом отношении опыт России не уникален (подробнее см.: [Radaev, Roshchina, 2019]). Заметим, что снижение потребления алкоголя среди молодежи характерно в первую очередь для стран, характеризующихся высоким уровнем душевых доходов и высоким исходным уровнем потребления алкоголя. В странах с относительно низкими душевыми доходами и низким потреблением алкоголя в 2010-е годы наблюдается обратный повышательный тренд (в качестве примеров приведем Китай, Кению и Таиланд).

Здесь также обратим внимание на гендерные различия в поведении миллениалов (рис. 5.12). На протяжении всего периода мужчины в среднем за месяц потребляют в 3 раза больше алкоголя, чем женщины. Для потребления мужчин

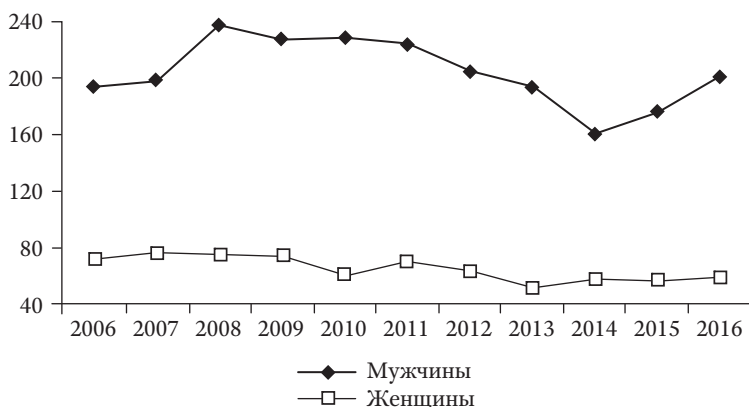


Рис. 5.12. Среднее душевое потребление алкоголя в течение 30 дней среди мужчин и женщин в поколении миллениалов, 15 лет и старше, 2006–2016 гг. (в граммах чистого алкоголя, $n = 43\,733$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

также характерны более выраженные колебания по периодам, в частности прерывание в 2015–2016 гг. тенденции к снижению объема потребления алкоголя.

Добавим, что указанный перелом в потреблении алкоголя выходит за рамки потребительской проблематики как таковой и имеет важное культурное значение, которое еще предстоит объяснить. Снижение потребления алкоголя потенциально может быть связано с влиянием разнообразных мер антиалкогольной реформы, возникновением новых форм коммуникации и развлечений, которые в меньшей степени сопрягаются с потреблением алкоголя, а также с растущей приверженностью здоровому образу жизни.

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ

Итак, одно из объяснений снижения потребления алкоголя молодым поколением связано с тем, что оно в большей степени озабочено поддержанием *здорового образа жизни* (ЗОЖ). Есть основания считать, что речь идет не об очередном быстротечном модном увлечении. Во-первых, исследователи отмечают смену парадигм в здравоохранении и медицине. Если старая парадигма была выстроена вокруг заболевания и роли больного, то новая — сконцентрирована на здоровье и усилиях, предпринимаемых индивидом для его поддержания [Гольман, 2014]. Во-вторых, эта новая парадигма в России отразилась в новой правительственной политике. Так, на рубеже 2010-х годов были приняты соответствующие стратегические документы, в том числе:

- Концепция развития системы здравоохранения в Российской Федерации до 2020 г. (2009 г.);
- Концепция государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 г. (2009 г.);

- Концепция осуществления государственной политики противодействия потреблению табака на 2010–2015 гг. (2010 г.);
- Основы государственной политики в области здорового питания населения на период до 2020 г. (2010 г.).

В-третьих, повысился уровень морализации на тему здоровья и здорового образа жизни в публичном дискурсе — это явление получило название «*хелсизм*» [Crawford, 2006; Гольман, 2014]. Наконец, в-четвертых, на более общем уровне изменилось отношение к телесности и увеличилась ее значимость для идентичности индивида. Преобразование телесности стало предметом индивидуального выбора, связанного с воспитанием биологически ответственного субъекта, озабоченного улучшением собственной жизни и здоровья. Этот субъект уже не ждет заботы от медиков и государства при появлении заболеваний, но проявляет повышенное внимание к себе как биологическому телу, находится в постоянном самостоятельном поиске знания о нем (чему в немалой степени способствуют возможности, предоставляемые Интернетом) и максимизирует не сиюминутную полезность, а продолжительность собственной жизни [Юдин, 2015].

В предыдущем разделе мы уже начали анализировать данный вопрос с темы потребления алкоголя. Но если экспертные оценки пользы или вреда от потребления алкоголя не столь однозначны, то куда более единодушно в качестве вредной привычки оценивается *курение*. Анализируя полученные данные (задавался вопрос: «Курите ли Вы в настоящее время?»), мы видим, что к 2016 г. среди миллениалов курящие встречаются значительно реже, чем в предшествующем реформенном поколении (30 и 38% соответственно). При этом речь не идет об отложенном потреблении, перелом по доле курильщиков у миллениалов уже произошел при медианном возрасте в 21 год, после чего эта доля начала понемногу снижаться. И все же среди них курение более распространено, чем в самых старших поколениях, где доля

курящих снижается как минимум с начала 2000-х годов — солидный возраст, часто сопровождаемый ухудшением здоровья, побуждает отказываться от вредной привычки.

Чтобы проконтролировать непосредственное влияние возраста, мы провели ретроспективный анализ соседних поколений, и нам удалось обнаружить следующую закономерность: если мы берем долю курильщиков в каждом предшествующем поколении, когда оно находилось в том же возрасте, что последующее поколение в 2016 г., различия в доле курильщиков между соседними поколениями фактически исчезают, т.е. в аналогичном возрасте соседние поколения курили одинаково. Но эта закономерность касается всех поколений, кроме миллениалов: последние образуют единственный случай, когда при достижении аналогичного возраста доля курильщиков резко упала более чем в 1,5 раза по сравнению с предшествующим (реформенным) поколением (с 47 до 30%) (см. пунктирные линии на рис. 5.13). Мы получаем подтверждение того, что именно в молодом поколении произошел серьезный перелом, связанный с уменьшением курения. Добавим при этом, что интенсивность курения среди курящих, измеряемая числом сигарет, папирос или трубок, обычно выкуриваемых за день, в молодом поколении не выросла, следовательно, уменьшился и общий объем курения.

Следует добавить, что снижение курения — относительно недавний тренд. Еще в конце 2000-х годов исследователями фиксировались негативные тенденции в области курения среди молодежи [Засимова, Колосницyna, 2011]. В 2010-е годы, как мы видим, этот тренд повернулся в обратную сторону. Сегодня и этот тренд стал международным — наряду с уменьшением потребления алкоголя снижение курения среди молодежи наблюдается в большинстве европейских стран [Kraus et al., 2018].

Если обратиться к гендерным различиям в поколении миллениалов, то окажется, что среди мужчин в течение все-

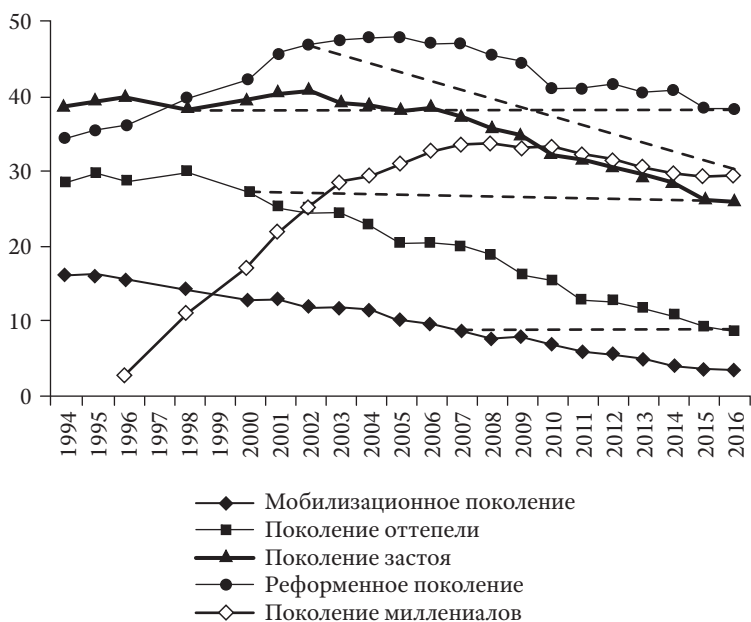


Рис. 5.13. Доля курящих респондентов по поколениям, 15 лет и старше, 1994–2016 гг. (в %, $n = 261\ 678$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

го периода наблюдения доля курящих значительно выше, чем среди женщин. Во второй половине 2000-х годов доля курящих мужчин превышала 50%, в то время как у женщин пиковым значением осталось 20%. И снижение доли курящих в 2010-е годы в основном достигается за счет мужчин, у которых она падает с 53 до 43% (у женщин она снижается не столь значительно — с 20 до 17%) (рис. 5.14) (по этой теме см. также: [Quirnbach, Gerry, 2016]).

Среди других элементов здорового образа жизни следует обратить внимание на *занятия физкультурой и спортом*. На рис. 5.15 видно, что кривые, фиксирующие доли занимающихся физической культурой в настоящее время

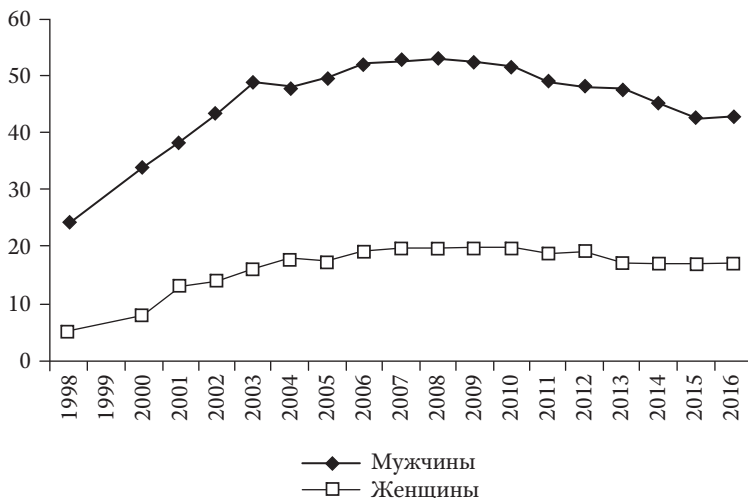


Рис. 5.14. Доля курящих мужчин и женщин в поколении миллениалов, 15 лет и старше, 1998–2016 гг. (в %, $n = 51\,524$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

(в любой форме), у трех самых старших поколений, несмотря на серьезные возрастные различия между ними, близки к совпадению в течение всего периода наблюдений. После достижения тридцатилетнего рубежа к ним присоединяется и более молодое реформенное поколение (характер и интенсивность занятий, конечно, различаются). И во всех четырех поколениях доли занимающихся физической культурой понемногу подрастают с течением времени, достигая к 2016 г. уровня 20–25%. Поколение же миллениалов и здесь стоит особняком, резко контрастируя с общей картиной. Его представители на протяжении всего периода наблюдений значительно чаще занимаются физической культурой и спортом — в детстве и юношестве таковых большинство, после достижения 20-летнего среднего возраста их доля стабилизируется на уровне 40–43% (рис. 5.15). Разумеется, здесь очень велико влияние чисто возрастных различий. Однако когда мы смотрим на предшествующее реформенное поко-

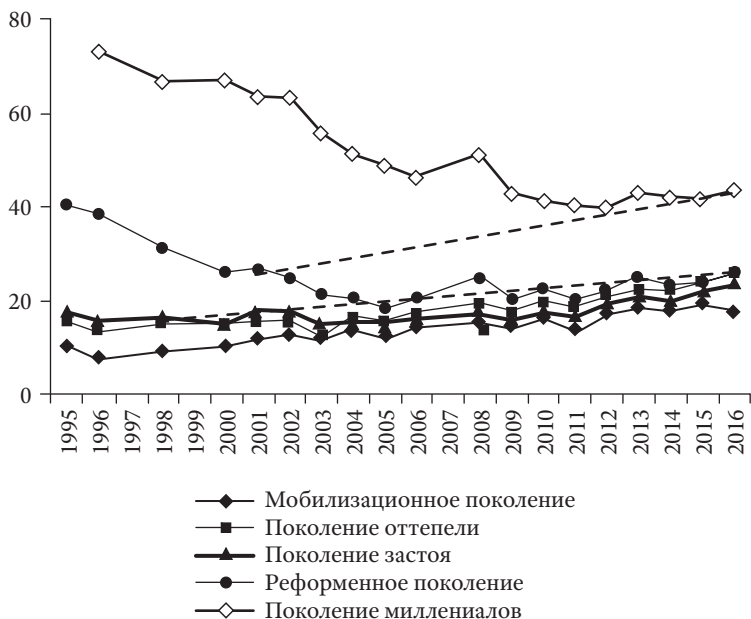


Рис. 5.15. Доля респондентов, занимающихся физкультурой и спортом, по поколениям, 15 лет и старше, 1994–2016 гг. (в %, $n = 237\,938$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

ление в 2002 г. в аналогичном возрасте (27 лет), то здесь доля занимающихся физической культурой и спортом оказывается значительно более скромной, чем у миллениалов в 2016 г. (25% против 43%). Это означает, что по данному элементу здорового образа жизни активность молодого поколения по сравнению с предшествующим поколением скачкообразно возросла.

Мужчины в поколении миллениалов во все годы опережают женщин по доле занимающихся физкультурой и спортом примерно на 7–10%. Обе кривые движутся фактически параллельно, снижаясь до 2012 г. и начиная возрастать в последующие годы (рис. 5.16).

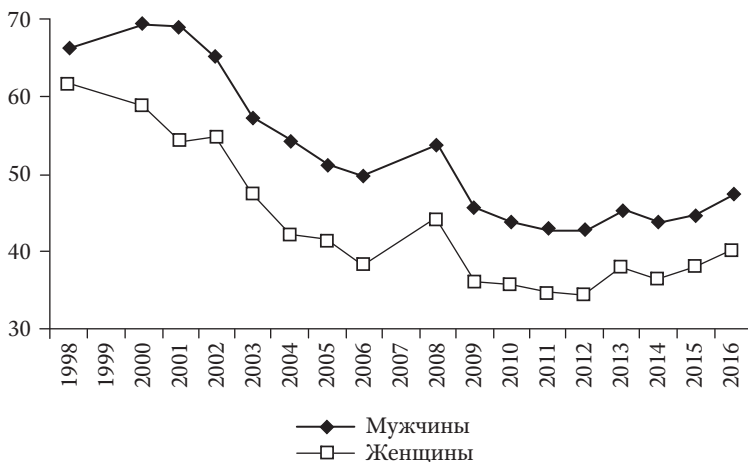


Рис. 5.16. Доля мужчин и женщин в поколении миллениалов, занимающихся физкультурой и спортом, 15 лет и старше, 1998–2016 г. (в %, $n = 48\,296$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Впрочем, тяготение миллениалов к здоровому образу жизни распространяется не на все известные нам аспекты ЗОЖ. Например, по данным 2016 г., молодое поколение не выделяется по вовлеченности в разного рода *диеты*, по соответствующей доле оно равно двум предшествующим поколениям (около 7%) и немного уступает самым старшим поколениям (9–10%). Добавим, что на диету среди миллениалов садятся в основном женщины (12% против 3% у мужчин). И по *использованию витаминов, минеральных веществ и БАДов* миллениалы лишь на пару процентов превышают два предшествующих поколения (16% против 14%), хотя различия все же статистически значимы. Женщин-миллениалов и здесь вдвое больше, чем мужчин (22% против 10%).

Мы можем заключить, что по распространенности занятий физической культурой и спортом силами миллениалов

происходит ускорение общего позитивного тренда, а по вовлеченности в курение — перелом негативного тренда. Хотя снижение доли курящих наблюдается во всех поколениях, миллениалы вносят в это снижение наиболее ощутимый вклад. Введение же в регрессионный анализ контрольных переменных показывает значимое влияние на приверженность здоровому образу жизни и поколенческих различий, и возраста как такового.

Нас часто спрашивают, в какой мере в упомянутые тренды вписывается распространение *наркотических веществ*, которое популярно в том числе и среди нынешней молодежи и способно отчасти замещать другие вредные пристрастия.

По данным мониторинга Государственного антинаркотического комитета за 2017 г., наркоситуация в России в целом по-прежнему оценивается как «тяжелая». По результатам массовых опросов, проводимых антинаркотическими комиссиями, доля респондентов, потребляющих наркотики как регулярно, так и эпизодически, в 2015–2017 гг. держалась на уровне 1,5–1,6%. По результатам тестирования 3,6 млн обучающихся в 2016–2017 учебном году, среди студентов университетов (поколение миллениалов) группа «социального риска» составила 6,6% (16 554 чел.) при среднем уровне по всем обучающимся, равном 8,4%. Следует добавить, что еще 6,5% общего числа обучающихся отказались от участия в тестировании [Доклад о наркоситуации..., 2018]. По данным Росстата, численность больных наркоманией, состоящих на учете в лечебно-профилактических организациях, возростала до 2008 г., а затем начала снижаться и к концу 2017 г. уменьшилась на одну треть. При явной неполноте официальных данных, возможно, и здесь произошел перелом тренда.

Мы считаем эту проблему чрезвычайно важной и, несомненно, заслуживающей специальных исследований, но вынуждены ее обойти в виду отсутствия данных в РМЭЗ НИУ ВШЭ и дефицита надежных эмпирических данных в целом.

УРОВЕНЬ РЕЛИГИОЗНОСТИ

Одним из важных ценностных ориентиров выступает уровень религиозности. Мы сравнили по всем поколениям доли тех, кто считает себя определенно верующими (без выражения сомнений). Чтобы избежать флуктуаций по годам, мы использовали средние величины за период 2011–2016 гг., когда задавался данный вопрос. Выяснилось, что доля верующих монотонно снижается с 56% в мобилизационном поколении до 32% у миллениалов (рис. 5.17). Эти результаты кажутся несколько неожиданными на фоне распространенных суждений о растущем увлечении религией (пусть даже и поверхностном) и на фоне более активного присутствия религиозных организаций и религиозной тематики в публичной сфере.

Одного показателя для столь важного вопроса, разумеется, недостаточно. И серьезность отношения к религии проверяется соблюдением надлежащих ритуалов, в том числе частотой посещения церковных служб. Из предшествующих исследований известно: хотя большинство населения в России идентифицирует себя с православием, причем доля таких людей в постсоветский период (1991–2015 гг.) почти удвоилась [Religious Belief..., 2017], регулярно посещают религиозные службы в России лишь от 3 до 15% населения [Пруцкова, 2015]⁵. Если же взять «практикующих

⁵ В этом отношении наблюдается сходная ситуация в постсоциалистических государствах с доминированием православия [Religious Belief..., 2017].

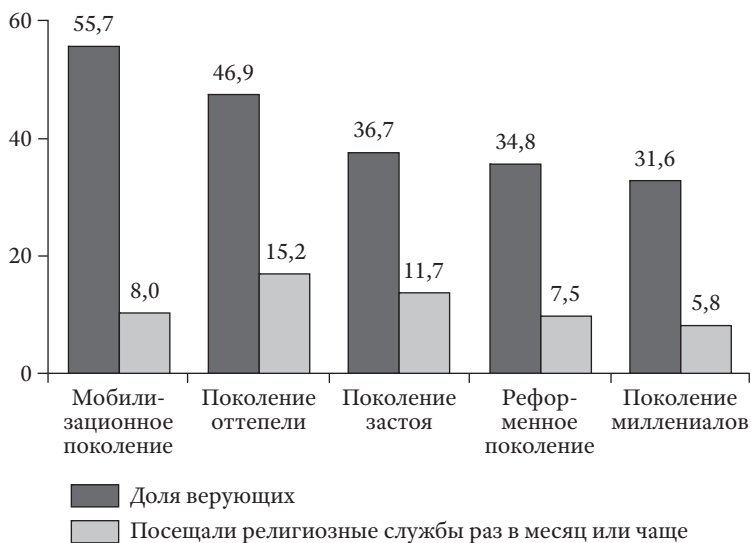


Рис. 5.17. Доля верующих (средняя за 2011–2016 гг.) и доля раз в месяц или чаще посещающих религиозные службы (2016 г.), по поколениям, 15 лет и старше (в %)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

православных», т.е. тех, кто не просто посещает религиозные службы, но, например, причащается раз в месяц и чаще, то разрыв окажется еще более значительным: доля тех, кто считает себя православным, в 1991–2014 гг. выросла с 31 до 68%, а доля «практикующих православных» оставалась стабильной на протяжении всего этого периода на минимальном уровне 2–3% [Емельянов, 2018].

По нашим данным мы видим, что доля тех, кто относительно регулярно посещает религиозные службы (раз в месяц или чаще), уменьшается начиная с поколения оттепели с 15 до 6% у миллениалов. Однако полученные результаты неустойчивы — при добавлении в регрессионную модель контрольных переменных различия миллениалов с двумя предшествующими поколениями перестают быть значи-

мыми. Так, более важную роль по сравнению с возрастом и поколенческой когортой здесь играет гендер (более активная вовлеченность женщин). Женщины среди миллениалов чаще идентифицируют себя как верующих (в 2016 г. 29% против 19% у мужчин) и чаще регулярно посещают религиозные службы (в 2016 г. 7% против 4% у мужчин).

Интересно, что американские сверстники российских миллениалов тоже в меньшей степени, чем старшие поколения, ассоциируют себя с определенной религией и реже являются убежденными верующими. По данным Pew Research Center, в 2014 г. 35% американских миллениалов относились к категории не аффилированных ни с какой религией («none»). Причем с годами эта доля только возрастает (среди более молодых миллениалов она несколько выше). Заметим, что в поколении X таковых 23%, среди бумеров — 17%, а среди представителей молчаливого поколения — лишь 11%. Добавим, что число неверующих с годами понемногу возрастает во всех поколениях, но среди миллениалов этот процесс идет быстрее — в 2007 г. доля неаффилированных среди них равнялась лишь 25%. По меньшей мере две трети миллениалов (67%), которые воспитывались вне какой-либо церкви, так и остались неверующими. И результаты предыдущих исследований не дают оснований надеяться, что по мере взросления они придут в церковь [Lipka, 2015].

У нас нет оснований считать, что снижение доли верующих — сугубо возрастной феномен и с годами молодые взрослые вернутся в лоно церкви. В РМЭЗ НИУ ВШЭ вопрос о религиозной аффилиации впервые задавался еще в 1998 г., и с тех пор (почти за 20 лет) доля верующих среди миллениалов не обнаружила тенденции к росту. Добавим, что уменьшение доли убежденных верующих также не свя-

зано с более высоким уровнем образования, скорее, речь идет о меняющихся механизмах религиозной социализации [Пруцкова, 2015; Maugl, Uecker, 2011]⁶.

Мы не будем в данном случае делать поспешные общие выводы. Несомненно, данный вопрос заслуживает более глубокого изучения, и полученные данные, скорее, лишь сигнал к такому изучению.

ОБОБЩЕННОЕ ДОВЕРИЕ

Затронем популярный вопрос об уровне доверия. Из трех основных форм доверия, включающих обобщенное доверие, межперсональное доверие и доверие к институтам, мы в данном случае ограничимся вопросом об *обобщенном доверии*, которое позволяют измерить данные РМЭЗ НИУ ВШЭ. В 2016 г. задавался вопрос о том, можно ли доверять людям, который нацелен как раз на выявление обобщенного доверия. Мы исключили респондентов, которые считают, что доверять людям можно в зависимости от обстоятельств, и оставили лишь тех, кто готов доверять людям в целом без ссылки на внешние обстоятельства.

Выяснилось, что в данном случае отсутствуют сколько-либо значимые различия между поколениями, кроме самого старшего мобилизационного поколения, где уровень обобщенного доверия наиболее высок, — 22,2% считают, что доверять людям можно. Во всех остальных поколениях этот показатель находится в интервале от 14 до 17%, и миллениалы здесь никак не выделяются. Упомянем, что среди мил-

⁶ Одно из возможных объяснений было высказано О. Орловой в ходе нашего обсуждения проблемы миллениалов в программе «Гамбургский счет» (<https://otr-online.ru/programmi/gamburgskii-schet/prorektor-vshevadim-81799.html>). Возможно, религиозная и церковная риторика звучит в основном из телевизора. Поколение миллениалов в меньшей степени смотрит телевизор. А в социальных сетях, в которых они в основном пребывают, эта риторика представлена слабо, и они ее просто меньше слышат.

лениалов женщины чуть менее доверчивы (16% против 19% у мужчин). В целом поколенческие различия в этом общем вопросе не играют заметной роли.

Несколько иные результаты были получены в 2014 г. Фондом «Общественное мнение», который рассчитывал Индекс «Гражданский климат» на основе трех вопросов. Один вопрос был посвящен обобщенному доверию (можно ли доверять большинству людей), второй — межперсональному доверию (можно ли доверять людям, которые окружают Вас лично), а третий — о готовности объединяться с другими людьми для каких-либо совместных действий. При использовании такой логической конструкции наиболее высокое значение Индекса «Гражданский климат» обнаруживалось среди молодежи в возрасте от 18 до 30 лет [Гражданское участие..., 2014].

СУБЪЕКТИВНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

Теперь посмотрим на поколенческие различия по уровню субъективного благополучия, которое включает когнитивную составляющую (удовлетворенность жизнью), эмоциональную составляющую (уровень счастья) и уровень экономического оптимизма [Монусова, 2012; Родионова, 2015].

По данным предшествующих исследований, в большинстве развитых стран обнаружена параболическая форма зависимости от возраста — относительно более благополучными себя считают молодые и пожилые возрастные когорты, а в среднем возрасте этот уровень ниже. А в развивающихся странах уровень субъективного благополучия с возрастом монотонно снижается [Blanchflower, Oswald, 2008; Guriev, Zhuravskaya, 2009].

По данным Европейского социального исследования (European Social Survey) по 29 странам за 2012 г. в этом отно-

шении выделяется три группы стран. В первой группе более развитых стран (преимущественно скандинавских и северо-европейских) уровень субъективного благополучия почти не меняется с возрастом, во второй группе стран (англосаксонских и средиземноморских) кривая приобретает форму упомянутой выше параболы. И наконец, в третьей группе стран (менее развитых), к которым принадлежит и Россия, наиболее высокий уровень тоже демонстрируют молодые (в возрасте 15–19 лет); в зрелых возрастах этот уровень снижается, но у пожилых уже не растет, а, скорее, снижается еще больше, что считается проявлением социального неблагополучия, прежде всего вследствие более низких оценок материального положения и состояния здоровья⁷. Исключением является небольшой рост в самой старшей возрастной группе (после 65–70 лет) [Родионова, 2015].

Проанализированные нами данные РМЭЗ НИУ ВШЭ демонстрируют сходную картину применительно к России. Если говорить об *общей удовлетворенности жизнью*, то после кризиса 1998 г. с началом экономического роста в России в целом этот уровень довольно устойчиво возрастает, по крайней мере до последнего кризиса (2014–2016 гг.), когда этот показатель начинает снижаться. Заметим, что и в ходе предшествовавшего финансового кризиса 2008–2009 гг. он явно притормаживал.

Что же касается межпоколенческих сравнений, то выясняется, что уровни общей удовлетворенности жизнью у всех поколений, кроме миллениалов, близки к сходному уровню. Пожалуй, чуть выше кривая реформенного поколения, а в трех старших поколениях кривые фактически сливаются. А вот миллениалы на протяжении всего обследуемого периода вновь стоят особняком, и в самом деле демонстри-

⁷ С возрастом в России также снижается субъективная оценка своего социального статуса, т.е. более молодые поколения считают, что занимают более высокое общественное положение [Косова, 2015].

руя наиболее высокий уровень такой удовлетворенности (отличия от всех предшествующих поколений статистически значимы) (рис. 5.18). При ретроспективном анализе разница остается весьма значительной — среди миллениалов в 2016 г. доля удовлетворенных жизнью достигала 59%, а в предшествующем реформенном поколении в аналогичном возрасте в 2002 г. — лишь 36%.

Добавим, что по удовлетворенности работой и уровнем ее оплаты миллениалы в 2016 г. почти не отличаются от предшествующих двух поколений. Речь идет скорее о сторонах жизни, в меньшей степени связанных с профессией. Но с оценкой материального благополучия, как и в

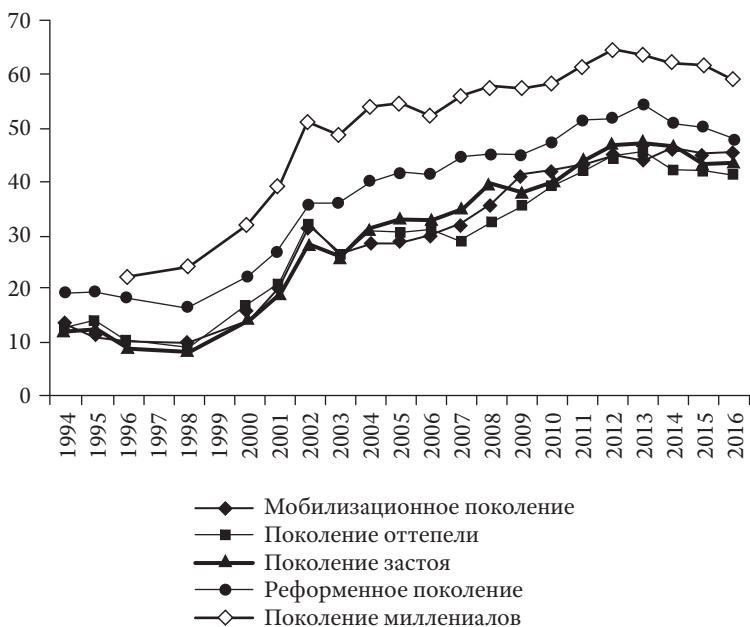


Рис. 5.18. Доля респондентов, полностью или скорее удовлетворенных своей жизнью в целом в настоящее время, по поколениям, 15 лет и старше, 1994–2016 гг. (в %, $n = 260\ 143$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

предшествующих исследованиях [Монусова, 2012], общая удовлетворенность жизнью коррелирует на высоком уровне значимости. Это проявляется, в частности, при расчете *уровня экономического оптимизма* — доли тех, кто считает, что через 12 месяцев они и их семьи будут жить намного лучше или немного лучше. После достижения 15-летнего среднего возраста кривая оптимизма у миллениалов пробивает 50%-й порог и остается над ним до начала кризисного времени, когда с 2013 г. доля оптимистов во всех поколениях начинает снижаться. Но и после четырех лет снижения доля оптимистов среди миллениалов остается значимо более высокой, чем в предшествующем реформенном поколении (41% против 26%), не говоря уже о более старших поколениях, у которых разрыв с миллениалами достигает уже 3–4 раз (рис. 5.19)⁸. Хотя при ретроспективном анализе различия между соседними поколениями в данном случае исчезают, свидетельствуя о том, что в данном случае перед нами, скорее, эффект возраста.

По оценке эмоциональной составляющей субъективного благополучия (*уровня счастья*) в РМЭЗ НИУ ВШЭ доступны лишь данные за 2012 и 2016 гг. И здесь миллениалы также отличаются относительно большим оптимизмом. В целом, чем моложе поколение, тем чаще счастливыми себя ощущают его представители. Среди миллениалов таковых почти 60%, а с каждым более старшим поколением эта доля уменьшается и в итоге падает вдвое — до 30% (рис. 5.20). Данное наблюдение подтверждается и при расчете Индекса счастья (разницы между теми, кто ощущает себя счастливыми и несчастными). По сравнению с двумя самыми старшими поколениями этот индекс в каждом более молодом поколении значимо возрастает.

⁸ Более высокий уровень оптимизма у миллениалов в отношении экономической ситуации в России уже фиксировался ранее в рамках опросов «ГеоРейтинга» ФОМ. <<http://bd.fom.ru/pdf/d13np10.pdf>>.

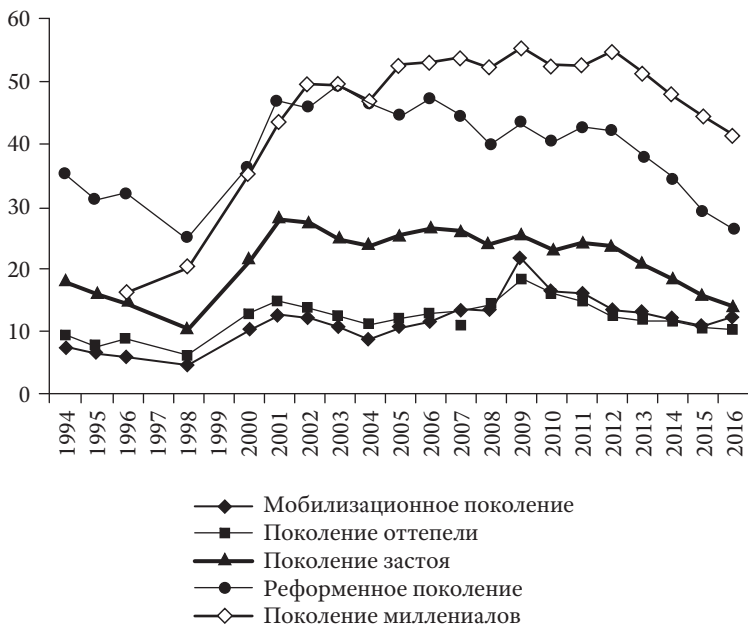


Рис. 5.19. Доля респондентов, считающих, что через 12 месяцев они и их семьи будут жить намного лучше или немного лучше, по поколениям, 15 лет и старше, 1994–2016 гг. (в %, $n = 214\ 325$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Есть, впрочем, признак, который объединяет все поколения: за период 2012–2016 гг. доля ощущающих себя счастливыми уменьшилась во всех поколениях на 2–2,5%, что не удивительно, поскольку это было время рецессии и экономического кризиса. Но доля чувствующих себя несчастными тоже снизилась. И потому значение Индекса счастья за эти годы подросло в пределах 2–3 пунктов (аналогичный небольшой рост наблюдается по индексу счастья ВЦИОМ)⁹. При этом все межпоколенческие различия сохраняются.

⁹ <https://wciom.ru/news/ratings/indeks_schastya/>.

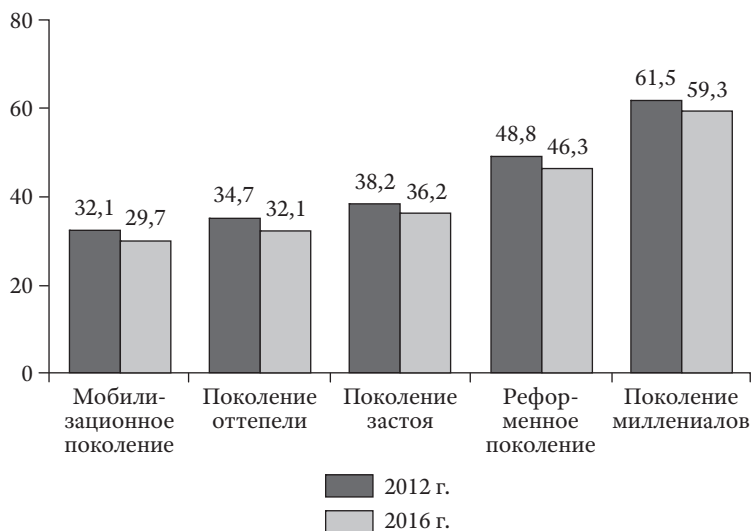


Рис. 5.20. Доля считающих себя счастливыми, по поколениям, 15 лет и старше, 2012 и 2016 гг. (в %)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Приведем еще один пример, связанный с измерением Индекса «Счастье» Фондом «Общественное мнение». Он включает, помимо самооценки, оценку того, счастливы ли окружающие люди, и от чего в первую очередь зависит, счастлив человек или нет: от самоощущения или от внешних обстоятельств. По данным 2014 г., молодежь в возрасте от 18 до 30 лет отличалась наиболее высоким средним значением Индекса «Счастье». И чем старше были респонденты, тем ниже отказывался этот Индекс [Гражданское участие..., 2014].

В целом полученные нами результаты об относительном оптимизме миллениалов соответствуют другим наблюдениям, ранее сделанным в специальной литературе по России и другим странам [Монусова, 2012; Родионова, 2015; Millen-

nials in Adulthood, 2014]. Миллениалы сравнительно больше удовлетворены своей жизнью, более оптимистичны и чаще считают себя счастливыми. Но в данном случае мы не можем утверждать, что речь идет о каком-то необычном поколенческом переломе, скорее, это проявление возраста и, к сожалению, с годами это у миллениалов с высокой вероятностью пройдет. Но значимый поколенческий эффект здесь также прослеживается.

Осталось добавить, что по всем проанализированным параметрам субъективного благополучия отсутствуют сколь-либо значимые гендерные различия. Редкий случай...

ВНОВЬ О СОВЕТСКИХ И ПОСТСОВЕТСКИХ ПОКОЛЕНИЯХ

Из приведенных примеров мы видим, что постсоветские поколения по многим параметрам значимо отличаются от своих предшественников. Но водораздел может проходить в разных поколениях. Так, в случае использования цифровых технологий перелом произошел в реформенном поколении, а в случае с досуговым поведением и практиками здорового образа жизни он пролегает, скорее, в поколении миллениалов.

Предвидим возможный скепсис или даже рассуждения по поводу того, что сдвиги в структуре потребления и досуга не столь важны и являют собой лишь пену на вздымающихся волнах потребительского общества. Нам трудно с этим согласиться. Во-первых, речь идет не просто о приобретении тех или иных товаров или услуг — это лишь вещная сторона более важных изменений в стиле жизни и формах коммуникации между людьми.

Во-вторых, слишком часто проявляется привычка считать более важными (системообразующими) политические и макроэкономические события, а к «низовым» повседневным практикам, особенно потребительским и досуговым,

относиться чуть ли не пренебрежительно. Но в каком-то смысле сдвиги в повседневной жизни имеют более фундаментальное значение, чем изменения политических мнений, которые у обычных респондентов, не погруженных в политику, сохраняют поверхностный характер. Не являясь экспертами по общим вопросам политики и экономики, обычные люди могут реагировать на соответствующие вопросы относительно устойчиво просто в силу инерции или навязчивого воздействия СМИ.

Отношения человека с государством, разумеется, не перестают быть важной темой, в особенности когда государство стремится проникнуть чуть ли не во все стороны жизни, как в современной России. Но неясно, откуда берется столь устойчивое убеждение в том, что характер политических установок является главным критерием и что традиционный интеллигентский вопрос о противостоянии с властью по-прежнему волнует основную массу населения и в особенности молодых людей.

Конечно, нельзя отрицать и существования механизмов преемственности и цикличности, в том числе в развитии институтов, ибо ничто не умирает окончательно. Но в то же время нельзя не видеть, что пришли другие поколения, вошедшие во взрослую жизнь в перестроечный и постперестроечный периоды и не имеющие собственного советского опыта, а механизмы «генетической передачи» с помощью институтов в данном случае если и работают, то с существенными ограничениями. Да и сами институты вряд ли остались неизменными.

По нашему мнению, следует сместить фокус на практики повседневной жизни и задавать вопросы о трудовых, потребительских или досуговых привычках, которые более однозначно понимаются людьми, поскольку непосредственно связаны с их личным опытом. Далее, мы должны идти от поверхностных проявлений вглубь, чтобы понять, как формируются новые формы коммуникации, появляются другие

культурные образцы, иное отношение к собственной жизни и к истории собственной страны.

В связи с этим приведем еще один фрагмент данных, связанный с ответами на интересный вопрос, характеризующий отношение к советскому прошлому: «Вы бы хотели, чтобы Ваши дети росли во времена Советского Союза или в сегодняшней России?». К сожалению, в РМЭЗ НИУ ВШЭ доступны лишь данные за 2006 г., но этот год хорош тем, что был относительно благополучен и лишен разного рода кризисных наслоений. Выяснилось, что в целом желающие, чтобы их дети жили в Советском Союзе или в современной России, разделились ровно пополам. Но поколенческие отличия весьма разительны. Мобилизационное поколение большей частью отдает предпочтение советскому прошлому (80%), поколение оттепели от него отличается не сильно (74%), и в поколении застоя таковых большинство (61%). Резкий скачок совершается в реформенном поколении, где число приверженцев Советского Союза (в указанном выше смысле) падает до 34%, а в поколении миллениалов, находящихся накануне периода активного взросления с медианным возрастом 17 лет, эта доля уменьшается еще в 2 раза (17%). Таким образом, в данном конкретном случае при отсутствии советского опыта растворяется и ностальгия по советскому прошлому, которая в старших поколениях еще относительно сильна.

Подводя итоги, мы полагаем, что разбираемый нами выше проект «советский простой человек» был одним из самых интересных интеллектуальных проектов 1990-х годов, реализуемых очень сильной группой исследователей, которая в течение долгих лет, в отличие от многих, занималась не абстрактным философствованием а опиралась на систематический сбор эмпирических данных. Сегодня следует признать, что этот проект подошел к своему завершению. И не потому, что используемые им инструменты не применимы к значительной части общества. А потому, что

он ограничен определенным ракурсом, и возникающее новое множество антропологических типов через этот ракурс не выявляется. Нужна иная исследовательская программа, нацеленная на то, чтобы посмотреть на общество не только «сверху», но и «снизу».

Это означает, что мы прощаемся (во многом уже простились) с советским простым человеком. Число носителей этого архетипа, имеющих опыт советской сознательной жизни, сокращается. А приходящие на смену поколения, за кого бы они ни голосовали, во многом оказываются другими. И многие вопросы, принципиально важные для поколений советского периода, для них утрачивают свое значение.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Мы переживаем вторую волну фундаментальных социальных изменений, которые, в отличие от 1990-х годов, происходят в относительно стабильное время и связаны не с радикальными реформами, а, скорее, с поколенческими сдвигами. Чтобы проанализировать изменения, возникающие на стыках поколений, мы разделили российские поколения по историческим условиям, в которых они оказались в период своего взросления. Уделив особое внимание самому молодому взрослому поколению — миллениалам, входящим во взрослую жизнь в 2000-е годы, мы подтвердили общее предположение о том, что они значимо отличаются от предшествующего поколения и более старших поколений.

Полученные результаты не вписываются в единую схему, ибо межпоколенческие различия проявляют себя по-разному. В одних случаях мы имеем ступенчатый рост анализируемого показателя от старших поколений к более молодым (например, использование гаджетов и цифровых технологий) или, наоборот, его ступенчатое снижение (уровень религиозности). В другом случае все поколения оказываются близки друг к другу, несмотря на различия в возрасте, за

исключением миллениалов, которые стоят особняком (занятия физической культурой и спортом). В третьем случае наблюдается общее для всех поколений уменьшение распространенности определенных практик, но миллениалы во многом обеспечивают перелом сложившихся ранее повышательных трендов (потребление алкоголя, курение табака). В четвертом случае показатели миллениалов заметно выше, чем у старших поколений, но это в сильной степени является возрастным (преходящим) феноменом (субъективное благополучие, экономический оптимизм).

Объединяет все эти случаи устойчивая значимость межпоколенческих различий. По используемым нами данным РМЭЗ НИУ ВШЭ, при корреляционном анализе эти различия между соседними поколениями значимы не только в текущий момент (2016 г.), но и по результатам анализа объединенного массива данных (1994–2016 гг.). Миллениалы также сохраняют свои особенности при ретроспективном анализе, когда их средние показатели сравниваются с предшествующим реформенным поколением в аналогичном медианном возрасте. При регрессионном анализе и введении множества контрольных переменных (возраста, гендера, семейного статуса, образования, занятости, дохода, типа поселения, этничности и временного периода) значимые межпоколенческие различия между миллениалами и соседними поколениями (реформенным и поколением застоя), как правило, сохраняются, кроме одного случая с уровнем религиозности. При сравнении с более старшими поколениями на передний план чаще выходит возраст как таковой.

Иногда межпоколенческие переходы более сглажены, иногда они, напротив, сопряжены с серьезными скачками, отделяющими миллениалов от их предшественников. В отдельных случаях наиболее серьезные скачки наблюдаются в предшествующем реформенном поколении — будучи переходным по своей сути, оно успело освоить многие практики, которые старшим поколениям даются с трудом, а миллениа-

лами только еще более усиливаются (использование гаджетов и Интернета).

В целом мы имеем множество свидетельств того, что так называемый «советский простой человек», вопреки некоторым оценкам [Гудков, 2016], уходит в прошлое, по крайней мере если речь идет о неполитических сферах. В связи с этим следует обратить более пристальное внимание даже не на одно, а, скорее, на два поколения — реформенное и миллениалов, — которые выросли в постсоветский период и, уже не имея деятельного советского опыта, вносят наибольший вклад во вторую волну социальных изменений. Причины этих изменений еще ждут своего содержательного объяснения и должны стать предметом специальных исследований. Также потребуется использование более сложных статистических методов для отделения эффектов поколения, возраста и периода времени.

Глава 6

Разделенное поколение: городские и сельские миллениалы

ИТАК, на обширном эмпирическом материале мы показали, что миллениалы значительно и статистически значимо отличаются от старших поколений по множеству самых разных социальных показателей. Эти различия сохранялись даже при приведении соседнего с миллениалами старшего поколения к аналогичному с миллениалами медианному возрасту (т.е. с нивелированием эффекта возраста как такового).

При обсуждении первых результатов нашего исследования поколений не раз высказывалась мысль, что миллениалы — слишком крупная группа, которая наверняка внутренне неоднородна. Среди критериев, по которым могут проводиться существенные различия внутри этого поколения, называлось место жительства, или тип поселений, причем в первую очередь имелись в виду различия между городскими и сельскими жителями. Делалось относительно очевидное, но в то же время интересное с содержательной точки зрения предположение о том, что сельские миллениалы могут не столь сильно отличаться от предшествующих поколений, как городская часть миллениалов. Мы решили проверить это предположение. Таким образом, если в предшествующих главах мы фокусировались на межпоколенческих различиях, то теперь изучим различия, связанные

с местом жительства респондентов внутри интересующего нас поколения. А межпоколенческая динамика будет играть подчиненную роль.

ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исходная посылка данного исследования такова: в рамках одного поколения (в данном случае поколения миллениалов) сохраняются значимые различия в практиках поведения, порождаемые характеристиками внешней среды. В менее развитых сообществах (например, в сельских) среда более консервативная и традиционалистская, в ней происходит меньше изменений и с меньшей скоростью. К. Мангейм в связи с этим подчеркивал:

«Большинство статичных или очень замедленно изменяющихся общностей, например, крестьянство, не обнаруживает такого феномена, как секции нового поколения, тем самым сильно отличаясь от своих предшественников, которым была свойственна особая энтелехия. В подобных общностях темп изменений настолько постепенен, что новые поколения эволюционируют, как бы удаляясь прочь от своих предшественников без всякой видимой паузы; и то, что мы видим, — это чисто биологическая дифференциация и родовое сходство» [Мангейм, 2000, с. 43].

Мы предполагаем, что немалую роль в характеристике условий взросления любого поколения должны играть более ограниченные материальные возможности групп¹ и нахождение в менее благоприятной среде с менее развитой социальной инфраструктурой, что дополнительно сдерживает распространение новых практик поведения. Зачастую

¹ Среди сельской молодежи около 40% могут быть отнесены к бедным слоям [Муханова, 2015]. Причем на селе более активно происходят процессы консервации бедности [Ярошенко, 2006].

речь идет об относительно изолированных пространствах, особенно если сельские районы не расположены вблизи городов, в которые есть возможность ездить на более или менее регулярной основе. Маргинальное положение закрепляется в стереотипных восприятиях сельской местности как замкнутого и консервативного пространства [Omelchenko, Poliakov, 2018] с характерным, по известному выражению авторов «Манифеста Коммунистической партии», «идиотизмом деревенской жизни».

В силу этого мы вправе предположить, что миллениалы из менее развитых сообществ (в данном случае сельские миллениалы) могут в большей степени походить на предшествующие старшие поколения, чем на своих ровесников из более благополучной, инфраструктурно оснащенной и более динамичной современной городской среды. А миллениалы из наиболее развитых сообществ (скажем, крупных мегаполисов), следуя этой логике, должны опережать своих ровесников и собратьев по поколению в части любых новых веяний.

Впрочем, при кажущейся очевидности высказанного общего предположения оно может подвергаться сомнениям. Существуют альтернативные концепции, акцентирующие размывание границ и преодоление контраста между «городским» и «сельским» [Ibid.]. Возник особый термин «сельско-городского континуума» (*rural-urban continuum*), который подчеркивает плавность перехода между двумя типами пространств [Lynch, 2005; Трейвиш, 2016]. С одной стороны, в сельской местности возникают поселенческие анклавы, воспроизводящие городские условия по удобствам и стандартам жизни. С другой стороны, возникают квазигородские пространства, где жилье не обеспечено канализацией и другими городскими удобствами, или где районы с многоквартирными домами обрастают огородами и скотными сараями и в городской черте устой-

чиво воспроизводятся элементы сельской жизни [Нефедова, Трейвиш, 2002].

Кроме того, наряду с продолжающейся урбанизацией населения наблюдаются процессы дезурбанизации в виде возвратной мобильности населения из города во внегородскую среду [Покровский, Нефедова, Трейвиш, 2015]. Причем помимо окончательных переселений разворачиваются и более сложные процессы так называемого динамического гетеролокализма (*dynamic heterolocalism*), когда в условиях возрастающей мобильности и циклических миграций нарастают такие формы, как отходничество, или жизнь на два дома при наличии городского и сельского мест жительства. Заметим попутно, что приверженность дачам присуща не только россиянам, жизнь на два дома весьма распространена в скандинавских и англосаксонских странах [Müller, Hoogendoorn, 2013]. Речь идет, таким образом, не о переездах, а о массовом сезонном присутствии, подрывающем традиции оседлости с наличием постоянного места жительства и привязанностью к определенному типу поселений [Halfacree, 2012].

Известно, что более половины городских семей в России имеют садовые и огородные участки. А при полной оценке обеспеченности городских жителей вторым загородным жильем и землей эта доля достигает двух третей. Признаки городской и сельской жизни оказываются переплетены, и значительная часть граждан России (примерно 20%) остаются в переходном состоянии — «между городом и деревней» [Нефедова, Трейвиш, 2002]. Причем подобные состояния сложно учитываются официальной статистикой, которая чаще оперирует более жесткими формальными границами.

На наш взгляд, все упомянутые концепции имеют свои основания. И нужно проверить, в какой степени в условиях постепенного размывания границ и возникновения множе-

ственных переходных и комбинированных форм продолжают воспроизводиться относительно устойчивые пространственные различия. В данной работе мы будем исходить из того, что распространение новых практик поведения внутри одного поколения все же происходит неравномерно. На чисто возрастные и поколенческие различия здесь накладываются различия в уровне развития тех или иных территорий и сообществ. Сказанное относится к сообществам разного масштаба, включая различия между странами с разным уровнем социально-экономического развития. Однако мы в данном случае обратимся к различиям между разными типами поселений (городских и сельских).

Исходя из этих общих рассуждений, сформулируем три рабочие гипотезы.

Гипотеза 1. Сельские миллениалы отстают от городских миллениалов по уровню распространения новых практик поведения.

Гипотеза 2. Сельские миллениалы близки представителям старших поколений (городских и сельских вместе) по уровню распространения новых практик поведения.

Гипотеза 3. Сельские миллениалы опережают сельские старшие поколения по уровню распространения новых практик поведения.

В целом наши гипотезы фиксируют предположения о том, что в рамках одной поколенческой когорты дифференцирующее значение приобретает тип поселения; при аналогичном или сходном типе поселения начинают работать поколенческие различия; наконец, при наложении действие этих двух факторов может взаимно погашаться.

В этой части работы мы сосредоточимся на самом молодом взрослом поколении — миллениалах. Поскольку поколение определяется не просто как возрастная когорта, но как группа, которая выросла в определенных социальных условиях, приобретая в результате сходный жизненный опыт и установки, а социальные условия, в которых входили

в свою взрослую жизнь городские и сельские миллениалы, по всей видимости, существенно различаются, возникает неизбежный вопрос о неоднородности поколения. Означает ли это, что внутр поколенческие границы могут оказаться важнее межпоколенческих и что, в пределе, мы должны говорить здесь уже не об одном, а о двух разных «поколениях», несмотря на принадлежность к одной возрастной группе? Мы надеемся, что проверка сформулированных ранее гипотез поможет нам прояснить и этот вопрос.

Напомним, что в данной части исследования мы используем данные объединенного массива за 2003–2016 гг. Общее число респондентов всех поколений (старше 14 лет) — 195 423 чел. Из них 25,7 % являются сельскими жителями. Общее число миллениалов в этом массиве равняется 48 504 чел., каждый четвертый из которых (24,8%) — сельский житель. В предшествующих поколениях доля сельчан чуть выше (за исключением поколения оттепели) (табл. 6.1).

Таблица 6.1

Доля городского и сельского населения в каждом поколении в объединенном массиве данных РМЭЗ НИУ ВШЭ за 2003–2016 гг. (в %)

<i>Поколения</i>	<i>Доля городского населения</i>	<i>Доля сельского населения</i>	<i>Всего, чел.</i>
Мобилизационное поколение	73,3	26,7	19 769
Поколение оттепели	76,4	23,6	13 329
Поколение застоя	73,1	26,9	63 836
Реформенное поколение	74,7	25,3	49 985
Поколение миллениалов	75,2	24,8	48 504
Всего	74,3	25,7	195 423

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Перейдем к краткому изложению полученных результатов.

ГОРОДСКИЕ МИЛЛЕНИАЛЫ
ЛУЧШЕ ОБРАЗОВАНЫ

Начнем с того, что у поколения миллениалов в целом выше уровень культурного капитала, измеряемого косвенно *уровнем образования родителей*, — в 2011 г., когда задавался этот вопрос, имели отца и мать с высшим образованием соответственно 22 и 26%, в то время как, например, в поколении периода застоя эти доли не превышают 10%. Но ситуация внутри поколения неоднородна. У сельских миллениалов имеют высшее образование 10% отцов и 13% матерей, в то время как у горожан, напротив, образовательный уровень родителей заведомо выше — 26 и 30% соответственно. Добавим, что по доле образованных родителей сельские миллениалы близки к поколению периода застоя, взятому в целом, и в то же время их родители лучше образованны, чем у старших сельских поколений (в сельском поколении периода застоя доли родителей с высшим образованием минимальны, не превышая 4%). Таким образом, все три наши гипотезы в данном случае подтверждаются.

Образовательный уровень родителей, в свою очередь, — важнейший фактор, определяющий *уровень образования детей* [Blackwell, McLaughlin, 1998]. Культурный капитал, при прочих равных, ведет к накоплению человеческого капитала. Закономерным образом, молодые поколения в целом более образованны, чем их предшественники, но, в соответствии с нашей первой гипотезой, в большей степени речь идет о городских миллениалах, среди которых высшее образование имеет почти каждый второй (45%), в то время как среди сельских миллениалов — лишь 23%, а в предшествующих поколениях еще меньше (при оценке уровня образования отбирались респонденты, которым уже исполнилось 25 лет).

Заметим, что, по данным Росстата, собираются идти учиться в вузы примерно одинаковые доли городских и сельских школьников [Муханова, 2015], однако равенство намерений не воплощается в равенстве возможностей. Преимущество горожан в данном случае не может не сохраняться, поскольку само решение получить высшее образование связано с миграцией из села в город, из которого уже немногие возвращаются назад. Так, по данным Тимирязевской сельхозакадемии, даже из выпускников сельскохозяйственных вузов лишь 3% возвращаются на село [Там же]. В постсоветский период часть российских университетов (региональных и столичных) в поисках платных студентов устремилась вглубь России, доходя до уровня райцентров. Таким образом, формально ситуация улучшилась. Однако во многих случаях речь идет об имитации высшего образования [Ильин, 2010], и многие подобные филиалы в 2010-е годы были закрыты.

Наличие инструментальных навыков, накапливаемых в процессе образования, хорошо измеряется таким показателем, как доля *владеющих каким-либо иностранным языком*, помимо языков бывших республик СССР. И здесь, по данным 2016 г., молодое поколение горожан лучше оснащено, чем сельская молодежь, — владеют иностранным языком соответственно 39 и 23% миллениалов, причем с укрупнением типа поселений эта доля устойчиво возрастает до 45% в областных центрах (качество знаний тоже сильно различается). Сельские миллениалы все же владеют иностранными языками чаще, чем все предшествующие поколения, взятые в целом, не говоря уже о старших сельских поколениях: в реформенном поколении на селе речь идет уже о 10%, а в более старших поколениях лишь о 3–4%. Так что первая и третья гипотезы в отношении иностранных языков подтверждаются, а вторая — скорее нет.

СЕЛЬСКАЯ МОЛОДЕЖЬ ЕЩЕ БОЛЬШЕ
ОТКЛАДЫВАЕТ ВЗРОСЛЕНИЕ

Ранее мы писали о том, что миллениалы заметно откладывают до более позднего возраста некоторые поступки, которые ассоциируются со «взрослостью», — вступление в брак, рождение детей, и это расценивается как одно из новых веяний [Радаев, 2018a]. Интересно, что сельские миллениалы, обычно отстающие от горожан, здесь оказываются впереди. По данным 2016 г., среди них выше *доля не состоящих в браке*, включая гражданские союзы (53% против 44% у городских миллениалов) и выше доля тех, кто никогда в браке не состоял (49% против 39% у горожан) (рис. 6.1). Причины того, что сельские миллениалы оказываются «впереди паровоза», требуют дополнительных объяснений. Мы полагаем, что и здесь у сельчан попросту меньше возможностей, особенно в связи с оттоком дееспособной молодежи в города. На протяжении 1990-х годов многие сельские регионы потеряли от 20 до 40% своей молодежи [Карачурина, Мкртчян, 2012]. И в 2007–2010 гг. во внутрисельской миграции более 40% составляла именно молодежь в возрасте 17–29 лет [Мкртчян, 2013], т.е. как раз интересующие нас миллениалы. В большей степени на селе задерживаются те, чьи семьи имеют подсобные хозяйства и заняты сельскохозяйственным трудом [Bednářiková, Vavogová, Ponkina, 2016], но их доля также уменьшается. Если же в отдельных местностях удастся сохранять молодежь, то зачастую это происходит за счет внешних русскоязычных мигрантов [Муханова, 2015]. Добавим к этому существующий в сельской местности демографический дисбаланс, когда численность мужчин продолжает убывать быстрее, чем численность женщин [Колосова, 2016], затрудняя тем самым формирование семейных пар. Впрочем, по итогам проделанного нами регрессионного анализа, результаты в данном случае

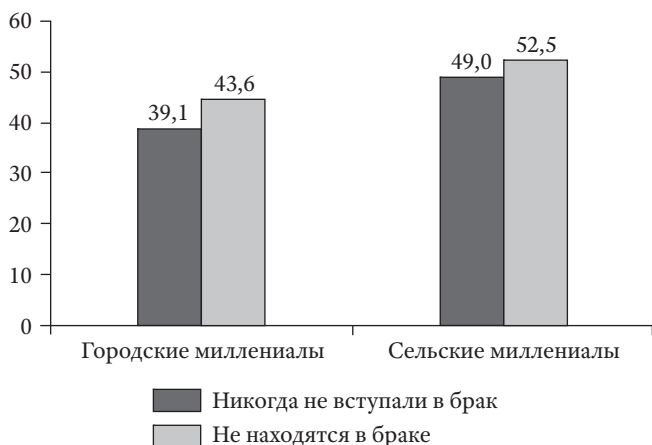


Рис. 6.1. Доля миллениалов, не вступавших в брак и не находящихся в браке, по типам поселений, 2016 г. (в %)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

оказываются неустойчивыми (более значимое влияние на вступление в брак оказывают возрастные различия и этническая принадлежность).

В то же время село отличается от города не по всем показателям. Например, по *наличию детей* различие между городскими и сельскими миллениалами отсутствует — имеют детей по 46% респондентов в обеих группах. И в отличие от более позднего в среднем вступления в брак, с рождением детей особой задержки у сельских миллениалов не наблюдается.

В предыдущей главе мы также говорили о том, что молодое поколение откладывает *выход на рынок труда* (в том числе в связи с увеличением продолжительности образования) [Радаев, 2018а; 2018б]. И вновь, по данным 2016 г., положение сельчан отличается — среди них имеют оплачиваемую работу лишь 50% (среди горожан намного больше — 68%). И чем крупнее тип поселения, тем выше доля работающих

миллениалов. Но вряд ли это является следствием целенаправленных стратегий, скорее, на селе просто меньше возможностей для хорошего трудоустройства.

Так, по данным переписи населения 2010 г., уровень безработицы был выше среди сельской молодежи по сравнению со старшими возрастными группами и городской молодежью. В возрастных группах от 20 до 24 лет и от 25 до 29 лет уровень безработицы среди сельского населения в 1,4 раза выше, чем среди городского. Более половины (почти 60%) безработных среди сельского населения составляет именно молодежь в возрасте 15–29 лет [Муханова, 2015].

По данным РМЭЗ НИУ ВШЭ 2012–2014 гг., среди сельской молодежи в возрасте 16–30 лет доля безработных (неработающих, которые при этом ищут работу), была более чем в 2 раза выше, чем среди городской молодежи (20 и 8% соответственно), а доля неработающих, не желающих работать, на селе превышала эту долю в городе еще более значительно (16 и 4%). При этом лишь 11% безработных и 14% не желающих работать молодых сельчан планировали дальнейшее обучение [Блинова, Вяльшина, 2016].

Наконец, при характеристике занятости миллениалы в целом определялись нами как «нетерпеливое» поколение [Ng, Schweitzer, Lyons, 2010], что проявляется, в частности, в более частых *сменах места работы и/или профессии*. Различия между городскими и сельскими миллениалами здесь оказываются невелики и статистически не значимы — по данным 2016 г., за последний год сменили место работы и/или профессию соответственно 18 и 22%. При этом различий между селом и некрупными городами и поселками городского типа фактически нет. И лишь в областных городских центрах возможности для мобильности повыше — здесь такую смену произвели 24%. В каждом предшествующем работающем поколении в целом эта доля ступенчато уменьшается в 1,5 раза. И среди сельчан миллениалы наи-

более мобильны — в двух предшествующих поколениях на селе доли сменивших работу или профессию составляют лишь 12 и 7%.

Итак, сельские миллениалы выглядят еще менее «взрослыми», чем городские. Означает ли это, что они более «инфантильны», или они просто более ограничены в своих социальных и профессиональных возможностях?

СЕЛЬСКИЕ МИЛЛЕНИАЛЫ ХУЖЕ ТЕХНИЧЕСКИ ОСНАЩЕНЫ

Миллениалов часто определяют как первое «цифровое поколение» (*digital natives*) [Bennett, Maton, Kervin, 2008], активно включенное в использование разного рода технических устройств. И большинство из них являются активными *пользователями персональных компьютеров*. Но среди городских миллениалов доля таких пользователей за последние 12 месяцев, предшествовавших опросу, равняется 92%, а среди сельских миллениалов — лишь 78% (примерно на уровне более старшего реформенного поколения в целом). Близки к ним и молодые жители поселков городского типа (рис. 6.2). А среди сельских жителей с каждым более старшим поколением доля пользователей стремительно падает, доходя почти до нуля. В итоге все три наши гипотезы в данном случае не отвергаются.

Сходная ситуация наблюдается в отношении *пользователей Интернета* за последние 12 месяцев. С одной стороны, с распространением Интернета сокращается разрыв между городом и селом в доступе к информации. Интернет, таким образом, становится «всеобщим уравниателем» [Логунова, Петрова, 2015]. Но различия в распространении и качестве Интернета все же сохраняются. И хотя большинство сельских миллениалов активно вовлечены в использование Интернета — среди них 86% таких пользователей (вновь это

близко к уровню предшествующего реформенного поколения в целом), у молодых горожан эта доля закономерно выше — 96%. И аналогично, среди сельских жителей доля пользователей Интернета резко падает в каждом более старшем поколении (все межпоколенческие различия статистически значимы) — в итоге межпоколенческая динамика в городе и на селе выглядит сходной.

Обладание личным мобильным телефоном или смартфоном сегодня — чуть ли не единственный признак, который уже не является дифференцирующим: его имеют фактически все миллениалы (98–99%), независимо от типа поселения (различия не значимы). Причем, в отличие от компьютера, чаще всего это предмет индивидуального пользования. Для сельских жителей мобильный телефон даже более важное средство голосовой коммуникации в условиях отсутствия у многих стационарных телефонов [Давыдов, Логунова, 2016]. Что же касается более современных и дорогих устройств (смартфонов, коммуникаторов, айфонов), про которые задавался отдельный вопрос, здесь серьезные различия остаются. Городские миллениалы быстрее переходят к более продвинутым в техническом отношении и дорогостоящим аппаратам (62%). И чем крупнее тип поселения, тем больше обладателей современных смартфонов (в областных центрах их доля доходит до 71%). Среди сельских миллениалов таковых лишь 34% (это меньше, чем в предшествующем реформенном поколении в целом, но значительно больше, чем в поколении периода застоя) (рис. 6.2). В то же время сельская молодежь и в этом отношении значительно опережает старшие поколения на селе, большинство из которых имеют более простые мобильные телефоны. Вновь ни одна из наших трех гипотез не отвергается.

В целом мы можем заключить, что обладание компьютером и мобильным телефоном/смартфоном, как и доступ



Рис. 6.2. Доля миллениалов, пользовавшихся компьютером и Интернетом за последние 12 месяцев, имеющих смартфоны, по типам поселений, 15 лет и старше, 2016 г. (в %, $n = 4757$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

в Интернет, стали общим стандартом не только в городе, но и на селе и перестали быть объектом статусного потребления. Но определенное отставание села от города все же сохраняется.

СЕЛЬСКИЕ МИЛЛЕНИЯЛЫ МЕДЛЕННЕЕ ОСВАИВАЮТ НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Теперь оценим включенность миллениалов в цифровую среду, рассмотрев способы доступа в Интернет и способы его использования (далее цифры даются как доли от всех

респондентов, не только пользователей Интернета). Прежде всего мы рассчитали долю *выходивших в Интернет с мобильных устройств* (сотовых телефонов, смартфонов) за последние 12 месяцев. Среди всех городских миллениалов это делали три четверти (76%), в том числе в областных центрах 80%, а среди сельских — 67%, и, вопреки нашей второй гипотезе, это значительно выше показателя вовлеченности предшествующего реформенного поколения в целом (49%). Принадлежность к молодому поколению здесь оказывается важнее, чем тип поселения (рис. 6.3). Что же касается сельских жителей, то в соответствии с нашей третьей гипотезой миллениалы значительно опережают старших — в реформенном поколении на селе выходят в Интернет через мобильные устройства лишь 34%, а в старших поколениях эта доля совсем незначительна.

Важный индикатор новых поведенческих практик в цифровой среде — использование Интернета для совершения *онлайн-покупок товаров и услуг*. За последние 12 месяцев такие покупки совершали 50% всех городских миллениалов (включая поселки городского типа) и лишь 28% сельских миллениалов, и с увеличением размера поселений эта доля устойчиво возрастает (до 56% в областных центрах). Сельские же миллениалы по вовлеченности в онлайн-покупки уступают старшему реформенному поколению в целом (35%), но заметно опережают это поколение на селе (19%), а более пожилые сельские жители в подобные практики не вовлечены вовсе. Все наши гипотезы в данном случае не отвергаются.

Еще одним важным дифференцирующим признаком выступает использование Интернета для *посещения социальных сетей*. И конечно, миллениалы в целом здесь более активны, чем старшие поколения. Но среди них, согласно нашей первой гипотезе, жители городов и областных центров вновь заметно опережают жителей села и поселков

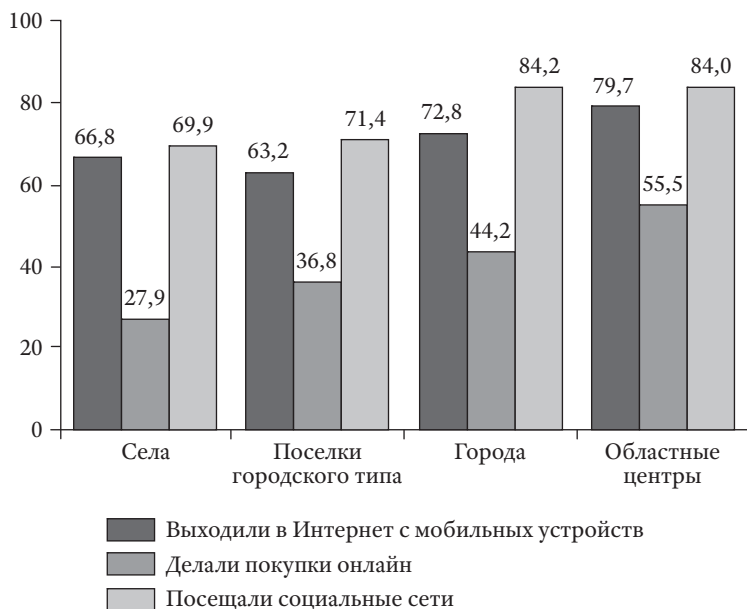


Рис. 6.3. Способы использования Интернета миллениалами за последние 12 месяцев, по типам поселений, 15 лет и старше, 2016 г. (в % от всех респондентов, $n = 4762$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

городского типа (84% против 70–71%). При этом сельская молодежь вовлечена в социальные сети в большей степени, чем предшествующее реформенное поколение в целом и тем более чем сельское реформенное поколение (56 и 46% соответственно), не говоря уже о более пожилых поколениях. Вновь принадлежность к определенному поколению оказывается важнее места жительства, и наша вторая гипотеза не подтверждается. Добавим, что в отношении конкретных социальных сетей прослеживается определенная специфика — сельчане более активно представлены в «Одноклассниках» (57% против 47% в остальных поселениях) и относительно менее активно во «ВКонтакте» (51% против

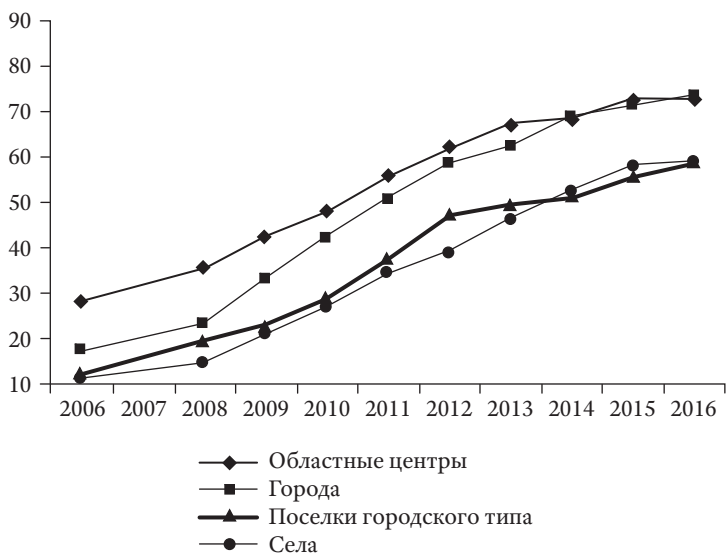


Рис. 6.4. Наличие банковских пластиковых карт у миллениалов, по типам поселений, 15 лет и старше, 2006–2016 гг. (в % от всех респондентов, $n = 43\ 670$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

73%) и Facebook (8% против 15%). В Twitter и «Живом журнале» различия невелики ввиду малой распространенности².

Возьмем еще один показатель причастности к новым практикам поведения — *наличие банковских пластиковых карт*. Здесь мы имеем возможность посмотреть динамику процесса. По данным 2006–2016 гг. мы видим, что по обеспеченности такими картами у всех групп миллениалов наблюдается быстрый рост. Но при этом жители городов к 2014 г. догнали жителей областных центров и идут с ними вровень.

² Неоспоримое преимущество «Одноклассников» среди сельской молодежи перед другими социальными сетями в силу простоты использования данной сети и следования привычке подтверждается другими исследованиями [Логунова, Петрова, 2015].

А жители сел и поселков городского типа от них заметно отстают на протяжении всего периода наблюдений (рис. 6.4). Различия между городом и селом закономерно проявляются и здесь.

КТО БОЛЕЕ ПРИВЕРЖЕН ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ

Ранее мы уже писали о том, что самое молодое взрослое поколение в большей степени озабочено поддержанием здорового образа жизни (ЗОЖ) [Радаев, 2018a]. И в 2016 г., например, среди миллениалов *курение* встречалось значительно реже, чем в предшествующем реформенном поколении (задавался вопрос: «Курите ли Вы в настоящее время?»), — 29,6 и 38,1% соответственно. Но различия в типах поселения здесь никак не проявляются — все миллениалы курят примерно одинаково (около 29–30%), хотя с годами эта доля постепенно снижается (в основном за счет мужчин, которые ранее курили значительно больше женщин) [Quirnbach, Gerry, 2016]. Менее распространено курение среди более молодых и более образованных респондентов, по-прежнему меньше курильщиков среди женщин.

Иная ситуация складывается с *потреблением алкогольных напитков* (мы используем данные по доле потребителей алкоголя за последние 30 дней, предшествовавших опросу). Полученная картина противоречит обыденным представлениям о «спивающейся российской деревне». Миллениалы из городов и областных центров больше вовлечены в потребление алкоголя (43–44%), в то время как среди сельских миллениалов пьющих алкоголь всего 30%, а в поселках городского типа чуть больше (35%). На рис. 6.5 хорошо виден разрыв между двумя группами миллениалов по типу населенных пунктов в течение всего периода наблюдений — с 2003 по 2016 г. Доля потребителей алкоголя



Рис. 6.5. Доля потребителей алкоголя среди миллениалов в течение последних 30 дней по типам населенных пунктов, респонденты 15 лет и старше, 2003–2016 гг. (в %, $n = 48\,504$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

выше среди жителей городов и областных центров, что не столь удивительно — потребление алкоголя чаще всего оказывается производной от уровня материального благосостояния.

В отношении отдельных алкогольных напитков следует сказать, что более значительная доля городских миллениалов пьют пиво, сухое и крепленое вино, коньяки, виски и ликеры, а сельские миллениалы несколько чаще потребляют самогон (в потреблении водки и ликероводочных изделий особой разницы нет).

Но может быть, на селе пьют больше по *объему потребляемого алкоголя*? Это предположение также не под-

тверждается. Достаточно сказать, что доли склонных к чрезмерному потреблению алкоголя (800 г и более чистого алкоголя в месяц для мужчин и 400 г и более для женщин) среди горожан и сельчан примерно равные — на уровне 10–12%.

В предшествующей главе [Радаев, 2018a] мы указывали, что именно в поколении миллениалов произошел явный перелом — в 2016 г. в каждом последующем поколении доля потребителей алкоголя значимо больше, чем в предыдущем, за исключением миллениалов — у них она, наоборот, меньше, чем в двух предшествующих поколениях (реформенном и поколении периода застоя)³. Добавим, что этот вывод в полной мере относится и к сельским поколениям — миллениалы снизили потребление алкоголя и в городе, и на селе.

Характеризуя элементы здорового образа жизни, обратим внимание также на *занятия физкультурой и спортом*. Здесь ситуация неоднозначная — на протяжении всего периода 2003–2016 гг. мы видим заметный разрыв между миллениалами из областных центров и поселков городского типа, с одной стороны, и миллениалами из обычных городов и сел — с другой. Причем разрыв между этими группами с годами возрастает, в частности, потому, что доля сельских миллениалов, занимающихся физкультурой и спортом, понемногу снижается с 43% в начале периода до 35% в среднем в 2010-е годы (рис. 6.6).

³ Нами отмечалось также и то, что опыт России в данном случае не уникален, ибо подобный перелом в потреблении алкоголя молодыми поколениями характерен и для других стран, в которых проводились соответствующие исследования, — Австралии, Великобритании, США, Финляндии, Швеции и др. [Kraus et al., 2015; Livingston, 2014; Norstrom, Svensson, 2014].



Рис. 6.6. Доля миллениалов, занимающихся физкультурой и спортом, по типам поселений, 15 лет и старше, 2003–2016 гг. (в %, $n = 45\ 205$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

КТО БОЛЕЕ АКТИВЕН В ПРОВЕДЕНИИ ДОСУГА

Теперь перейдем к другому важному аспекту поведения — формам проведения досуга. В 2016 г. задавалась серия вопросов: «Как часто за последний год в свободное время, за исключением отпуска, Вы занимались..?» с вариациями подсказок от «Практически никогда» до «Практически каждый день». Мы выбирали измерители, которые, на наш взгляд, были наиболее адекватны по частоте той или иной формы досуга. В одних случаях речь идет о ежедневных, в других — о еженедельных или ежемесячных занятиях. Мы уже

знаем, что миллениалы отличаются от старших поколений [Радаев, 2018б]. Посмотрим теперь на внутриспоколенческие различия.

Выяснилось (вполне ожидаемо), что на селе больше *смотрят телевизор* — делают это ежедневно 81% сельских и лишь 71% городских миллениалов. А старшие поколения на селе смотрят телевизор еще больше — от 82 до 91% (впрочем, такой же уровень телесмотра показывают и все старшие поколения в целом). Уход от телеэкранов далеко не повсеместен, в заметной мере он наблюдается пока лишь у городских миллениалов.

Более половины самого молодого взрослого поколения ежедневно *слушает музыку, аудиокниги, смотрит видео*. И здесь различия между городскими и сельскими миллениалами практически исчезают (53 и 55% соответственно). Нет и значимых различий между типами населенных пунктов — музыку слушают везде примерно одинаково (хотя музыка наверняка разная). А вот различия между поколениями на селе весьма впечатляющие — чем старше поколение, тем ниже каждый раз в 1,5–2 раза процент слушателей. Добавим, что среди сельских миллениалов меломанов значительно больше, чем в предшествующих поколениях в целом (вместе с горожанами). Принадлежность к поколению здесь важнее типа поселения.

Иная зависимость характерна для следующего типа досуга. Миллениалы больше, чем предшествующие поколения, вовлечены в *игры на компьютере* и проводят время в Интернете. Здесь статистически значимое преимущество у горожан, из которых 66% делают это ежедневно (среди сельчан — 59%). Различия со старшими поколениями на селе у молодежи очень значительны — в каждом следующем (более старшем) поколении эта доля падает как минимум в 2 раза и стремится к нулю у наиболее пожилых. Вырвались вперед в данном отношении сельские миллениалы и по сравнению со старшими поколениями в целом.

Вовлеченность в виртуальную коммуникацию не мешает миллениалам устраивать *встречи с друзьями и родственниками*. И сельские миллениалы делают это даже чаще, чем городские (еженедельно — 65 и 55% соответственно). Вероятно, на селе друзья и родственники находятся ближе и до них проще добраться, чем в городах с их большими расстояниями и вечными пробками. Вдобавок в более тесных и сплоченных сельских сообществах повседневная не виртуальная коммуникация более интенсивна, здесь дружеские, соседские и рабочие связи теснее накладываются друг на друга [Давыдов, Логунова, 2016]. Добавим, что сельская молодежь практикует такие встречи чаще, чем все старшие поколения (сельские и городские вместе взятые).

Сельские миллениалы также несколько чаще *играют и гуляют с детьми* — по крайней мере еженедельно это делают 53% (у городских миллениалов — 49%). Здесь сельские миллениалы вновь близки к предшествующему реформенному поколению в целом. В более старших поколениях на селе эта доля устойчиво снижается до 13% у мобилизационного поколения.

И городские, и сельские миллениалы вовлечены в *практики шопинга* — еженедельно или чаще ходят по магазинам и торговым центрам 37 и 32% соответственно (у горожан и здесь свои преимущества). Различия между сельской молодежью и старшими поколениями на селе и в городе (кроме самого пожилого, «мобилизационного», которому уже трудно передвигаться физически) в данном отношении невелики.

А вот вовлечь городских миллениалов в традиционную *работу на приусадебных, садовых и огородных участках* намного сложнее — на еженедельной основе работают на земле лишь 15% горожан (среди жителей областных центров — лишь 11%), и разрыв с сельскими миллениалами здесь очень велик (52%). И чем мельче тип поселения, тем выше эта

доля. Причем во всех старших сельских поколениях (кроме самого пожилого) эта доля превышает 70%, а в поколении периода застоя оно даже более 80%. Этой вовлеченностью в работу на приусадебных участках сельские миллениалы относительно близки к старшим поколениям, взятым в целом, у которых эта доля варьирует между 40 и 50%. Таким образом, подтверждаются все наши три гипотезы.

В целом, чем моложе поколение, тем менее оно работает на земле. Добавим, что и сельская молодежь тоже начинает дистанцироваться от сельскохозяйственного труда и физического труда в целом как тяжелых и непрестижных занятий [Omelchenko, Poliakov, 2018]. Тем более что непосредственно в сельском хозяйстве сегодня на селе занято лишь 10–12% работающего населения [Муханова, 2015; Колосова, 2016].

Различия по частоте *чтения книг* существуют, не столь значительные, но все же статистически значимые — не реже чем раз в месяц читают книги 54% сельских и 61% городских миллениалов. Причем сельская молодежь читает не меньше, а больше, чем старшие поколения на селе, и примерно так же, как старшие поколения в целом, что подтверждает сформулированные нами ранее гипотезы.

Разрыв между городскими и сельскими миллениалами возрастает при сравнении тех, кто как минимум раз в месяц *посещает театры, кино, концерты, музеи и спортивные соревнования* в качестве зрителя. У сельских жителей таких респондентов 23%, а у горожан — 35%, причем особо выделяются жители областных центров — 39% (у них заведомо больше возможностей). При этом сельские миллениалы резко отличаются от предшествующих поколений на селе (среди них посещают культурные мероприятия лишь 5–9%) и более активны в культурном отношении, чем предшествующие поколения в целом (включая проживающих в городе). Вновь принадлежность к поколению важнее места жительства.

Миллениалы и сами вовлечены в *творческие занятия* (игру на музыкальных инструментах, рисование и т.п.) — ежемесячно это делают 24% городских и 14% сельских миллениалов (значимое различие вновь в пользу горожан). Причем чем крупнее населенный пункт, тем больше возможностей (в областных центрах доля вовлеченных равна 26%). По данному показателю сельские миллениалы близки к предшествующему (реформенному) поколению, взятому в целом. Это означает, что все три исходные гипотезы применительно к данному признаку не отвергаются.

По *занятиям физической культурой и спортом* горожане также опережают сельских собратьев — не реже одного раза в месяц занимаются спортом 45% городских и 33% сельских миллениалов. Причем в предшествующем реформенном поколении в целом эта доля падает до 21%, а в его сельской части — до 13% и продолжает убывать с каждым старшим поколением.

Среди молодого поколения в целом более распространено посещение публичных мест. И здесь у городской молодежи закономерно больше возможностей — ежемесячно *посещают кафе, рестораны или бары* 38% городских (в том числе 43% жителей областных центров) и лишь 21% сельских миллениалов. Причем в каждом более старшем поколении на селе эта доля падает в 2 раза. Различия со старшими поколениями в целом у сельских миллениалов поменьше, но их сельские миллениалы тоже опережают. В очередной раз поколенческий признак оказывается важнее поселенческого.

Посетителей *ночных клубов* заметно меньше во всех группах — посещают их хотя бы раз в год 21% городских и 12% сельских миллениалов, а ежемесячно это делают и того меньше — 8 и 7% соответственно (у старших сельских поколений эта доля вообще близка к нулю).

Наконец, в свободное время можно вовсе *ничего не делать*, просто отдыхая, и приверженцев такого отдыха среди

миллениалов немало. Как минимум раз в неделю пассивно отдыхают 47% городских и 37% сельских миллениалов — несмотря на более скромные возможности для активного отдыха, сельчане менее привычны к тому, чтобы «ничего не делать». Хотя в старших поколениях на селе эта доля возрастает до 47%, т.е. до уровня городских миллениалов (а по поколениям в целом — до 68%), но здесь уже сказывается преклонный возраст (табл. 6.2).

ТАБЛИЦА 6.2

Распространенность форм досуга городских и сельских миллениалов в 2016 г. (в % от каждой группы, $n = 4742$)

<i>Формы досуга</i>	<i>Измеритель</i>	<i>Городские жители</i>	<i>Сельские жители</i>
Смотрят телевизор	Ежедневно	70,5	80,5
Слушают музыку, аудиокниги, смотрят видео	Ежедневно	52,7	54,6
Играют на компьютере, проводят время в Интернете	Ежедневно	66,3	59,2
Встречаются с друзьями и родственниками	Еженедельно	54,5	64,7
Играют, гуляют с детьми	Еженедельно	48,7	53,1
Занимаются шопингом	Еженедельно	37,1	31,7
Работают на приусадебных участках	Еженедельно	14,9	52,1
Читают книги	Ежемесячно	60,8	54,2
Посещают театры, кино, концерты, музеи и спортивные соревнования	Ежемесячно	34,8	22,8
Занимаются творческими занятиями	Ежемесячно	23,6	14,3
Занимаются спортом, физкультурой	Ежемесячно	44,8	33,7
Посещают кафе, рестораны, бары	Ежемесячно	37,6	21,3
Посещают ночные клубы	Ежемесячно	8,2	6,7
Ничего не делают, отдыхают	Еженедельно	47,3	36,7

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Подводя итоги данного раздела, упомянем, что некоторые предшествующие региональные исследования показывали удивительное, на наш взгляд, отсутствие заметных различий в формах проведения досуга между городской и сельской молодежью (результаты на примере Ульяновской и Самарской областей см.: [Явон, 2013]). По нашим данным, различия оказываются куда более явными и многочисленными.

Сказывается не только относительное отставание, но и нередкая деградация досуговой инфраструктуры, унаследованной от советской эпохи, в том числе постепенное сокращение на селе числа учреждений культуры [Кажаева, 2011]. Во многих случаях, чтобы развлечься, приходится ездить в город. И поэтому досуг современной сельской молодежи в основном проводится в домашних условиях, включая пользование Интернетом, просмотр телевизора, прослушивание музыки или общение с друзьями [Жамсуева, 2013]. По этим показателям они часто опережают своих городских сверстников. В то же время происходит постепенное размывание культуры чтения в пользу более развлекательных занятий [Ильин, 2010].

Добавим, что досуговые предпочтения сельской молодежи дифференцированы по возрасту и внутри поколения миллениалов. Так, молодежь в возрасте от 16 до 24 лет предпочитает компьютерные игры, посещение социальных сетей, активнее ходит на дискотеки и слушает музыку, тогда как молодежь в возрасте от 25 до 35 лет предпочитает просмотр телевизионных программ, больше читает и чаще занимается общественной деятельностью [Борисова, Винокурова, 2016]. Старшие миллениалы ближе к предшествующим поколениям не только по возрасту, но и по духу.

О ВЕРЕ И ДОВЕРИИ

Завершим данную главу сравнением некоторых ценностных ориентиров. В качестве одного из таких важных ориентиров выступает *уровень религиозности*. Мы сопоставили город-

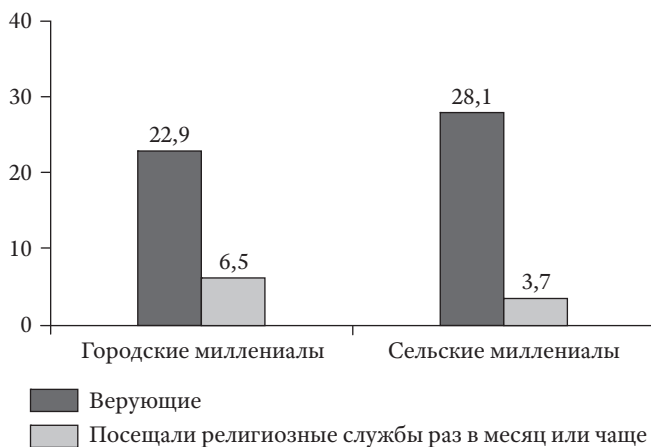


Рис. 6.7. Доля верующих миллениалов и миллениалов, раз в месяц или чаще посещавших религиозные службы, по типам поселений, 15 лет и старше, 2016 г. (в %, $n = 4581$)

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

ских и сельских миллениалов по доле тех, кто считает себя определенно верующими (без выражения сомнений), чтобы проверить применительно к настоящему времени утверждение о том, что «село всегда было более религиозным, чем город» [Колосова, 2016]. Выяснилось, что доля верующих на селе и в самом деле выше, чем в городе (28 и 23% соответственно) (рис. 6.7). Село и в этом отношении выглядит более традиционным.

Что же касается соблюдения религиозных ритуалов и в особенности посещения церковных служб, то здесь ситуация обратная — среди сельских миллениалов доля тех, кто посещает церковь, напротив, меньше (4% против 7% городских миллениалов). Можно было бы сделать предположение о более низкой доступности работающих церквей в сельских районах, но статистически различия не значимы. Важнее гендерные различия — в церковь значительно чаще ходят женщины.

Среди других ценностных ориентаций обратим внимание на так называемое *обобщенное доверие*. В 2016 г. задавался вопрос о том, можно ли доверять людям. Мы исключили респондентов, которые считают, что доверять людям можно в зависимости от обстоятельств. И выяснили, что среди сельских миллениалов значимо больше тех, кто положительно отвечает на данный вопрос, по сравнению с городскими миллениалами (27 и 14% соответственно). Характерно, что в данном случае отсутствуют сколь-либо значимые различия между всеми поколениями и в городском, и в сельском сообществе. Разрыв в оценках пролегает между горожанами всех поколений, с одной стороны, и жителями села и поселков городского типа всех поколений — с другой. Перед нами относительно редкий случай, когда поколенческие и возрастные различия не играют видимой роли, уступая место различиям между территориальными сообществами. Возникает соблазн интерпретировать их в том числе как проявление сохраняющихся различий между гезельшафтной и гемайншафтной культурами.

СУБЪЕКТИВНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

В предыдущей главе мы уже приводили свидетельства того, что миллениалы в целом сравнительно более удовлетворены своей жизнью, более оптимистичны и чаще считают себя счастливыми, чем предшествующие поколения [Радаев, 2018a]. И это соответствовало наблюдениям, сделанным ранее в специальной литературе по России и другим странам [Монусова, 2012; Родионова, 2015; Millennials in Adulthood, 2014]. Что же касается сельских миллениалов, то по уровню субъективного благополучия они мало чем отличаются от своих городских собратьев. Это касается и оценки изменений материального положения за последние 12 мес., и ожидания будущих улучшений, и оценки уровня удовлетворенности жизнью. Удовлетворенность жизнью, напри-

мер, в большей степени зависит от возраста (снижаясь по мере взросления) и в какой-то мере от уровня образования и дохода.

Поэтому в данной главе мы на этом вопросе подробно не останавливаемся. Добавим, что на другой (смежный) вопрос: «Испытываете ли Вы чувство одиночества?» в 2016 г. городские и сельские миллениалы дали совершенно идентичное распределение ответов. Но это лишь подтверждает сделанный выше вывод.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Полученные результаты позволяют утверждать, что практики поведения сельских миллениалов по большинству параметров значимо отличаются от практик поведения их городских сверстников. В рамках одного поколения проявляются множественные и существенные различия, связанные с типом поселения. Таким образом, сформулированная нами первая гипотеза подтверждается почти во всех случаях. Исключения немногочисленны, среди них упомянем отсутствие различий между городскими и сельскими миллениалами в наличии детей и равную распространенность курения.

Характерно, что при этом векторы различий между городскими и сельскими миллениалами могут быть разнонаправленными. По одним параметрам сельские миллениалы отстают от своих городских собратьев по уровню распространения новых практик поведения, по другим параметрам сельчане их превосходят. В последнем случае это происходит, скорее всего, не потому, что сельская молодежь быстрее воспринимает новое, а в силу ограниченности ее материальных и социальных возможностей. Не случайно сельские миллениалы «опережают» городских миллениалов именно в тех случаях, когда молодежный тренд заключается в сокращении каких-то практик (вступление в брак, выход на рынок труда) или в сокращении потребления каких-то

благ (например, потребление алкоголя или просмотр телевизора). Если же новый тренд проявляется в более широком распространении блага (образовательных услуг, новых гаджетов, банковских карт или занятий спортом), то здесь сельские жители (а часто вместе с ними и жители поселков городского типа) заметно отстают. В отдельных случаях ситуация оказывается противоречивой — например, среди сельских миллениалов больше верующих, но городские миллениалы чаще посещают церковные службы.

Противоречивой оказывается и ситуация при сравнении сельских миллениалов со старшими поколениями в целом (включая горожан). По одним показателям они ближе к предшественникам, чем городские миллениалы, — это касается в том числе пользования компьютером и Интернетом, обладания модными гаджетами, совершения онлайн-покупок, чтения книг и других домашних занятий. Здесь при наложении поколенческого и поселенческого признаков их эффекты как бы уравниваются. В то же время по другим показателям (например, владение иностранными языками, посещение социальных сетей или развлечения вне дома) сельские миллениалы опережают не только сельские, но и городские старшие поколения. В этих случаях принадлежность к молодому поколению оказывается важнее, и различия в типах поселения разницу не устранивают. Это означает, что нашу вторую гипотезу во многих случаях приходится отвергнуть.

Наконец, по уровню распространения новых практик поведения сельские миллениалы, как правило, опережают сельские старшие поколения. Это соответствует предложенной нами третьей гипотезе, которая подтверждается в большинстве случаев. При сходном типе поселения проявляются значимые межпоколенческие различия. Исключением становится распространенность обобщенного доверия — здесь межпоколенческие различия отсутствуют, а тип поселения играет решающую роль.

Обобщая полученные результаты, можем ли мы утверждать, что идет сближение (конвергенция) между городом и селом с решительным размыванием границ между ними? Мы бы сделали несколько иной вывод. Конечно, существуют переходные группы, располагающиеся «между городом и деревней», наверняка немалые и плохо улавливаемые имеющейся статистикой. Однако по отношению к основной части населения можно заключить, что происходит параллельный рост новых практик поведения на селе и в городе, но разрыв между двумя типами сообществ по большинству параметров все же сохраняется в том числе внутри нового поколения миллениалов. И вопрос о том, насколько едино это поколение и в какой мере мы вообще можем считать его одним поколением, остается открытым.

ӘССЕ

Далее я поделюсь некоторыми размышлениями о поколении миллениалов — об их мотивации, отношении к себе и к другим. Мои размышления будут построены на сочетании исследовательского и личного опыта, изложенного в несколько более свободной форме. В первом эссе мы обсудим отличительные характеристики молодых взрослых; проблемы, с которыми сталкивается молодое поколение; и новые вызовы, которые оно ставит перед обществом. А во втором эссе зададимся более прагматичным вопросом — как нам справиться с этими вызовами и эффективнее учить более молодые поколения студентов-миллениалов и следующее за ними по пятам поколение Z.

Глава 7

Как понять молодых взрослых

ЯНАЧНУ с некоторых стереотипных представлений о молодежи, которые распространены среди старших поколений. А затем попробую поискать другие, более глубокие объяснения.

ПОКОЛЕНИЕ СЫТЫХ?

Мы видим, что многие миллениалы как-то беспорядочно мечтают, не могут определиться со своими профессиональными и жизненными траекториями, построить собственное будущее даже на относительно недалекую перспективу. И первое объяснение этих метаний, особенно популярное среди старших поколений, связано с тем, что у них попросту «нет проблем», они «пришли на все готовое». Иными словами, им уже не нужно бороться за материальное существование (в той мере как это приходилось делать раньше их родителям). И поэтому молодежь «с жиру бесится».

Приведем характерный пример. Во время прямого эфира в конце 2018 г. на одной из популярных российских радиостанций, где мы обсуждали проблемы молодежи, было запущено голосование с вопросом о том, являются ли нынешние молодые люди скорее лентяями или мечтателями. Не будем оценивать адекватность самого вопроса. Скажем

лишь, что 95% радиослушателей (практически все) посчитали молодых лентяями.

Мне подобное объяснение кажется слишком примитивным. Если жизнь в чем-то стала полегче, это не означает исчезновения всяческих проблем. Просто эти проблемы стали другими. И хочется понять, что именно беспокоит молодое поколение. Действительно, российские миллениалы входили во взрослую жизнь в наиболее благополучный период 2000-х годов. Турбулентные 1990-е годы остались в прошлом. На смену пришли восемь лет устойчивого экономического роста, увеличивались реальные доходы населения, появилась относительная стабильность. У большинства уровень доходов, конечно, не столь велик. Но миллениалам меньше приходится заботиться о хлебе насущном, их родители обзавелись собственным жильем, накопили имущество, часть предметов длительного пользования стала намного дешевле и доступнее в относительных ценах — покупка телевизора, холодильника или даже автомобиля давно перестала рассматриваться как грандиозная проблема. А обеспечивать текущие запросы намного проще, если базовые потребности удовлетворены. Работу молодые в основном находят, общий уровень безработицы в России традиционно невысокий¹, и среди молодежи он значительно ниже, чем, скажем, во Франции или тем более в Испании или Греции. А доля молодежи, которая не работает и не учится (так называемая НЕЕТ категория), в возрастной группе 20–24 года имеет тенденцию к снижению, несмотря на последние экономические кризисы². При этом у российской молодежи

¹ Уровень безработицы среди выпускников российских вузов по итогам 2017 г. не превышает относительно невысокие среднероссийские показатели (5,5%) и по мере накопления трудового опыта снижается [Чердиченко, 2018, с. 95].

² В России доля НЕЕТ группы в возрастной группе 20–24 года к 2015 г. снизилась по сравнению со второй половиной 1990-х годов с 24–25 до 17%, причем уменьшилась и доля безработных, и доля экономически неактив-

нет и системной закредитованности, как, например, у американских сверстников, у которых продолжают расти долги по образовательным кредитам³.

Наряду с решением ряда материальных проблем для себя и своих детей родители миллениалов чуть ли не с пеленок говорили им, что они лучшие, что мир принадлежит им, возвращая будущие склонности к нарциссизму. Жизнь потенциально уже удалась, надо только протянуть руку и взять свое. Так появлялись повышенные притязания и возникал так называемый *социальный перфекционизм*, порожденный ориентацией на во многом навязанные и зачастую нереальные, изначально недостижимые стандарты совершенства [Сторр, 2019].

Затем молодые миллениалы выходили во взрослую жизнь. И тут выяснялось, что все не столь радужно, многие возможности оказались закрытыми. Во-первых, замедлились социальные лифты. Уже нельзя, как в 1990-е годы, сделать стремительные формальные карьеры и вообще труднее совершить взлет наверх по традиционным профессиональным лестницам. Во-вторых, экономическая ситуация в конце 2000-х годов начала меняться — приходит один экономический кризис, потом другой, что объективно ограничивает былые возможности. В-третьих, молодые люди хотят, чтобы их нынешнее обучение и будущая работа были осмысленны, они хотят вносить осязаемый вклад, желают, чтобы их оценили (хотя они еще немного умеют) — и профессионально,

ной молодежи. Это произошло прежде всего за счет увеличения доли обучающихся [Зудина, 2019].

³ По данным Национального центра образовательной статистики, общая сумма долга по образовательным кредитам в США достигла в 2018 г. рекордной суммы в 1,5 трлн долл., а типичный заемщик получает диплом с долгом в 22 тыс. долл. США (<https://www.nytimes.com/2019/01/08/business/dealbook/education-student-loans-lambda-schools.html>). При этом средний студенческий долг миллениалов вырос на 50% по сравнению с предшествующим поколением, когда оно находилось в аналогичном возрасте [Bialik, Fry, 2019].

и материально, и личностно. А реальные места обучения и работы сплошь и рядом не соответствуют первоначальным ожиданиям. В-четвертых, в соответствии с глобальным трендом растет вероятность попадания в ряды прекариата с временной и неполной занятостью и низким уровнем социальной защиты [Стэндинг, 2014].

Более неоднозначной становится оценка эффективности высшего образования для будущей карьеры. По данным опроса ВЦИОМ за 2018 г., половина миллениалов согласна с тем, что высшее образование обеспечивает человеку успешную карьеру и облегчает достижение жизненных целей. Но за прошедшие десять лет именно у молодых взрослых эта доля резко снизилась. По сравнению с 2008 г. у группы респондентов в возрасте 18–24 года она упала с 79 до 52%, а в возрастной группе 25–34 года — с 74 до 50%. В более старших поколениях снижение тоже произошло, но значительно меньше [ВЦИОМ, 2018а]. Накопление человеческого капитала все чаще не приводит к ожидаемой отдаче. И миллениалы ощущают это более остро.

В результате возникают разного рода недоумения и фрустрации, усиливаются сомнения, появляются проблемы с самооценкой. Растущее число молодых людей садятся на антидепрессанты, обращаются к помощи психологов, о которой старшие поколения даже не помышляли.

ВРЕМЯ ВЫБОРА

Но главная проблема все же — не в отсутствии или закрытости возможностей, а, напротив, в их изобилии. Она порождается необходимостью выбора в условиях нарастающей неопределенности, которой все труднее управлять психологически. Когда ты выбираешь одну возможность, тебе тут же

начинает казаться, что ты упускаешь еще как минимум десять альтернатив, которые могут быть лучше и интереснее. Интуитивно ясно, что они ничем не лучше, но справиться с этим психологически нелегко — подобно тому как трудно долгое время смотреть один телеканал, зная, что у тебя под рукой еще сто пятьдесят.

В результате любой выбранный вариант (образовательная программа, профессия, место работы или жизни) кажется частичным, недостаточным. Приходит быстрое разочарование, оно перерастает во фрустрацию, и начинается скольжение-перескакивание с варианта на вариант, которое зачастую приводит не к чему иному, как к дальнейшему росту фрустрации. А калейдоскоп возможностей крутится все быстрее. Все время возникает что-то новое. Уже не выстраиваются длинные тренды, на их место приходит быстротечный хайп. Вместо желания найти что-то свое и остановиться укрепляется стремление к постоянному поиску нового, желание быть на острие, не отстать.

Подобная ситуация характеризуется уже не как классическая аномия по Э. Дюркгейму, связанная с отсутствием или размыванием норм (хотя наверняка это часть общей картины), и не как аномия по Р. Мертону, возникающая из неспособности достичь культурных целей. Это ситуация множества конкурирующих норм и дезориентации в отношении целей. Благодаря современным медиа (в первую очередь Интернету) у любой цели немедленно находится множество альтернатив. И необходимость выбирать между ними без четко заданных ориентиров порождает душевный раздрай и, более того, приводит к постоянному полудепрессивному состоянию. Молодые взрослые не знают, что им делать, не могут построить планы на будущее.

Многие еще не понимают: чтобы реализовать свой шанс, сделать что-то значимое, нужен не просто «правильный» выбор. В принципе можно выбрать любой вариант, и он будет ничуть не хуже других, это вопрос вторичный.

Для самореализации необходимо загрузиться, пропустить этот вариант через себя, требуются терпение и усилия, которых как раз зачастую и не хватает.

Взращенный ранее социальный перфекционизм начинает мешать. Конечно, перфекционисты нередко встречались и в старших поколениях. Но их перфекционизм был несколько иным. Он проявлялся в готовности настойчиво работать над каждой мелочью, чтобы наилучшим образом решить свою задачу, пусть даже относительно скромную. Нынешний социальный перфекционизм часто нацелен на достижение чего-то идеального и совершенного. А поскольку идеальное недостижимо, подобное стремление зачастую начинает тормозить человека, не позволяя делать самые простые шаги и завершать начатую работу, которая заведомо далека от идеала. Обратной стороной перфекционизма становится нарастающая боязнь неудачи, повышенная чувствительность ко всякой критике. Отсюда возникает пресловутая прокрастинация — бесконечное откладывание наиболее важных дел.

НЕ ХОЧЕТСЯ ВЗРОСЛЕТЬ

В советское время нам, тогдашним детям, хотелось побыстрее стать взрослыми. В условиях нынешней растущей и давящей неопределенности многим молодым уже не хочется входить во взрослый мир, не хочется взрослеть, т.е. принимать стратегические, обязывающие решения, брать на себя ответственность. Хочется как-то отложить выбор профессии, выход на работу, отделение от родителей, обзаведение семьей, рождение детей. И вообще приятно побыть взрослым ребенком...

В эмпирической части книги я уже привел множество фактов, подтверждающих это наблюдение. Но возникает вопрос, как его объяснить. Период взросления, как известно, характеризуется постоянным экспериментированием

и поиском новых возможностей. А поскольку жизнь стала более открытой и возможностей стало намного больше, естественно, возникает желание подобное состояние поиска продлить. Перед старшими поколениями в советское время были две-три жизненные колеи, ты мог выбрать одну и ехать по ней всю оставшуюся жизнь. Сейчас молодые люди уже не хотят вставать в одну определенную колею, связанную с постоянной работой, принадлежностью к одной организации или одному коллективу⁴. Хочется продолжать эксперименты, что-то менять, находить нечто новое.

Экспериментирование касается не только профессии или места работы. Позднее заводятся постоянные отношения — это тоже становится полем для продолжающегося экспериментирования. Тем более общество стало намного лояльнее и к смене работы (в советское время работников, часто переходящих с места на место, уничижительно называли «летунами»), и к смене партнеров в интимной жизни — уже нет того гласного или негласного осуждения, которое возникало у поколения родителей. Поэтому миллениалы чувствуют себя более свободными, более гибкими.

ХОЧЕТСЯ СДЕЛАТЬ ШАГ

Чего же все-таки хочется? Есть смутное, но непреодолимое желание сделать нечто значимое, самореализоваться, хочется кем-то стать, выделиться, доказать свою особенность. Смолоду формируется желание совершить поступок, говоря словами Б. Гребенщикова, «хочется сделать шаг». В этом, видимо, и заключается драма многих молодых людей (особенно тех, кто задумывается) — они хотят доказать свою значимость (прежде всего самим себе) при относительно трезвом понимании, что дать другим пока нечего.

⁴ По результатам исследований, жизненные траектории молодых поколений становятся более вариативными [Гындик, Митрофанова, 2014].

Возникает естественное желание разорвать замкнутый круг и решить проблему самореализации сразу, одним махом, в результате какого-то нетривиального акта, слома привычных фреймов, ниспровержения основ. А решить проблему одним махом не получается. В 2000-е и тем более в 2010-е годы взрослый мир в сильной степени устоялся, и чтобы преуспеть в сложившихся и заматеревших социальных и организационных структурах, ты должен заходить с самого низа карьерной лестницы, где тебя не ожидает ничего интересного и значимого, и долго карабкаться наверх с рисками не добраться до заметных высот. А такая перспектива, понятное дело, не очень привлекательна, хочется прорыва здесь и сейчас.

Этим отчасти объясняется и возникшая у современной молодежи тяга к советскому прошлому, разумеется, в сильно идеализированном (воображаемом) виде. Ведь именно в советское время, как теперь может казаться, молодежь играла главную роль, решала великие задачи и совершала романтические прорывы — к атомному ядру, в Арктику, в космос.

Уникально ли это стремление миллениалов? Наверняка нет, оно в той или иной мере свойственно всякой молодежи. Но, возможно, в настоящий период оно переживается чуть острее.

ПРОЙТИ ПО КАСАТЕЛЬНОЙ

В итоге во взрослый мир хочется зайти не снизу по формальным карьерно-бюрократическим лестницам, а как-то сбоку или, еще лучше, вообще не заходить внутрь, а пройти по касательной. Отсюда уже неоднократно подмеченный наблюдателями рост интереса среди современной молодежи к индивидуальному предпринимательству, к своим собственным проектам, благо Интернет существенно расширил по-

добные возможности⁵. Многие молодые взрослые отыскивают занятия, где ты не зависишь от сложившихся структур. Иными словами, они ищут рыночные ниши с низкими издержками входа.

В связи с этим не случайно столь выросшая популярность электронной музыки, рэпа, блоггинга, вайна и т.п. Все больше молодых желают быть ютуберами. Что объединяет подобные проекты? Именно их демократичность, т.е. низкие издержки входа. В эти ниши можно войти и при определенном везении преуспеть без накопления экономического, социального и культурного капиталов, здесь можно заниматься индивидуальным творчеством, не имея ни особых талантов, ни специальных навыков. Например, в рок-музыке, которая владела умами и сердцами более старших поколений и которая сейчас уже отошла на второй план, вполне допустимо было не знать нотной грамоты, но требовалось умение играть и петь. Кроме того, требовалась относительно сложная и дорогая аппаратура. Сейчас ничего этого уже не нужно — ни умений, ни сложной аппаратуры. И это существенно снижает уровень твоей внешней зависимости. Тем более что музыка — самый абстрактный вид искусства. Ты занимаешься чем-то вне этого мира и одновременно загораживаешься от дежурных и навязчивых вопросов о самоидентификации.

Проиллюстрируем сказанное данными опроса ВЦИОМ за 2018 г. Респондентам задавался вопрос: «Как Вы считаете, легко ли сегодняшним молодым людям сделать карьеру, добиться успеха в сфере..?» с последующим перечислением сфер. Лидером по доле ответивших: «Очень легко» или «Довольно легко», если не считать спорта

⁵ По данным Мониторинга экономики образования НИУ ВШЭ, развивать собственный бизнес планируют 15–16% студентов и выпускников. <<http://www.rbcplus.ru/news/5aa57a717a8aa9079d67f75b>>.

(44%), стала сфера творческих профессий (музыкант, писатель, артист) — 40%. Это почти в 2 раза больше сферы науки (23%) и государственной службы (21%) и в 3 раза выше сфер бизнеса и политики (13–14%). Заметим, что по сравнению с 2014 г. доля подобных оценок по отношению почти ко всем перечисленным сферам осталась прежней, а по отношению к успехам в бизнесе снизилась в 1,5 раза. А в отношении творческих профессий, напротив, эта доля выросла на 7% [ВЦИОМ, 2018б].

Мы живем в эпоху, когда интенсивно размываются грани между элитарным и массовым, экспертным и профанным, между производителями и потребителями контента. Из пассивных потребителей мы все более превращаемся в просьюмеров (prosumers), активно участвуя в производстве контента. В этих условиях легко возомнить себя Автором, для этого уже не требуется подлинного авторства. Хочется выработать свой собственный (быть может, уникальный) стиль — попытка по определению драматическая, ибо к настоящему времени распалась сама идеология уникальных стилей. Постмодернизм преодолен в социальной теории, но порожденные им импульсы продолжают жить с присущими ему особыми формами упрощения и отчаянными попытками собрать этот распадающийся мир хотя бы в форме коллажа, заведомо без погружения в детали и отдельные темы (что невозможно и, кажется, уже не нужно). Здесь индивидуальное не может быть ничем иным, как пастишем (ненаправленной пародией уникальных стилей), намеренно не несущим никакого меседжа [Джеймисон, 2019].

Важно и то, что, производя собственный контент, в принципе можно очень быстро взлететь и завоевать если не сердца, то внимание миллионов — буквально за год-два (примеров, кажется, предостаточно). Конечно, мы понимаем, что, к сожалению, это лишь очередная ловушка — чем

ниже издержки входа, тем больше желающих войти, конкуренция становится все жестче, преуспевают единицы из многих тысяч претендентов. Да и их успех оказывается недолговечным — каждый день приходят все новые и новые кумиры. Но их примеры, несомненно, заразительны.

КОНЕЦ ТРУДОГОЛИЗМА

Еще одно разительное отличие, которое подмечается представителями старших поколений, — отсутствие у нынешней молодежи такого качества, как трудоголизм. Говоря об этом, я не утверждаю, что старшие сплошь были трудоголиками (это далеко не так), или что среди миллениалов трудоголики отсутствуют, что тоже было бы неверно. И тем более это не означает очередного обвинения молодежи в лени.

Речь идет о другом явлении — миллениалы трудятся, но при этом они хотят какого-то другого, более здорового и правильного, как они считают, баланса между трудом и жизнью, работой и семьей. Наряду с работой, где хочется не только зарабатывать, но и самореализовываться, должен быть полноценный досуг, где также нужно самореализовываться. Хочется поддерживать нормальный *work-life balance*.

Отсюда проистекает важный сдвиг жизненных ориентиров — меньшая привязанность к профессиональной карьере, зарабатыванию денег как таковому. Нередким становится дауншифтинг, когда происходит отказ от линейной профессиональной карьеры или по крайней мере ее прерывание на год или несколько лет ради путешествий и иного рода «ничего-не-делания», простого наслаждения жизнью. И потеря работы уже не воспринимается как трагедия — найдется другая. А былые обвинения в тунеядстве сегодня уже не грозят.

Формируется настойчивая забота о собственном стиле жизни, не поглощенной целиком одной лишь работой, появляются столь удивительные для старших некоторая расслаб-

ленность и отсутствие стремления к вычерчиванию долгосрочных ориентиров. Здесь остается меньше места для привычной достижительной мотивации в ее былом значении и осознается особая ценность частной жизни.

При этом, конечно, молодежь хочет зарабатывать, точнее, и зарабатывать она хочет тоже. Здесь нет какого-то выраженного бесребренничества, и это вполне объяснимо. Мы живем в мире растущего количества материальных соблазнов, умело подогреваемых коммерческими структурами. И конечно, необходимо какие-то деньги иметь, иначе этот мир будет проплывать мимо тебя. Но зацикленности на деньгах и заработках при этом не наблюдается. Зарабатывать на обеспечение текущих потребностей действительно легче при наличии материальной базы за твоей спиной. К тому же меняется отношение к самой собственности, которую все чаще можно арендовать, т.е. взять на некоторое время, не приковывая себя цепями к этой собственности. А вместо этого инвестировать в себя — в свое образование, путешествия и все новые впечатления.

ОТНОШЕНИЕ К ТЕЛУ И ЗОЖ

Я уже затрагивал многие аспекты ориентации на здоровый образ жизни (ЗОЖ) среди молодого поколения в эмпирической части книги. Вернемся к этому важному предмету еще раз, поскольку, как я полагаю, распространение ЗОЖ — нечто большее, нежели дань очередной быстротечной моде.

Встанем на короткое время на позицию экономиста, у которого все люди во что-то инвестируют и что-то максимизируют. Так вот, мы (советские поколения) всю жизнь инвестировали в социальные и экономические атрибуты, пытались максимизировать свой статус, достижения в профессиональной карьере, уровень материального благосостояния. Также, несмотря на ограниченность возможностей (а не исключено, что именно благодаря этой ограниченности),

мы инвестировали и в свое биологическое Я, но, скорее, в гедонистической форме — в форме максимизации текущих удовольствий, в меньшей степени заботясь о последствиях такого поведения (например, о собственном здоровье). Отсюда, в частности, такие проявления гедонизма, как массовое курение и пьянство, с которыми не могли справиться ни медики, ни административно-принудительные кампании. А столь популярные занятия спортом (в том числе с неприятными последствиями для будущего здоровья) стали проявлением достижительной мотивации. Конечно, успешная максимизация социального и материального статусов косвенно приносила определенные плоды и в отношении физиологического состояния человека. При прочих равных, кто находился в лучших материальных и социальных условиях, тот был здоровее и в среднем жил подольше.

Сегодня молодое поколение тоже максимизирует, но инвестиции все больше направляются в собственную жизнь и здоровье [Юдин, 2015]. А социальный успех в том числе достигается через физиологическое состояние. Ты здоров, следовательно, благополучен. Но важнее то, что возникло другое отношение к собственному телу и к телесности в целом. Речь идет уже не о том, чтобы просто лечиться или предотвращать болезни, но о том, чтобы целенаправленно строить свое здоровое тело. Отсюда возрастающее негативное отношение к алкоголю и табаку, вообще вредным привычкам, к плотским излишествам или чрезмерному напряжению. Их заменяют умеренный фитнес и расслабляющие спа-процедуры. Из этого же корня произрастает повышенное внимание к экологии или к проблеме просроченных продуктов, которое, конечно, наблюдалось и раньше, но явно не в таких масштабах, как сегодня.

Биологические начала человека уже не кажутся заданными раз и навсегда. Появилось множество возможностей изменить или по крайней мере существенно подправить собственную биологическую природу. Одним из ярких приме-

ров в этой области, несомненно, служит распространенное увлечение пластической хирургией, которая перестала быть чем-то необычным, выходящим за рамки нормального.

Стремление достроить собственное тело во многом порождается растущим недовольством этим телом, характерным для все большего числа мужчин и женщин. Подобная неудовлетворенность всегда подпитывалась коммерческой рекламой, модными журналами, киноиндустрией, культом селебрити (знаменитостей), активно предлагающими (навязывающими) образы красивых людей. Сегодня ее кратно усиливают социальные медиа, где все пытаются представить себя в самом лучшем виде [Сторр, 2019]. Желание соответствовать недостижимому и выстроить совершенное тело все чаще сопрягается с рисками излишне увлечься приемом стероидов, изуродоваться пластическими операциями или довести себя до анорексивного состояния.

Как водится, все то, что кажется предметом индивидуального, автономного выбора, на деле определяется многими внешними (социальными) факторами. Так, произошла интенсивная морализация здоровья в публичном дискурсе, и ведение здорового образа жизни все более становится именно моральной категорией [Гольман, 2014]. Политика хелсизма стала элементом активной государственной политики, воплотившись на рубеже 2010-х годов, как я показывал ранее, в ряде стратегических правительственных документов, касающихся потребления алкоголя, табакокурения и здорового образа жизни в целом.

На политику хелсизма наслаивается прогрессирующая коммерциализация элементов ЗОЖ, не только привлекающая внимание к новым товарам и услугам, но старательно провоцирующая моральные паники среди населения — по поводу излишнего веса и преждевременных морщин (седин, облысения, далее по списку), ГМО или глютена.

Новым отношением к телесности отчасти объясняется и то, что проблемы гендера и сексуальности оказались

в публичном поле, обрели невиданную ранее популярность. Молодежь не просто более толерантна по отношению к различиям — этническим, сексуальным и гендерным. Гендерная политика и отказ от гомофобии становятся одним из критических вопросов, формирующих молодежные солидарности [Омельченко, 2018].

ПОГЛОЩЕННОСТЬ ГАДЖЕТАМИ

Одним из наиболее видимых признаков, отличающим современную молодежь, выступает их поглощенность гаджетами. Смартфон постоянно в руке, а не просто под рукой, им начинается и заканчивается день. К нему обращаются за любым вопросом, он калькулирует за нас и решает наши проблемы, он связывает нас с миром.

В связи с этим вновь сошлемся на новые исследования Pew Research Center (хотя речь идет уже, скорее, о следующем поколении Z, но для обозначения тренда это не столь существенно).

Более половины американских подростков (54%) в 2018 г. считали, что проводят слишком много времени в своем смартфоне (среди их родителей таких 36%). Почти три четверти подростков (72%) немедленно бросаются проверять месседжи в смартфоне, как только проснутся (44% делают это часто) (среди родителей — 57%). Более половины подростков (58%) чувствуют себя обязанными немедленно отвечать на поступающие послания (18% чувствуют это часто). Кстати, столько же коммуникационно зависимых респондентов обнаруживается и среди родителей — 59%. Значительная доля подростков (41%) сами признаются в том, что проводят слишком много времени в социальных медиа (среди родителей таких 23%), 26% подростков, по их собственному мнению, слишком много занимаются видеоиграми. Похоже,

многие подростки сами осознают проблему. Более половины из них пытались сокращать время, которое они проводят в телефоне (52%), в социальных сетях (57%) и за видеоиграми (58%) [Jiang, 2018b].

Я предполагаю, что в данном отношении российские юноши и девушки мало отличаются от своих американских сверстников. Мы видим, как формируются новые формы психофизиологической зависимости, подобные алкогольной, но потенциально более опасные⁶. Добавим, что, по данным нейropsychологических исследований, симптомы зависимости, порождаемые использованием технологий Facebook, имеет некоторые сходные черты с алкогольной и игровой зависимостями при одновременном сохранении и многих различий [Turel et al., 2014].

РАЗДЕРГАННОСТЬ СОЗНАНИЯ

Виртуальная коммуникация поглощает все больше времени. И все же я полагаю, что главная опасность таится не в разрастании виртуальной коммуникации как таковой. На наш взгляд, самая главная опасность и главный вред заключаются в наложении разных форм коммуникации, когда одна форма начинает пожирать другую. Мы постоянно включены в несколько процессов параллельно — общаемся с кем-то, тут же выкладываем результаты этого общения в сеть, что-то ищем и отвечаем на чьи-то бесконечные месседжи.

Множественность форм коммуникации сама по себе — это плюс, если удастся удержать ее в разумных пределах и

⁶ Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) внесла зависимость от видеоигр в новую Международную классификацию болезней, которую предполагается утвердить в мае 2019 г. По разным источникам, от игромании страдают от 2 до 10% пользователей Интернета. В Китае она официально признана болезнью. <<https://www.kommersant.ru/doc/3661960>>.

эффективно переключаться. Но именно это зачастую не удается, и возникает размытость и размазанность форм коммуникации, когда они начинают мешать друг другу и вытеснять друг друга. Наложение волн (интерференция) порождает шумы. Можно слушать и классическую музыку, и рэп. Но если запустить их одновременно, не получишь ничего, кроме головной боли.

Такого рода коммуникация легко может становиться источником неврозов и депрессий (в том числе клинических), слома рациональности поведения, понимаемого как устойчивое следование своему интересу. Невроз — побочный продукт сломанной воли и (вследствие этого) потери рациональности. Он порождается чудовищным и постоянно растущим потоком информации при отсутствии времени на ее фильтрацию и тем более на ее освоение, когда крепнет ощущение, что ты все больше и больше не успеваешь за этим потоком. Но его главная причина кроется в потере ориентиров. Мы не успеваем не только и не столько потому, что информации так много, а потому, что теряются смысловые ориентиры, отвечающие на неудобный вопрос: «Зачем?». В итоге мы постоянно совершаем выбор, но не можем ни на чем остановиться — щелкаем пультом от телевизора или кликаем все новые и новые страницы в Интернете. И получаем непрерывное мелькание кадров — переключение телевизионных программ, просматривание ленты Facebook, скольжение по многим поверхностям без попыток сосредоточиться, понять смысл происходящего.

По данным опросов Pew Research Center за 2018 г., без малого три четверти родителей (72%) считают, что их дети отвлекаются на смартфоны в процессе индивидуального общения (30% наблюдают это часто). Половина подростков (51%), в свою очередь, подмечает подобный грех за своими родителями (14% видят это часто). Каждый третий подросток (31%) признается в том, что по-

стоянно теряет внимание во время обучения, поскольку проверяет что-то в смартфоне. Среди родителей доля тех, кто отвлекается на смартфон в процессе работы, еще выше — 39% [Jiang, 2018*b*].

Мы видим, что проблема касается не только детей, но и их родителей (иногда даже в сходной степени). Таким образом, главная опасность, повторим, — не время, поглощаемое виртуальной коммуникацией, а возрастающая раздерганность сознания, которую я бы назвал болезнью XXI века. Ее симптомы нетрудно приметить: в первую очередь, это неспособность концентрироваться, погружаться во что-либо, неважно, касается ли это работы или досуга.

ПОВЕРХНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

В настоящее время мы не страдаем от дефицита коммуникации. Напротив, мы страдаем от коммуникационной перенасыщенности, которая перерастает в коммуникационную зависимость. Коммуникации слишком много, и порой от нее некуда деться.

Но главная проблема опять-таки кроется в другом — эта коммуникация очень поверхностная. Мы все больше и все быстрее скользим уже не только по фактам, но и по людям. Для того чтобы построить отношения не с сотней людей в социальных сетях, а с одним конкретным человеком, нужно внимание и терпение, нужно «инвестировать», погружаться в эти отношения. А как ты будешь погружаться, если, разговаривая с кем-то за обедом, ты параллельно отвечаешь на меседжи других людей? Много ли ты поймешь о человеке, который сидит напротив тебя?

И когда возникают стрессы, а они возникают почти неизбежно, становясь неотъемлемыми спутниками нашей жизни, куда человек может обратиться? Человек должен

идти к другим людям⁷. Но если у тебя не выстроены личностные отношения и ты идешь просто в социальную сеть, то, скорее всего, ты не решишь там свою проблему (хотя, конечно, и это случается).

Тем более что поведение в социальных сетях тоже регулируется своими правилами, в том числе стратегиями селф-брендинга, или создания своей улучшенной версии. Большинство людей занимаются здесь «перфекционистской демонстрацией», т.е. старательно изображают из себя счастливых, живущих интересной и полноценной жизнью. Каждый тяготеет к тому, чтобы представлять себя в наиболее презентабельном виде, непрестанно демонстрируя, что ты умный, что ты в курсе событий, что ты много путешествуешь, что ты хорошо и вкусно ешь.

На все предъясняются фото- и видеосвидетельства, отсюда это почти либидинозное стремление к селфи, которым молодежь заразила и старшие поколения (только в 2018 г. в Интернете было выложено около 24 млрд селфи). Эти бесконечно исторгаемые и все нарастающие потоки селфи становятся проявлением заикленности на себе, озабоченности высокой самооценкой (нарциссизма) и обостренной потребности в самоутверждении. На этом фоне всеобщего «совершенства» у многих постепенно формируется неврастеническое чувство собственной несостоятельности и нереализованности, они начинают ощущать себя неудачниками.

Ранее я уже писал о том, что основные социальные сети и другие массовые социальные медиа возникли в середине 2000-х годов в очень ограниченный по историческим меркам

⁷ Ранее я ссылался на результаты исследований, в соответствии с которыми молодые люди в самых разных странах мира сегодня меньше занимаются сексом, чем их предшественники [Соколов, 2018]. Не исключено, что это окажется верным и для России. Помимо прочего, это ведет и к уменьшению возможностей для снятия стресса.

период времени, который стал формативным для миллениалов (см. гл. 5). И многосторонние эффекты этого сетевого взрыва еще предстоит оценить. Социальные сети — несомненно, очень мощный и эффективный инструмент для ментального соединения большого количества людей. Но одновременно они порождают и немало побочных проблем.

По данным исследования британских молодых людей в возрасте от 14 до 24 лет, в 2017 г. 91% респондентов использовали социальные сети. По их мнению, они дают дополнительные возможности для самовыражения и построения множественных связей. В то же время включенность в социальные сети порождает повышенную озабоченность и депрессию (каждый шестой респондент), ухудшение сна (каждый пятый респондент), проблемы буллинга (с ними сталкивались 7 из 10 опрошенных, в том числе 37% — часто) и неудовлетворенность собственным телом (9 из 10 опрошенных девушек), а также определенного рода зависимость — ощущение, что нужно постоянно оставаться на связи, чтобы не пропустить нечто важное (*fear of missing out*). И эта зависимость сильнее, чем потребление алкоголя и курение [Status of Mind..., 2017].

В какой степени социальные сети способны решать накапливающиеся личностные проблемы? Ведь никто так не одинок, как человек в толпе, тем более в виртуальной толпе. Если тебе нужна реальная личностная помощь, то для этого не нужны сотни или тысячи человек, нужны один или два близких человека, с которыми у тебя уже выстроены особые, более избирательные и глубокие отношения. И сопричастность такого человека, порою даже без лишних слов и меседжей, окажется важнее, чем сотня очередных лайков или дежурных соболезнований.

Разумеется, все сказанное касается не только молодежи, а всех нас. Но все же касается в очень разной степени — молодые, по всей видимости, затронуты значительно больше.

СВОБОДА ОТ ДРУГИХ

Молодые взрослые в большей степени свободны — от приверженностей, авторитетов, от других людей. Их часто упрекают в отсутствии лояльности — профессии, коллективу, организации. Ранее виртуальная коммуникация во многом имитировала и дополняла обычное общение. Теперь картина отчасти перевернулась — обычная коммуникация не просто поверхностна, но нередко начинает строиться по образу виртуальной, в которую легко войти и из которой столь же легко выйти в любой момент. Например, из отношений выходят без предупреждения и объяснений («сливаются») или внезапно бросают работу без уведомления работодателя.

«Перспективные молодые специалисты увольняются молча и без объяснений. Они просто уходят из офиса и не возвращаются ни за зарплатой, ни за выходным пособием <...>. В британском издании The Telegraph провели опрос, по результатам которого объяснили ситуацию следующим образом. В большинстве случаев увольнение без причины характерно для молодых людей, родившихся в 1980–2002 годах <...>. Согласно исследованиям Института Гэллага (США), 60% миллениалов без зазрения совести готовы бросить работу в любой момент, если им надоеет или сделают более выгодное предложение <...>. Для них нормально прекратить общение без объяснений причин. Психологи и эксперты в сфере социальных коммуникаций называют это явление гостинг — затухание, исчезание. Термин происходит от английского ghosting, а ghost — это “призрак” <...>. Ранее слово “гостинг” использовали в терминологии любовных отношений <...>. Сегодня гостинг проник и в рабочий процесс <...>. Поколение Y считает, что оборвать контакт и ничего не объяснить — это норма» [Дяченко, 2019].

Миллениалы привыкли все ставить под сомнение. Такими людьми труднее управлять, их сложнее подчинить, поставить в строй, загнать в очередной комсомол. При этом их сложнее мотивировать, у них слабее реакция на традиционные стимулы. Им не хочется ничего доказывать, прыгать выше других (они же и так «лучшие»). Еще сложнее завоевать их лояльность, задержать надолго («остановить мгновение»). И в этом росте индивидуализма заключается немалое преимущество молодого поколения.

Но у всего есть обратная сторона — молодым взрослым труднее выработать основания для собственной жизнедеятельности. При отсутствии внешних опор и слабости опор внутренних они часто оказываются без поддержки и более подвержены неопределенности и аномии — почти неизбежно возникают дополнительные риски дезориентации, потери смысла.

Дело в том, что выработка смысла — принципиально коллективный процесс, который производится во взаимодействии между людьми (*collaborative meaning making*) [Fligstein, McAdam, 2012, p. 49]. Это принципиальное положение социологии. И кстати, если социология как наука для чего-то нужна, то только лишь для понимания этого факта.

Обрести смысл существования — значит не просто понимать мир как нечто отвлеченное, но участвовать в выработке понимания с другими людьми. С этими людьми нужно выстраивать отношения — селективные и относительно устойчивые. А это, в свою очередь, требует длительных совместных усилий, на которые не все и не всегда оказываются способными. Идея того, что собственное становление, так же как и отношения с другими, не может быть ничем иным, как результатом длительной упорной работы, зачастую не осознается или игнорируется. Это кажется скучным, не прикольным.

ЭТО НЕ КОНФЛИКТ ПОКОЛЕНИЙ

Одно из самых первых и поверхностных объяснений, которое тут же приходит на ум, как только заходит речь о молодежи, связывается с традиционным сюжетом о конфликте поколений — во всем виноваты родители, они не понимают и не знают своих детей. Вдобавок они сами живут криво, и эта их жизнь вызывает естественный протест со стороны молодежи.

Я думаю, что подобное объяснение устарело как минимум на пару десятилетий. Конечно, разные поколения часто не понимают друг друга, и так было всегда. В подтверждение приведем столь ожидаемую в данном контексте цитату из «Отцов и детей» И.С. Тургенева:

«Однажды я с покойницей матушкой поссорился: она кричала, не хотела меня слушать... Я, наконец, сказал ей, что вы, мол, меня понять не можете; мы, мол, принадлежим к двум различным поколениям. Она ужасно обиделась, а я подумал: что делать? Пилюля горька — а проглотить ее нужно. Вот теперь настала наша очередь, и наши наследники могут сказать нам: вы, мол, не нашего поколения, глотайте пилюлю» [Тургенев, 1979].

Несомненно, подобные коллизии возникают и сегодня. Есть вещи помимо уже упомянутых ранее, которые непривычны для старших поколений и в сильной степени их коробят. Например, получивший столь широкое распространение в Интернете «язык вражды» (хейтспич), разного рода троллинг и буллинг, поддерживаемые представлениями об Интернете как пространстве, свободном от ограничений, и относительной безответственностью высказываний в этом пространстве.

В качестве другого примера можно привести реставрацию и фактическую легитимацию мата как языка публичного общения. Мат присутствовал всегда и во всех социальных

группах, но все же среди людей с высшим образованием он помещался в определенные рамки (ситуационные, гендерные), определявшие пределы допустимого. Сегодня эти рамки в сильной степени размыты.

Список подобных примеров можно было бы продолжить. Но все-таки мне представляется, что сегодняшняя проблема сложнее. И она в большой степени иная по своему характеру. Речь идет уже не об обычном конфликте отцов и детей. Дело в том, что конфликт — это одна из нормальных форм коммуникации, означающая, что между поколениями все же есть содержательная связь. Да, стороны решительно не согласны, но они хотя бы слышат друг друга. То, что мы наблюдаем сегодня, следует считать не столько конфликтом поколений, сколько разрывом коммуникации.

В предыдущих старших поколениях конфликты были своего рода нормой. Мы постоянно конфликтовали со своими родителями. Но при всех этих явных или скрытых противостояниях мы были на них похожи. Сегодняшние дети конфликтуют с родителями меньше или не конфликтуют вовсе. Много раз приходилось слышать от родителей моего поколения, что у них прекрасные отношения с собственными детьми — значительно лучше, чем у них со своими родителями много лет назад. Но отсутствие явного конфликта не означает, что есть взаимное содержательное понимание. И есть нехорошее подозрение, что конфликта как такового нет, потому что попросту не о чем спорить — жизнь старших и младших поколений все больше протекает в параллельных мирах.

ПОТЕРЯ ОРИЕНТИРОВ

Сказанное не означает, что старшие поколения (родители) ни в чем не виноваты. Но вина родителей совсем в другом. Она была удачно сформулирована, в частности, психоанали-

тиком Д. Ольшанским⁸: современные родители перестали давать своим детям «правильные» нормативные образцы поведения. По крайней мере, получая отпор, они немедленно ретируются. И не потому, что они толерантны, а потому что они растеряны, ибо сами находятся в неопределенности, у них потеряны былые четкие представления о добре и зле.

Старшим поколениям в советское время в этом отношении было несколько проще. Это было время прямых дорог. Нам, в тот период подросткам и молодым взрослым, говорили, что нужно упорно трудиться и «быть как все» — кушать кашу, строиться по линейке, хорошо учиться, заниматься спортом, дружить с хорошими мальчиками и девочками, ходить на собрания, зарабатывать деньги, откладывать на черный день. Иными словами, нужно быть достойным членом общества, и тогда ты получишь по заслугам. Одни (меньшинство) уходили в тихий протест, становясь маргиналами. Другие (большинство) шли в общем строю, нередко без всякого энтузиазма, с большой фигой в кармане, реализуя, в терминологии А. Юрчака [2014], стратегию вневходимости, т.е. оставаясь в рамках системы при ритуальном повторении застывших идеологических форм. Но главное, родители всегда знали, что есть «правильное поведение», на все находились четкие предписания. И даже если они встречали сопротивление подростков (что случалось весьма часто), то все равно продолжали гнуть свою линию. А семье помогали школа и разного рода первичные коллективы.

В 1990–2000-е годы, когда миллениалы превращались из подростков в молодых взрослых, старшие перестали навязывать образцы поведения, ибо сами нетвердо знали, как жить «правильно». Молодые люди сегодня воспитаны Интернетом, они сами находят ответы в неконтролируемом виртуальном пространстве. Они все перепроверяют и сопоставляют

⁸ <<https://www.youtube.com/watch?v=9RXmu0joQWI>>.

разные точки зрения. У них возникают свои авторитеты, о которых мы даже не знаем, в лучшем случае слышали что-то.

У молодых меньше былого юношеского максимализма и, соответственно, больше толерантности к чужим мнениям. Они меньше сопротивляются, ибо для бунтарства тоже нужны четкие ориентиры. Новые лишние люди появляются не потому, что их давят, а потому что давление исчезло. Делай, что хочешь. Но при этом не ясно, что именно ты хочешь делать.

ПРОКЛЯТЫЕ ВОПРОСЫ

Есть ощущение, что поколение молодых взрослых изначально более разочарованное. Если старшие поколения сталкивались с так называемым кризисом среднего возраста, то нынешнее молодое поколение, как порою кажется, сталкивается с подобным кризисом, еще толком не вступив во взрослую жизнь.

Когда тебя освобождают по крайней мере от части обременительных рутин (борьбы за кусок хлеба и место для жилья), когда размываются жесткие нормативные рамки и ты остаешься наедине с самим собой, в голову, как тараканы, начинают лезть проклятые (экзистенциальные) вопросы о бессмысленности существования. А с ними молодые зачастую не умеют справляться. Не потому, что они глупые, а в силу нехватки опыта. Вдобавок систематическое мышление, нацеленное на работу с трудными вопросами, не является врожденным качеством, оно требует наработки специальных навыков. Способность к мышлению — тоже результат тренировок (почти как в спорте).

Отличие взрослых людей заключается в том, что в ходе жизненного цикла они постепенно накапливают опыт, осваивают техники нейтрализации и вытеснения проклятых вопросов, погружаются в повседневные профессиональные и бытовые рутины, которые помогают им не ду-

мать. Кроме того, с возрастом снижается градус эмоциональности и радикализма, усиливаются конформистские настроения. А молодые ставят эти вопросы в более острой радикальной форме и не владеют техниками вытеснения. У них еще нет опыта и навыка с ними справляться. Они более уязвимы, менее защищены. И юношеский нигилизм — следствие этой временной незащищенности от нерешаемых жизненных вопросов.

ПРОТЕСТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

Поставим еще один вопрос, который сегодня волнует многих, вызывая особенное беспокойство во властных структурах. Как поведет себя это новое разочарованное поколение? Накапливает ли оно протестный потенциал, есть ли предпосылки для некоего социального взрыва? Мнения на этот счет высказываются самые разноречивые.

Я полагаю, что протестный потенциал у миллениалов тоже имеется, и, вероятно, весьма значительный. У них, похоже, сформировалась какая-то встроенная способность отстаивать свои права.

Приведем небольшой иллюстративный пример. В 2014 г. Фонд «Общественное мнение» рассчитывал Индекс правовой защищенности на основе трех вопросов о том, способно ли большинство людей в нашей стране отстаивать свои права, способны ли на это окружающие респондента люди, и готовы ли респонденты объединяться с другими, чтобы отстоять свои права. В итоге чаще других уверенность в гарантиях защиты своих прав демонстрировали молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет [Гражданское участие..., 2014].

Но все же по своему характеру это не тот протест, о котором все так беспокоятся. Старшие поколения, как правило,

мыслят в узком политическом ключе — ты за «белых» или за «красных», «Крым наш» или «Крым не наш». А в данном случае, видимо, речь идет о другом. Речь идет о притязаниях не политического свойства (которые, впрочем, при определенных условиях могут политизироваться). Это права на личный суверенитет, на соблюдение справедливого порядка и на сохранение зоны личного комфорта.

Сошлемся на известный пример. В апреле 2018 г. студенты МГУ вышли протестовать против размещения у здания университета фан-зоны к Чемпионату мира по футболу 2018 г. и проведения «Фестиваля болельщиков». Студенты считали, что фан-зону следует перенести, так как шум от болельщиков и трансляции матчей на экране будет мешать учащимся и преподавателям и «нанесет ущерб проведению научных исследований в университете»⁹.

Это не было протестом против власти. Скорее, попыткой защититься от внешнего вторжения на территорию, которая считается своей. В связи с этим трудно себе представить, чтобы мы, советские студенты, в 1980 г. протестовали против мероприятий московской Олимпиады. И не потому только, что в былой политической ситуации от подобных инициатив легко было пострадать. А потому, что нам такое просто не пришло бы в голову. А нынешняя молодежь считает это важным. И протесты еще будут, только мы их получим не там, где ожидаем.

Именно поэтому политические партии с их традиционной риторикой пока не смогли оседлать новые молодежные движения (кроме тех, которые они сами создавали), хотя в желающих недостатка нет.

¹ <<https://www.rbc.ru/society/28/04/2018/5ae47a509a7947d838964fc7>>.

Глава 8

Как обучать новые поколения студентов

Я НАЧАЛ преподавать еще студентом младших курсов, накопленный преподавательский опыт уже исчисляется десятилетиями. Тем удивительнее было обнаружить в какой-то момент, что я все меньше и меньше понимаю мотивацию современных студентов. А поскольку я в сильной степени социолог, то для меня понимание мотивации критично. Я уверен, что если ты не понимаешь мотивацию другого, то по большому счету не понимаешь ничего.

Итак, пришло новое поколение студентов-миллениалов, которые заметно отличаются от всех своих предшественников. Они другие. Что мы можем сказать об этих студентах, если не отделяться общими фразами, что они цифровые аборигены (*digital natives*)? Есть интуитивное ощущение, что учатся они как-то иначе, что их жизнь в целом устроена по-другому, что их интересы шире, чем мы бы хотели, и что их пристрастия меняются чаще, чем мы привыкли. И возникает естественный, хотя и не совсем приятный, вопрос: как учить, если ты не вполне понимаешь, кто перед тобой?

Пытаясь хотя бы частично ответить на этот вопрос, далее я вычленю некоторые характерные особенности студентов-миллениалов, определю новые вызовы, которые

они породили, а затем попытаюсь определить, что с этими вызовами можно было бы делать. Иными словами, сначала попробую поставить диагноз, а затем определить способы лечения. Хотя следует сразу же признать, что на данный момент ясно далеко не все. И лечить, скорее всего, придется не молодых, а самих себя. И если с моими коллегами-преподавателями, я полагаю, мы в большей мере сойдемся в части диагнозов, то вряд ли сойдемся в части рецептуры, тем более что однозначных рецептов в нашем деле не существует в принципе.

Во всех дальнейших рассуждениях я буду опираться не столько на исследования профессионалов в области образования, сколько на свой личный преподавательский опыт. Хотя со многими такими исследованиями удалось познакомиться, и в отдельных случаях я буду на них ссылаться. При этом я вполне осознаю, что это лишь начало разговора. Но начинать подобный разговор необходимо.

НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

Отказ от чтения сложных текстов

Начнем с общего места: в университете мы должны учить студентов думать. Здесь между нами расхождений нет. Вопрос лишь в том, как побуждать молодых взрослых людей включать мозг? Где тот самый тумблер? И какие инструменты следует здесь использовать? На протяжении десятилетий ответ, по крайней мере для социальных и гуманитарных наук, был понятен и даже тривиален: тумблером является чтение и обсуждение умных сложных текстов.

Наши более старшие поколения — люди книжной культуры, мы воспринимали и во многом продолжаем воспринимать эту жизнь через текст в его традиционном, а не нынешнем медийном понимании. И в самом деле, как можно учить кого-то социальным и гуманитарным дисциплинам

без чтения текстов? Причем именно умных и сложных текстов. Так вот, первая плохая новость заключается в том, что студенты-миллениалы почти не читают или читают слишком мало. Не то чтобы они не читают совсем, но тренд в последние годы явно негативный, и он заметен уже невооруженным глазом.

Что еще хуже, если они сподобятся что-то прочитать из рекомендованной литературы, то часто ее не воспринимают. Не в том смысле, что они глупые и не в состоянии постичь содержательные глубины, а в том, что у них отсутствует сам навык погружения в текст и работы со сложными текстовыми конструкциями. В итоге они могут вполне внятно пересказать прочитанное, но, скажем, воспроизведение логической структуры текста уже вызывает заметные трудности. Мне приходилось убеждаться в этом неоднократно.

И более глубокая проблема: студенты-миллениалы все менее способны к преодолению в отношении сложных текстов, к преодолению сопротивления тугого материала. А может быть, и к преодолению вообще, предпочитая переключаться на что-то иное. Нас (старших) в университетские годы учили не просто читать, но «прорубаться» сквозь сложный текст. Мы этому научились, привыкли к такой работе и ожидаем этого от других. Теперь этот навык утрачивается или часто не воспитывается вовсе. Сегодняшние студенты, похоже, совершенно искренне не понимают, зачем нужно «грызть гранит» текстовых нагромождений. Они хотят получить понимание сразу, в нарезанном и готовом к употреблению виде, чтобы сразу был ясен конечный смысл, да еще было ясно, к чему этот смысл прикладывать. Отсюда у них закономерно возникает стремление к разного рода упрощениям и эрзацам сложных текстов — конспектам, дайджестам, презентациям.

Тексты, которые студенты сами производят в учебных целях (эссе, контрольные и экзаменационные работы), пре-

красно высвечивают эту тенденцию. С каждым годом читать их все скучнее. Не потому, что они плохие, а потому что эти тексты кажутся все более похожими друг на друга, без явных провалов и заметных взлетов — все они воспроизводят конспекты и презентации из групповой рассылки.

Говорят, они люди визуальной культуры — им легче смотреть, чем читать или слушать. И что же, скажите, нам теперь делать — отказаться от сложных текстов и вообще от лонгридов, или давать студентам что-то покороче и попроще? А то и вовсе перейти с обычных текстов на видео? Или все-таки продолжать настаивать на чтении в каких-то более проникновенных формах? Пытаться всеми правдами и неправдами сформировать этот непростой навык?

Поиск информации вместо накопления знания

Старшие поколения гордились своими накопленными знаниями, многие вещи помнили наизусть. Много осваивалось через доступ к уникальным (часто труднодоступным) текстовым источникам. В связи с этим нам кажется, что новые поколения студентов приходят со все более низким уровнем базовых знаний и общей культуры в привычном для нас смысле — т.е. с меньшим объемом того, что прочитано когда-то, уложено в голове, освоено и запомнилось надолго.

Но дело заключается в том, что сегодня получение знания все более рассматривается не как накопление и содержательное освоение материала, а как поиск готовой к использованию информации. Я уже говорил, что современные студенты хотят всего и сразу, причем в готовом и нарезанном виде — с краткой «инструкцией по применению». Мы в свое время считали, что все самое важное понимание дается «непосильным трудом». Сегодня ситуация изменилась: лю-

бые ответы можно найти в открытом доступе за очень ограниченное время и с множеством альтернативных вариантов. А к этому можно подыскать выжимки, суммировки и дайджесты с готовыми объяснениями. Словом, «зачем учить, если можно прогуглить».

Тем более, не нужно ничего помнить. На место запоминания и формирования запаса знаний пришла работа с потоком информации. Миллениалы значительно быстрее и лучше работают с этой информацией — ее поиском, обработкой, сопоставлением. Их сила не в крепких и глубоких знаниях, а в способности гибко ориентироваться при решении самых разных задач. Но, в свою очередь, это означает, что традиционные формы работы, практикуемые в классическом образовании, у них по определению не вызывают восторга.

Добавим, что в процессе поиска во всей большей степени в работу вовлекается искусственный интеллект, который постепенно замещает профессиональную экспертизу. Поисковые машины подбирают наиболее подходящие варианты по результатам наших собственных прошлых поисков. В результате могут возникать «информационные пузыри» [Pariser, 2011], которые в тенденции способны изолировать пользователя от точек зрения, противоречащих ее/его собственным ранее сложившимся взглядам и предпочтениям.

Впрочем, применительно к преподаванию нас интересует другое. Дело в том, что в этом новом взаимодействии человека и машины происходит вымывание квалифицированных посредников-толкователей, утрата безусловных авторитетов, хранителей сакрального знания, а вместе с этим попутно падает и авторитет преподавателя как эксперта и знатока. Конечно, любой средний преподаватель владеет предметом значительно лучше среднего студента. Но знать больше, чем «знает» Интернет, все равно невозможно.

И еще одно наблюдение. Студенты-миллениалы больше не задают вопросы на лекциях. Практически совсем. А раньше студенты старших поколений задавали вопросы, пусть и не очень активно. Эта разница бросается в глаза и даже несколько смущает. Ведь формулирование содержательных вопросов — не только один из элементов вовлеченности, но одна из важных форм аналитического мышления. Сами нынешние студенты объясняют это тем, что спрашивать незачем — возникший вопрос можно прогуглить во «все-знающем» Интернете. Но кроме этого, возникает разговор о нежелании потери лица, боязни выставить себя непонятливым, глупым. Высказываются также версии про школу, где им ранее отбили всякую охоту вылезать с вопросами на уроках. Все эти причины существовали и раньше, но к столь заметному снижению активности в аудитории не приводили. Мы вроде стремимся к интерактивности, а она, наоборот, снижается.

Студенты требуют прикладных знаний

Еще один важный и не слишком простой вопрос: зачем мы учим, в чем должен заключаться результат, и что ожидается на выходе? Чего от нас требуют студенты, уже вполне понятно: они требуют прикладных знаний, чтобы их можно было немедленно применять в ближайшей перспективе. Они хотят быстрых эффектов. В связи с этим ощущается постоянное давление, направленное на дезавуирование общих теоретических дисциплин.

Понятно, что молодежь нервничает и торопится. Студенты пытаются понять, кем они станут и что им пригодится на новом поприще. Они ищут, как им кажется, наиболее простые и эффективные ходы, желают осваивать навыки, которые напрямую пригодятся в будущей занятости. Дровишек в костер подбрасывают многие не слишком умные

работодатели, почему-то требующие, чтобы выпускник приходил на рабочее место с готовыми техническими навыками, и непрестанно жалующиеся, что молодых «всему нужно обучать».

Что с этими требованиями делать, честно говоря, не очень ясно. Забросить теорию и учить одному лишь ремеслу, т.е. конкретным прикладным навыкам? Это противоречит всем нашим профессиональным представлениям. Или пытаться все-таки объяснять студентам, как и раньше, со ссылками на И. Канта или без оных, что «нет ничего практичнее хорошей теории»? И даже если мы сами в это верим (а верим ли?), то умеем ли мы подобные вещи внятно объяснить? В этом я не вполне убежден. В результате мы потихоньку уступаем давлению, сдаем позиции и скатываемся к ремеслу. Понятное дело, с неизбежными оправданиями, что, дескать, «рынок труда требует», «на это есть спрос». Оправдания находятся. В результате социология заменяется маркетингом, политология — пиаром и джиаром, психология — консультированием.

Молодым и нетерпеливым сложно объяснить, что наиболее эффективные пути не обязательно самые прямые. Что под конкретные рабочие места обучают в технических колледжах, а задача университета — готовить и выпускать думающих людей, которые смогут сориентироваться и быстро добрать любые конкретные навыки на любом рабочем месте. Но делать это все-таки надо.

При растущем прагматизме молодых людей нельзя не заметить и явное тяготение молодежи к культурным продуктам и общему (неприкладному) гуманитарному знанию, к тому, что, пользуясь выражением Ф. Джеймисона [2019], можно назвать «типовым культурным потреблением». Как уживаются эти противоположные устремления? Они уживаются вполне органично. Просто тяга к гуманитарному знанию (например, к истории) не касается, как правило,

профессиональных занятий (желания стать профессиональным историком у большинства нет), но является средством индивидуализации и собственного саморазвития во внепрофессиональной среде.

Все труднее удерживать внимание студента

Особый вызов связан с тем, чтобы удерживать ускользающее внимание студента. В прежние времена опытные преподаватели говорили, что внимание студенческой аудитории удерживается лишь в пределах 50–60 минут. Боюсь, что к сегодняшнему дню этот интервал значительно сократился. Например, международная платформа Coursera требует, чтобы в составе массовых онлайн-курсов каждый записанный фрагмент не превышал 15 минут, и, видимо, это правильно. Вопрос стоит весьма остро, потому что без вовлеченности студента в процессе образования нам многого не добиться. А удержать внимание становится все сложнее, и не потому, что мы преподаем неинтересно (хотя и такое нередко встречается), а потому, что студенты сидят в гаджетах.

Это, конечно, не вопрос одного лишь образования, проблема намного шире, но в образовательном процессе она ощущается наиболее болезненно. Выше я уже говорил о том, что, по моему мнению, главная болезнь XXI века — это раздрганность сознания с постоянными отвлечениями и переключениями, с хронической неспособностью концентрироваться на чем-то одном и неспособностью погружаться во что бы то ни было на относительно продолжительное время. Мы все привыкли делать по два-три дела одновременно, практикуя параллельное выполнение множественных задач (multitasking) и пытаясь всячески экономить время. И все попадаем в одну и ту же нехитрую ловушку. Достигаемые нами сиюминутные количественные выигрыши впоследствии оборачиваются куда более крупными качественными потерями. Мы экономим время, но при этом теряем Смысл.

Я уже не говорю о том, что сплошь и рядом проявляется элементарное неуважение к другим людям: с тобой пытаются говорить, а ты сидишь в гаджете, и это стало чуть ли не совершенной нормой. Но это непосредственно затрагивает и процесс образования. При постоянном рассредоточении внимания любое обучение превращается в выхватывание кусков здесь и там и в итоге вырождается в чистую потерю времени. По данным исследований, давно отмечено, что параллельное выполнение множественных задач, помимо потери концентрации, приводит и к когнитивным перегрузкам [Rubinstein, Meyer, Evans, 2001]. Все это имеет серьезные последствия и для процесса обучения, потому что приводит к фактической неспособности чему-либо учиться.

Оговоримся, что всегда есть определенное количество студентов, которых не интересует ничего или почти ничего, но в данном случае речь не о них, я говорю о мотивированных студентах. Они тебя вроде бы слушают, и, кажется, им это даже интересно. Но все равно они не с тобой — они и в аудитории, и еще где-то. Использование гаджетов сегодня даже трудно рассматривать как проявление незаинтересованности, скорее, это прогрессирующая форма зависимости.

Но, может, гаджеты используются для учебных целей? И доступ к Интернету во время аудиторных занятий расширяет возможности для более эффективного обучения — например, поиска дополнительной информации? Полагаю, что подобный наивный взгляд всерьез разделяют немногие. Но все же целесообразно посмотреть на результаты научных исследований, пусть даже и проведенных пока в другой стране.

Исследователи Мичиганского государственного университета в течение семестра отслеживали интернет-трафики 84 студентов во время их нахождения на аудиторных занятиях. Выяснилось, что в среднем студенты

(которые знали о трекинге и пошли на него добровольно) почти половину аудиторного времени (примерно 40 из 100 минут) использовали Интернет для целей, никак не связанных с обучением, — сидели в социальных сетях, проверяли электронную почту, совершали онлайн-покупки, знакомились с новостями, общались в чатах, смотрели видео или играли в видеоигры. При этом на то, что как-то было связано с обучением в данном классе, они тратили в Интернете менее пяти минут (т.е. девятую часть времени, проведенного онлайн). Исследователи установили значимую обратную связь между временем, проведенным в Интернете во время занятий, и результатами итогового экзамена. Особенно негативно на итоги обучения влияло посещение социальных сетей (самое распространенное из перечисленных выше занятий). Так что использование гаджетов успехам в обучении никак не способствовало. Добавим, что в дополнение к 40 минутам в Интернете студенты еще 27 минут в среднем проводили в своих смартфонах (мессенджеры и проч.). Таким образом, 67 из каждых 100 минут занятий можно было сразу вычеркивать [Maу, 2017].

Кстати, и столь характерная для нынешних студентов склонность к прокрастинации (откладыванию важных дел и решений) тоже не сводится только лишь к проявлению традиционной лени (хотя куда же без нее), но все более становится проявлением смысловой дезориентации.

Студенты все активнее борются
за свои права

Студенты всегда боролись за свои оценки — и за то, чтобы уйти от «неудов», и за то, чтобы повесить положительную оценку. Но если раньше они «клянчили», то теперь «вынимают душу» из преподавателей, причем это движение при-

нимает все более массовый характер. Цепляются за любую мелочь, проявляя все бóльшую настойчивость.

Все чаще направляются жалобы администрации университета, в том числе коллективные обращения. Это жалобы на отдельных преподавателей, несправедливо поставленную оценку или, все чаще, на несоблюдение установленных самим же университетом правил.

Совершаются и попытки вывести обращения на публичный уровень через массовые репосты в социальных сетях или даже на уровень публичного («политического») протеста в виде митингов или оккупирования университетских пространств. И как водится в критических ситуациях несогласия (в терминологии Л. Болтански и Л. Тевено), действиям сразу же придается моральная оценка в терминах «справедливости» и «несправедливости». При этом поведение самих студентов зачастую не страдает строгим соблюдением этических норм (прежде всего в социальных сетях, в обычном общении неэтичного поведения на порядок меньше).

Пока речь идет о единичных случаях, но в будущем их число может возрасти. Характерно то, что если раньше для выражения недовольства, помимо обычных индивидуальных обращений, использовались разного рода представительские (в том числе выборные) организации, например, студенческие советы, то сегодня все чаще используются горизонтальные (сетевые) формы организации. Они могут иметь неформальных лидеров, пытающихся сделать на этих акциях свой начальный политический капитал, но могут быть проявлениями спонтанной самоорганизации.

Назревают и новые тренды, один из которых будет связан с повышенной чувствительностью к случаям харассмента в отношениях между преподавателями и студентами и проявлениям сексизма в аудитории и за ее пределами. Будут нарастать и более широкие требования в отношении кодексов этического поведения, которые должны рас-

пространяться не только на студентов, но и на сотрудников университета.

Во всем этом есть и свои явные плюсы — и администрация университета, и преподаватели должны вести себя более ответственно, устанавливая более разумные правила и действительно следуя установленным правилам. А кроме того, придется думать о новых формах коммуникации со студенчеством.

НЕКОТОРЫЕ ОТВЕТЫ

Учить академическим навыкам

Теперь перейдем к сакраментальному вопросу: «Что делать?», не претендуя на то, что готовые ответы лежат у нас в кармане.

Прежде всего, нужно понять, зачем нужен университет. Его цель — не нагружать студентов информацией, которая и без того в избытке и которую студенты найдут без нас и быстрее нас. Университет призван помочь обрести интерес и смысл (которые сегодня так легко утратить), пробуждать и поддерживать этот интерес в течение какого-то времени — а учиться студенты должны сами (в том числе и по окончании университета). Но для того чтобы движение саморазвития состоялось, нужно человека подтолкнуть и направить. Дальше, если человек к этому склонен, такое движение наберет свою собственную позитивную инерцию. В этом смысле университет представляет собой искусственно сконструированную среду, которая тренирует, готовит человека к самостоятельной профессиональной и личной жизни во внешнем («реальном») мире.

Из этого взгляда, если мы его разделяем, вытекают важные следствия. Несмотря на то что большинство студентов никогда не станут нашими коллегами по академическим занятиям и уйдут в разного рода практическую деятельность,

мы все равно должны учить их академическим навыкам, я не боюсь этого слова — именно академическим. Просто мы должны их понимать не как специфические навыки (*specific skills*), которыми оперирует профессиональный исследователь, а как дженералистские навыки (*general skills*), т.е. навыки, которые востребованы практически в любых профессиональных видах деятельности.

О каких навыках идет в данном случае речь? Это, во-первых, наработанное умение содержательного, или критического (что, в общем, одно и то же) мышления. Во-вторых, способность к эффективной и в то же время корректной коммуникации, без перехода на личности, способность слушать и воспринимать чужие мнения вместо глухого отставания собственной правоты, с чем не только у молодых, но и у взрослых, как известно, не очень гладко. В-третьих, умение обнаруживать важные проблемы и умение их решать. Ибо теоретическая работа — это не какие-то абстрактные рассуждения, а в первую очередь попытки рационального объяснения непонятных вещей. В-четвертых, готовность преодолевать сопротивление материала, т.е. настойчиво бить в одну точку, пока не докопаешься до смысла. В-пятых, умение работать по четким, воспроизводимым процедурам, которые отличают исследование от обычной болтовни.

Сами мы верим в то, что перечисленные навыки важны для любого содержательного дела. Осталось лишь убедить в этом студентов. Объяснить им, что это важнее методов брендинга и программирования на Python (хотя эти знания, разумеется, тоже не помешают). Удастся ли нам решить эту задачу? Увы, сомнения на этот счет меня не покидают.

Подгружать социальные ресурсы

Перейдем к традиционной проблеме трансляции знания. Эта проблема настолько избита, что оригинальным здесь быть в принципе невозможно. Но и обойти ее вовсе никак

нельзя, тем более что несмотря на обильные умные рассуждения про неэффективность односторонней трансляции знания, проблема практически никак не решается.

Мы, преподаватели, слишком сроднились с традиционной ролью говорящих голов. Несмотря на некоторые попытки впрыскивания доз интерактива, наши лекции остаются структурированными монологами. В полумонологи превращается и значительная часть семинарских занятий. Только в качестве авторов монологов выступают студенты-докладчики. Всем скучно, включая самого преподавателя, который слышит это в сотый раз, аудитория засыпает.

Есть и более общий вопрос. Например, на протяжении многих лет я сам считал, что главное — это правильно и грамотно выстроить логическую структуру курса и на высоком уровне подать его содержание. С одной стороны, такое видение оправдано, потому что мы опычнее обучающихся, мы заведомо лучше знаем свой предмет, нам столько хочется всего рассказать. И вообще, мы слишком погружены в себя и в свои понимания. Поэтому мы делаем то, что сами считаем важным и интересным, ибо, как нам кажется, мы хорошо знаем, что именно важно. И это тоже правильно, потому что если излагаемое тобой содержание неинтересно тебе самому, оно не будет интересно другим. Но с другой стороны, не покидает какое-то смутное ощущение, что твой интерес — это необходимое, но недостаточное условие. И возникает неизбежный вопрос: а что из того, что ты пытаешься донести, студентами воспринимается, а что отсеивается?

На концептуальном уровне все правильные ответы в принципе известны. Стало общим местом понимание того, что осваивается только то, что ты сделал сам, и только то, что ты самостоятельно продумал, проговорил, прописал. Поэтому требуется, по выражению Д. Коэна, подгрузка социальных ресурсов [Коэн, 2017]. И здесь перед нами,

по сути, стоит две задачи. Во-первых, нужно обеспечить включенность студентов, чтобы они занимались не пассивным потреблением знания, а его самовоспроизводством, т.е. включали мозг. И во-вторых, нужно умножать и разнообразить разного рода обратные связи — как от братьев-студентов, так и от преподавателей. Иными словами, нужно стимулировать самостоятельную работу студентов, не сводимую к выполнению рутинных домашних заданий, повышать уровень их вовлеченности (подробнее о вовлеченности студентов и ее связи с развитием критического мышления см., например: [Щеглова, Корешникова, Паршина, 2019; Astin, 1984]).

Конечно, здесь требуются новые подходы к организации преподавания и образовательного процесса в целом. Одним из выходов является организация разных форм проектной работы, когда студент или группа студентов призваны сами решить какую-то задачу. Пусть эта задача будет скромной и локальной, но она выбрана ими самими, будет обдумываться своей головой и выполняться своими руками. Ты не просто слушаешь какого-то дядю и читаешь чужие тексты с непонятными целями. Ты слушаешь и читаешь, понимая, зачем это нужно — для того чтобы реализовать свой собственный проект. Попутно ты коммуницируешь с другими студентами, получаешь фидбеки от преподавателей.

В Высшей школе экономики подобные проектные формы используются давно, в последние годы они стали обязательной частью процесса, их удельный вес серьезно расширен. Но утверждать, что проблема решена, я бы не стал, мы от этого еще слишком далеки. И вообще, заниматься упомянутой подгрузкой социальных ресурсов — значит серьезно усложнять себе задачу, сходить с привычных рельсов. И естественно, к этому многие из нас психологически не готовы.

Надо ли развлекать студентов

Поколение студентов-миллениалов уже давно и весьма часто характеризуют как разочарованное поколение, и немалая часть разочарований связывается с процессом образования [Oblinger, 2003]. В связи с этим мы все (или почти все), кажется, уже вполне осознали, что нельзя в эпоху Интернета «долдонить» раз и навсегда выверенный материал по учебникам. И следует всячески развивать интерактивные формы обучения. Впрочем, это было понятно и раньше. Но что из этого следует на практическом уровне?

Нужно ли вообще все занятия переводить в интерактивные, а еще лучше — в игровые форматы? Действительно, игры более занимательны и, вполне возможно, вовлекут студентов в процесс в большей степени, чем традиционные лекции и семинары. Занятия проходят быстрее и веселее. Но остается вопрос: что они выносят из этих игр?

Игры сами по себе отличная вещь, но лишь как одна из форм образования. Нужно все-таки доносить какое-то содержание до студенческих голов и другими способами, ведь для любой игры тоже нужен какой-то материал, чтобы она не превращалась в чистую «трепотню». Так что вопрос о роли игр в образовательном процессе остается открытым — и в своей общей постановке, и в части конкретных приемов и методов, которые следует здесь применять.

«Пока не существует адекватных исследований, показывающих, как должны быть устроены игры, которые стимулируют углубленное обучение <...>. Мы не имеем в виду, что образовательные игры не могут быть эффективными. Мы просто ставим под сомнение предположение о том, что очевидная популярность игр в повседневной жизни означает, что их можно напрямую и без всяких проблем внедрять в образование» [Bennett, Maton, Kervin, 2008, p. 779].

Демонстрировать образцы собственной деятельности

Отдельный вопрос: как учить студентов ремеслу? Ведь профессия связана не только с размышлением, но и с практическими навыками (ремеслом), и понятно, что стандартные учебники здесь уже не работают или работают только лишь как отправная точка.

В связи с этим сделаю еще одно очевидное предположение: следует не рассказывать о ремесле, а показывать образцы профессиональной деятельности. При этом лучше всего не чужой деятельности, хотя проанализировать работу какого-то признанного Мастера всегда полезно. Но все-таки в процессе обучения лучше, если преподаватель показывает образцы собственной профессиональной работы, потому что в свою работу каждый погружен более плотно, знаком со всеми нюансами, весь процесс пропущен через себя, и потому демонстрация таких образцов полезнее для слушателей. Кстати, именно по этой причине коллега, который не проводит собственных исследований (если только он не практик), не может быть по-настоящему хорошим преподавателем. И разубедить меня в этом никогда не удастся. Ему/ей просто нечего рассказать «от первого лица».

Признаюсь, раньше я относился весьма сдержанно к демонстрации результатов собственных исследований, считая это слишком простым делом и заведомо сильным сужением трактуемого предмета, ведь наши исследования, как правило, конкретны и покрывают лишь незначительные части обсуждаемой темы. К сегодняшнему дню я изменил свое мнение и каждый год читаю магистрам целый семестровый курс, основная часть которого состоит из кейсов наших собственных исследований, выполненных на совершенно разные темы и для разных заказчиков.

Впрочем, опыт подсказывает, что простого рассказа о собственных трудах все же недостаточно. Дело в том, что

мы привыкли показывать готовый аналитический или исследовательский результат. Фактически мы идем по готовым публикациям, благо уже многое наработано и обнародовано. И это само по себе неплохо — иметь за спиной готовые тексты для подкрепления. Но, видимо, этого недостаточно. Готовые результаты могут быть скучны и не столь поучительны. А многочисленные детали и цифры и вовсе никому не требуются. Нужно пытаться «распаковывать» свою деятельность, демонстрировать сам процесс поиска, его логику, пройденные развилки. Иными словами, следует показывать кухню исследования со всеми ее потрохами, с неизбежными упрощениями и недочетами, досадными ошибками, которых редко удастся полностью избежать. Именно это может в большей степени продвигать молодых коллег в понимании сути и характера нашего ремесла. Конечно, готовое блюдо всегда выглядит более привлекательно, чем процесс его приготовления. И понятно, что докладывать о собственных достижениях легко и приятно, а препарировать собственную деятельность, во-первых, неприятно (никогда не хочется рассказывать о собственных недостатках), а во-вторых, мы просто к этому не привыкли. Это даже не вопрос исследовательской честности и открытости, а вопрос методологии. Мы чаще всего не умеем это делать, у нас такие рассказы, как правило, не выстроены (и у меня в том числе).

Пробовать новые формы

Я думаю, что нет каких-то идеальных форм преподавания. Скорее, нужно, не западая на какую-то одну излюбленную форму, варьировать их, давая возможность студентам сформировать разные навыки.

Например, вопрос не в том, нужны или не нужны лекции. Просто лекции должны быть разными. И столь же праздным кажется вопрос, правомерно ли организовывать занятия

в виде игровых практик. Требуется множественность форм организации и всяческое комбинирование этих форм. Нарративы должны сочетаться с обсуждением, письменные тексты с видео, чужой опыт с самостоятельной работой, офлайн-общение с онлайн-коммуникацией. И следует вводить разные новые формы, пробовать разные варианты.

Приведу пример такой эволюции форм, применяемых на семинарских занятиях по экономической социологии, из собственного преподавательского опыта (не считая, разумеется, его идеальным).

Все начиналось с традиционных семинаров, где студенты пересказывали содержание прочитанных текстов. И нужно сказать, во многих случаях всем было откровенно скучно. Делая первый шаг, я попросил студентов вместо пересказа раскрывать логическую структуру текста, чтобы вытащить их из привычной колеи. Такого рода анализ текстового материала достаточно сложен, и в целом могу сказать, что он «не пошел», студенты все равно соскальзывали в колею, сбиваясь на пересказы.

Вторым шагом стало выдвижение оппонентов, которые должны были проблематизировать и сам текст, и сказанное докладчиком (разумеется, без огульной критики). Это внесло некоторое оживление, но дело тоже пошло не слишком бодро.

Совершая третий шаг, я начал менять содержание обсуждаемых текстов. От статей, характеризующих общее состояние дисциплины или какого-то исследовательского направления, я перешел к статьям, которые пытаются решить какую-то проблему. По каждой теме были предложены связки из двух текстов — первый был посвящен теории, второй — эмпирическому анализу. Полагаю, что это неплохое, хотя и частичное решение.

Четвертый шаг заключался в том, что к каждому тексту были сформулированы три ключевых вопроса. И докладчик должен был вместо пересказа текста с его помощью отве-

тить на эти вопросы. Помимо прочего, это помогает студентам лучше понять, зачем написаны обсуждаемые тексты и зачем, собственно, их нужно читать. Хотя, честно говоря, и здесь революции не произошло.

На пятом шаге были введены еженедельные домашние задания, для выполнения которых каждый студент должен был письменно кратко ответить на один неоднозначный вопрос по обсуждаемой теме. На семинарах мы обсуждаем отдельные такие задания. В целом это неплохое дополнение к самостоятельной работе студентов.

Шестой логический шаг, предпринятый уже в магистратуре в курсе по социологии рынков, состоял в отказе от обсуждения текстов и переходе к самостоятельным рассказам студентов о каком-то известном им или изучаемом ими рынке (сегменте рынка). Стало намного интереснее, кейсы были самые разнообразные — от рынка медицинских протезов до рынка гражданской авиации. Хотя понятно, что сами рассказы были не слишком хорошо структурированы.

Это побудило на седьмом шаге перейти от рассказа о каком-то известном рынке к подготовке и презентации собственного мини-исследования, т.е. подготовить свой письменный кейс по заданной четкой структуре. Кейс можно было готовить индивидуально или объединяясь в микрогруппы из двух-трех человек. В процессе подготовки происходило публичное обсуждение сначала проекта будущего кейса (2–4 страницы по четкой структуре из десятка заданных пунктов), а затем и драфта самого исследования. Такая проектная работа, хочется верить, интереснее и полезнее традиционного одностороннего вещания со стороны преподавателя (хотя полностью его не заменяет). Попутно это позволило отказаться от итогового экзамена — его заменили тексты самостоятельно подготовленных кейсов.

Наконец, делая восьмой шаг, на семинарах мы перешли от привычного закрытого обсуждения к открытым дебатам.

Студентам за неделю предлагался вопрос, не имеющий простого и однозначного решения. Причем этот вопрос был непременно связан с какой-то насущной проблемой, над которой бьются реальные участники и регуляторы рынка. Студенты добровольно рекрутировались в две мини-группы (до трех человек). И эти группы занимали прямо противоположные позиции в отношении решаемого вопроса. Каждая должна была подобрать аргументы и факты, чтобы объяснить и отстоять свою позицию, по возможности не теряя при этом объективности. Обсуждение же организовывалось в форме дебатов/баттлов, которые с недавнего времени стали вполне привычной формой. Не думаю, что полный успех достигнут и это конец истории. Скорее, предстоит думать о каких-то новых формах на будущее, в том числе о более активном использовании в аудитории видеоряда.

Замечу, что все перечисленные формы — это лишь вариации традиционных занятий. Множество новых возможностей открывается с появлением новых технологий, включая использование разного рода коллаборативных платформ, которые эти занятия могут существенно изменить.

Переводить ли курсы в онлайн

Развитие онлайн-образования превратилось в одну из самых модных и горячо обсуждаемых тем, имеющую множество сторонников и противников. Я считаю, что этот тренд уже не остановить, джинн выпущен из бутылки, и затолкать его обратно все равно не удастся. Множится число онлайн-курсов, за ними следуют онлайн-специализации и целые программы с выдачей дипломов. Число слушателей уже измеряется многими миллионами и возрастает чуть ли не по экспоненте. Но, на мой взгляд, преимущества онлайн-образования все же не следует абсолютизировать, к нему лучше относиться трезво, видеть возможные плюсы (которые еще предстоит реализовать) и неизбежные ограниче-

ния. Летом 2015 г. я сам записал свой онлайн-курс «Экономическая социология», так что в определенной мере могу судить, опираясь в том числе и на собственный опыт¹.

Прежде всего предложения в части онлайн-образования должны зависеть от характера решаемых задач. Одно дело, если мы работаем на периферию, наподобие открытого университета, и наши курсы предназначены для широкого круга интересующихся, для домохозяек, раздвигающих свой кругозор, или для региональных университетов, в которых не хватает квалифицированных преподавателей. Другое дело, если это уготовлено для собственных образовательных программ и речь идет об элитном образовании.

Во втором случае сплошной перевод всего и вся в онлайн-формат вряд ли уместен. Речь идет в первую очередь о лекционных курсах, читаемых на больших потоках, где интерактив по определению невозможен, и на базовых стандартизованных курсах, не требующих постоянного обновления. Что же касается малых потоков, где лекции могут ничем не отличаться от семинаров, и специализированных дисциплин, требующих постоянного обновления, то их перевод в онлайн может оказаться нецелесообразным или по крайней мере не относиться к числу приоритетов.

Можно условно разбить образовательный процесс на четыре основных элемента: транслирование корпуса исходных знаний — обсуждение и мотивирование студентов — самостоятельная работа студентов — оценивание результатов. Из них в онлайн можно смело переводить первый элемент (транслирование знаний) и, при условии автоматизации рутинных операций, четвертый элемент (оценивание).

² Курс поддерживается на глобальной платформе Coursera (<https://www.coursera.org/learn/econom-sociology>) и на российской Национальной платформе открытого образования (<https://openedu.ru/course/hse/ECSOC/>).

Кроме того, чтобы достичь успеха, при внедрении онлайн-образования должны соблюдаться как минимум три непрременных условия. Первое условие: необходимо вводить формы контроля над просмотром онлайн-курсов (нравится это или нет, но, скорее всего, в виде стандартизованных заданий или тестов). Сегодня нередки жалобы на плохое посещение студентами обычных лекций. Но откуда возникает уверенность, что студенты будут смотреть их онлайн? Просто потому, что им это удобнее? Несомненно. Но без дополнительного контроля те же самые студенты и здесь начнут «оптимизировать».

Второе условие связано с необходимостью организации виртуального общения между студентами и преподавателями и, что еще более важно, между самими студентами. Именно здесь таятся дополнительные возможности для подгрузки тех самых социальных ресурсов. Обсуждение в Интернете в принципе может быть намного более активным и продуктивным, нежели в классе при общей ограниченности времени и разной склонности студентов к публичным обсуждениям. Сам же по себе, без дополнительных усилий, перевод лекций в онлайн-формат не повышает, а снижает возможность интерактива.

Третье условие достижения эффективного результата — необходимость организации очного обсуждения. Участники процесса должны регулярно встречаться лицом к лицу, виртуальное обсуждение (сколь угодно интенсивное) этого ценного опыта не заменит. Иными словами, я убежден, что подлинное качество может обеспечить лишь смешанное обучение (blended learning), ценность заочных форматов всегда была сомнительна, и новые технологии полностью разрешить эту проблему не в состоянии.

Таким образом, простое совершение технической операции по переводу офлайн-занятий в онлайн само по себе ничего не даст, кроме некоторых дополнительных

удобств для студентов и незначительной экономии ресурсов для университета. Без перестройки сопровождения, перехода к идеологии перевернутых классов в том или ином виде приращения качества не будет. Но именно здесь пока сохраняется множество неясностей. Многие преподаватели к этому не готовы психологически и профессионально — не хотят или просто не знают, что делать. Поэтому основная проблема здесь лежит не на стороне студентов, а на стороне преподавателей.

Добавим, что слишком форсировать перевод курсов в онлайн рискованно. «Отстой» в аудитории виден ограниченному числу студентов, а «отстой» в Интернете виден всем и способен быстрее повредить репутации заведения. Поэтому, как и в любом другом новом деле, здесь нужны тщательный отбор и селективные стимулы для наиболее способных авторов.

Что делать с гаджетами

В заключение еще об одной преподавательской боли — использовании гаджетов. Характерная история: ты к студентам с умным продвигающим вопросом и новомодными методическими приемами.., а они в гаджетах. Что в этой ситуации делать? Большинство коллег скажет, что ничего уже поделать нельзя. Игра проиграна.

Другие, более креативные, скажут: давайте превратим нужду в добродетель — раз уж они не выпускают из рук эти гаджеты, будем их использовать в процессе обучения. Раз они не выходят из онлайн, давайте застигнем их врасплох, зайдем через «заднее крыльцо» и через онлайн захватим их ускользающее внимание.

Я тоже попытался пойти по этому пути. Пару лет назад я начал использовать Mentimeter (www.mentimeter.com) — интерактивную онлайн-программу, где студентам в ходе лекции задаются вопросы по обсуждаемым темам с альтер-

нативными ответами. Они кликают подходящие варианты, и их ответы немедленно выводятся на экран. Поскольку в моем случае речь идет о социологах, подобные действия для них более чем привычны.

Каковы итоги использования этой программы? Думаю, есть некоторые позитивные результаты: примерно половина аудитории действительно кликала, и им это даже нравилось. И я этот опыт продолжаю. Но сказать, что это решение поставленной проблемы, я тоже не могу.

И тогда я принял другое (менее популярное) решение — о том, что на ряде аудиторных занятий и смартфоны, и компьютеры убираются с глаз долой. Начал с магистров, затем частично перенес эту практику в бакалавриат. Предварительно объяснял студентам, зачем я это предлагаю, заручился их согласием.

И... ничего страшного не случилось. Оказывается, студент-миллениал вполне может вытерпеть более часа, не заглядывая в экран и не отвечая на бесконечные месседжи. А внимание неизбежно выросло — раз невозможно заняться привычными текущими делами, приходится в большей степени включаться в процесс занятий.

Я даже полагаю, что подобные упражнения полезно производить не только для завоевания внимания студентов. Это также своего рода digital detox, практика временного очищения в нашем чрезмерно токсичном мире. И университет может стать местом для подобного очищения. Пусть даже и временного...

Я знаю, что не все последуют этому примеру, но я точно не останусь в одиночестве.

Например, по данным опроса ВЦИОМ в 2018 г., «большинство россиян (83%) считают, что личные телефоны и смартфоны мешают школьникам учиться <...>. Среди родителей детей школьного возраста эта доля составляет 80%. Три четверти опрошенных (73%) поддерживают

идею о запрете использования смартфонов и других гаджетов во время занятий. По мнению 69% наших сограждан, благодаря подобным ограничениям использования электронных гаджетов в школах, дети станут лучше учиться» [ВЦИОМ, 2018в].

Полагаю, что в отношении обучения студентов цифры вряд ли будут сильно отличаться.

Я осознаю, что запреты сами по себе тоже не решают проблему. И со временем гаджеты могут вернуться в аудиторию — когда на своих занятиях мы начнем активнее использовать разные коллаборативные платформы. Но тогда их наличие на столах будет иметь четкое предназначение.

Что дальше? Вместо заключения

СНАЧАЛОМ нового тысячелетия в России произошел социальный перелом, который улавливается во множестве разнообразных признаков при сравнительном анализе нового поколения молодых взрослых с предшествующими поколениями. Анализу социальных изменений через призму межпоколенческого анализа и посвящена данная книга. Завершая изложение, мы ограничимся несколькими краткими суждениями по поводу дальнейших действий.

Первое вызвано тем, что меня не покидает ощущение постоянного отставания (к сожалению, столь характерного для социальных наук): мы еще не успели толком понять изменения, сопряженные с приходом поколения миллениалов, а уже вплотную подступает новое поколение Z (центициалы). И нам пророчат по меньшей мере новую революцию. Я полагаю, что взросление центиниалов действительно приведет ко многим изменениям, но, скорее, речь пойдет об ускорении и умножении ранее возникших процессов. Колесо завертится еще быстрее. Но механика его движения уже в значительной мере определена.

Иными словами, в противовес тому, что мы сегодня слышим, в следующем поколении — центиниалов, или поколения Z, думаю, столь серьезного перелома уже не будет.

Многое из представленного нами анализа окажется релевантным и для этого поколения. Ясно, что поколение Z уже в пеленках (точнее, в памперсах) спит с гаджетами, но это не качественный сдвиг, это доведение до некоего предела того, что возникло ранее, привнесено миллениалами — этим первым цифровым поколением. Хотя множественные подвижки, конечно, произойдут. И предвкушение прихода нового поколения, которое начало выходить из подросткового возраста, уже появилось.

Второе суждение касается эмпирических результатов. С этой точки зрения данную книгу можно рассматривать не только как попытку первого систематического знакомства с поколением миллениалов, но и как программу будущих эмпирических изысканий. При этом от будущих исследований ожидается совершение нескольких важных шагов. Во-первых, многие вопросы остаются неисследованными и сформулированными на уровне обыденного опыта и личной интуиции. Мы надеемся, что они будут изучены эмпирически — с помощью и количественной, и качественной методологии. Во-вторых, в эмпирической части напрашивается более подробное изучение отдельных областей и признаков, переход от движения «вширь», предпринятого в нашем исследовании, к погружению «вглубь» отдельных наиболее важных тем. В-третьих, предстоит решать проблему идентификации и выявлять эффекты поколений более строго при тщательном контроле возраста и периода времени. В-четвертых, ожидается самостоятельный и подробный статистический анализ множественных факторов, влияющих на межпоколенческие различия. И наконец, в-пятых, будут предлагаться все новые и новые содержательные объяснения межпоколенческих сдвигов и переломов ранее возникших тенденций.

И последнее. Мы отдаем себе отчет в том, что представленные выше исследовательские результаты и размышления — не более чем взгляд внешнего заинтересованного

наблюдателя, попытка рационального понимания без вчувствования и проживания в личном опыте, стремление уловить различия между молодым и собственным поколениями и построить картину на множественных контрастах между ними. С одной стороны, дистанция от объекта предоставляет дополнительные ресурсы для понимания. Когда ты не погружен, тебе легче проводить различения, подмечать особенные черты. С другой стороны, претензии внешнего наблюдателя на понимание всегда объективно ограничены. И у поколения молодых взрослых, по всей вероятности, возникнут альтернативные интерпретации и «своя правда». Некоторые наши интуиции могут не оправдаться или оказаться не столь важными. В любом случае, мы не претендуем на истину в последней инстанции, скорее, пытаемся поставить вопросы.

Времена изменились — в этой банальной сентенции заключена, по сути, основная идея данной работы. И нам, представителям старших поколений, хотим мы этого или нет, придется осознать эти изменения, изучать новую реальность и жить в этой новой реальности.

ЛИТЕРАТУРА

- Блинова Т.В., Вяльшина А.А.* (2016). Молодежь вне сферы образования и занятости: оценка сельско-городских различий // Социологические исследования. № 9. С. 40–49.
- Борисова У.С., Винокурова Е.П.* (2016). Современные досуговые предпочтения сельской молодежи // Общество: философия, история, культура. № 8. С. 91–95.
- Бочавер А.А.* (2016). Почему подростки не спешат взрослеть. <<https://iq.hse.ru/news/202366945.html>>.
- Бочавер А.А., Жилинская А.В., Хломов К.Д.* (2016). Перспективы современных подростков в контексте жизненной траектории // Современная зарубежная психология. Т. 5. № 2. С. 31–38.
- Бурдые П.* (1998). Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 1. № 2. С. 44–59.
- Вишняевский А.Г.* (отв. ред.). (2006). Демографическая модернизация России, 1900–2000. М.: Новое издательство.
- Властовский В.Г.* (1976). Акселерация роста и развития детей. М.: Изд-во МГУ.
- Волкова Т.В.* (1988). Акселерация населения СССР. М.: Изд-во МГУ.
- Волков Д.* (2018). Отцы как дети и дети как отцы. М.: Центр Юрия Левады. <<https://www.levada.ru/2018/09/ottsy-kak-deti-i-deti-kak-ottsy/>>.
- Волонтерство в России (2014). Информационно-аналитический бюллетень о развитии гражданского общества и некоммерческого сектора в РФ. № 1. М.: Центр исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ.
- Воронков В.М.* (2005). Проект «шестидесятников»: движение протеста в СССР // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России / под ред. Ю.А. Левады, Т. Шанина. М.: Новое литературное обозрение. С. 168–200.
- ВЦИОМ (2018a). Высшее образование: путь к успеху или лишняя трата времени и денег. <<https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/social-problems/education-skills/article/vysshee-obrazovanie-put-k-uspekhu-ili-lishnjaja-trata-vre>>.

- ВЦИОМ (2018б). Профессиональная карьера современной молодежи: оценки ситуации. <<https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/religion-lifestyle/age-problems/article/professionalnaja-karega-sovremennoi-molodezhi-ocenka>>.
- ВЦИОМ (2018в). Смартфоны в школах: запретить нельзя оставить? <<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9320>>.
- Глотов М.Б. (2004). Поколение как категория социологии // Социологические исследования. № 10. С. 42–49.
- Година Е.З. (2017). Популяционные различия в показателях роста и развития детей и подростков России и сопредельных стран: факты и интерпретации // Генетика популяций: прогресс и перспективы. Материалы Международной научной конференции, посвященной 80-летию со дня рождения академика Ю.П. Алтухова (1936–2006) и 45-летию основания лаборатории популяционной генетики им. Ю.П. Алтухова ИОГен РАН. М.: Ваш Форум Москва. С. 65–66.
- Гольман Е.А. (2014). Новое понимание здоровья в политике и повседневности: истоки, актуальные направления проблематизации // Журнал исследований социальной политики. Т. 12. № 4. С. 509–522.
- Гражданское участие в российском обществе. По результатам проекта ФОМ-СОЦ Фонда «Общественное мнение». М.: Фонд «Общественное мнение», 2014.
- Гудков Л.Д. (2007). «Советский человек» в социологии Юрия Левады // Общественные науки и современность. № 6. С. 16–30.
- Гудков Л.Д. (2016). Повесть о советском человеке // Ведомости. 28 декабря. <<http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/12/28/671519-povest-0-sovetkom>>.
- Давыдов С.Г., Логунова О.С. (2016). Потребление сервисов мобильной телефони в российском южном селе // Вестник РГГУ. Сер. История. Филология. Культурология. Востоковедение. № 2. С. 136–147.
- Делойт (2017). Опрос поколения третьего тысячелетия за 2017 год. Обзор основных результатов исследования. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/about-deloitte/deloitte_millennials_russia_report%202017_rus.pdf>.
- Джеймисон Ф. (2019). Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма / пер. Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Олейникова. М.: Изд-во Института Гайдара.
- Доклад о наркоситуации в Российской Федерации в 2017 году (2018). М.: Государственный антинаркотический комитет. <<http://objects.antiprop.ru/narkotiki04/090931.pdf>>.
- Дяченко А. (2019). Почему молодежь массово увольняется с работы. <<https://takprosto.cc/prichiny-uvolneniya-s-raboty/>>.
- Емельянов Н.Н. (2018). Парадокс религиозности: откуда берутся верующие? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. № 2. С. 32–48.
- Жамсуева О.С. (2013). Досуг сельской молодежи на современном этапе развития общества // Вестник Бурятского государственного университета. № 14. С. 124–128.
- Зарубина Н.А. (2016). Молодежь в условиях анонии: кто примет ответственность за будущее России? // Общественные науки и современность. № 2. С. 52–63.

- Засимова Л.С., Колосницына М.Г.* (2011). Формирование здорового образа жизни у российской молодежи: возможности и ограничения государственной политики (по материалам выборочных исследований) // Вопросы государственного и муниципального управления. № 4. С. 116–129.
- Зудина А.А.* (2019). «Не работают и не учатся»: молодежь NEET на рынке труда в России // Мир России. № 1. С. 140–160.
- Ибрагимова Д.Х.* (2014). Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996–2010): теоретико-методологические основы исследования // Экономическая социология. Т. 15. № 2. С. 99–118.
- Иванова Е.И.* (2012). Проблема поколений и воспроизводство населения: теоретические подходы и реальность // Социологические исследования. № 4. С. 42–53.
- Ильин В.И.* (2007). Быт и бытие молодежи российского мегаполиса. Социальная структура повседневности общества потребления. СПб.: Интерсоцис.
- Ильин В.И.* (2010). Российская глубинка в социальной структуре России // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 13. № 4. С. 25–47.
- Кажаева Т.И.* (2011). Статистический анализ потребления сельским населением Оренбургской области услуг учреждений культуры // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. № 1. С. 108–110.
- Карачурина Л.Б., Мкртчян Н.В.* (2012). Миграционная подвижность молодежи и сдвиги в возрастной структуре населения городов и районов России (1989–2002) // Географическое положение и территориальные структуры: памяти И. М. Майергойза / сост. П.М. Полян, А.И. Трейвиш. М.: Новый хронограф. С. 688–707.
- Колосова Е.А.* (2016). Жизнеобразующие смыслы сельской молодежи // Смыслы сельской жизни: Опыт социологического анализа / отв. ред. Ж.Т. Тощенко. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга. С. 231–251.
- Косова Л.Б.* (2015). Третий возраст: социальное самочувствие // Демоскоп Weekly. № 667–668. С. 1–12.
- Козн Д.* (2017). Ловушки преподавания. М.: Изд. дом ВШЭ.
- Левада Ю.А.* (2001). Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 5. С. 7–14.
- Левада Ю.А.* (2005). Заметки о проблеме поколений // Отцы и дети: поколенческий анализ современной России / под ред. Ю.А. Левады, Т. Шанина. М.: Новое литературное обозрение. С. 235–244.
- Левада Ю.А., Шанин Т.* (ред.). (2005). Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. М.: Новое литературное обозрение.
- Логонова О.С., Петрова Е.В.* (2015). Информационный и развлекательный контент в системе интернет-потребления жителей сельской местности // Бизнес. Общество. Власть. № 22. С. 53–66.
- Мангейм К.* (2000). Проблема поколений // Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений. Состязательность. Экономические амбиции. М.: ИНИОН РАН, С. 8–63.
- Мкртчян Н.В.* (2013). Миграция молодежи в региональные центры России в конце XX — начале XXI веков // Известия РАН. Сер. географическая. № 6. С. 19–32.

- Монусова Г.А.* (2012). Субъективное благополучие и возраст: Россия в контексте межстрановых сравнений // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. Кн. 3 / под ред. Е.Г. Ясина. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ. С. 98–109.
- Муханова М.Н.* (2015). Сельская молодежь России: настоящее и будущее // Россия и современный мир. № 3. С. 26–42.
- Науэн М.С.* (2006). Метод когортного анализа в социологии. Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 9. № 3. С. 137–144.
- Нефедова Т.Г., Трейвиш А.И.* (2002). Между городом и деревней // Мир России. Т. 11. № 4. С. 61–82.
- Оберемко О.А., Истомина А.Г.* (2015). Совместимы ли волонтерская и протестная деятельность? (по материалам самоописаний российских добровольцев) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 2. С. 72–82.
- Омельченко Е.Л.* (2011). От сытых нулевых — к молчаливым десяткам: поколенческие уроки российской молодежи начала начала XXI века // Социологический ежегодник. Вып. 3 / науч. ред. Н.Е. Покровский, Д.В. Ефременко. М.: ИНИОН РАН. С. 243–263.
- Омельченко Е.Л.* (2018). Гендерная политика становится одним из критических вопросов. Интервью. <https://republic.ru/posts/92757?utm_source=republic.ru&utm_medium=email&utm_campaign=morning>.
- Пастухов В.* (2015). Теория о поколениях России: от «фронтовиков» — к «поколению без будущего» и дальше // Новая газета. № 77. 22 июля. <<https://www.novayagazeta.ru/articles/2015/07/18/64943-teoriya-o-pokoleniyah-rossii-ot-171-frontovikov-187-8212-k-171-pokoleniyu-bez-buduschego-187-idalshe>>.
- Покровский Н.Е., Нефедова Т.Г., Трейвиш А.И.* (2015). Урбанизация, дезурбанизация и сельско-городские сообщества в условиях роста горизонтальной мобильности // Социологические исследования. № 12. С. 60–69.
- Поливанова К.Н., Бочавер А.А., Нисская А.К.* (2017). Взросление пятиклассников: 1960-е vs 2010-е // Вопросы образования. № 2. С. 185–205.
- Пруцкова Е.В.* (2015). Связь религиозности и ценностно-нормативных показателей: фактор религиозной социализации // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Сер. Богословие. Философия. Вып. 3 (59). С. 62–80.
- Радаев В.В.* (2015). Сети социальные // Большая российская энциклопедия: в 35 т. Т. 30. М.: БРЭ. <<https://bigenc.ru/philosophy/text/3659470>>.
- Радаев В.В.* (2018а). Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. № 3. С. 15–33.
- Радаев В.В.* (2018б). Прощай, советский простой человек! // Общественные науки и современность. № 3. С. 51–65.
- Радаев В.В.* (2019). Городские и сельские миллениалы: неоднородность нового поколения // Вопросы экономики (в печати).
- Радаев В.В., Медведев С.А., Талалакина Е.В., Дементьев А.В.* (2018). Пять моих главных вызовов в преподавании. Круглый стол. Москва, НИУ ВШЭ, 8 сентября 2017 г. // Вопросы образования. № 1. С. 200–233.
- Родионова Л.А.* (2015). Возрастные особенности счастливой жизни в России и в Европе: эконометрический подход // Прикладная эконометрика. № 4. С. 64–83.

- Рувинский В.* (2016). Расцвет инфантов: Как неготовность граждан взрослеть тормозит развитие экономики // *Коммерсант-Деньги*. 29 августа. <<http://www.kommersant.ru/doc/3070259>>.
- Савельева И.М., Поletaев А.В.* (1997). Смена поколений // Савельева И.М., Поletaев А.В. *История и время: в поисках утраченного*. М.: Языки русской культуры. С. 360–371.
- Сбербанк России (2017). 30 фактов о современной молодежи. Презентация исследования. <https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf>.
- Седов Л.А.* (2011). Поколенческий прогноз // *Общественные науки и современность*. № 1. С. 78–85.
- Семенова В.В.* (2003). Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию «поколение» // *Россия реформирующаяся: Ежегодник-2003* / под ред. Л.М. Дробижевой. М.: Институт социологии РАН. С. 213–237.
- Семенова В.В.* (2009). Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М.: РОССПЭН.
- Советский простой человек: опыт социального портрета на рубеже 90-х // под ред. Ю.А. Левады. М., 1993.
- Соколов Н.* (2018). «Общение стало антисексуальным». Почему молодежи все менее интересна интимная жизнь? <https://republic.ru/posts/92465?code=e0ae2586655ade66c66759ae734dd09b&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=republic+>.
- Стародубровская И.В.* (2016). Социальная трансформация и межпоколенческий конфликт (на примере Северного Кавказа) // *Общественные науки и современность*. № 6. С. 111–124.
- Стофф У.* (2019). Селфи. Почему мы заиклены на себе и как это на нас влияет. М.: Индивидуум Принт.
- Стэндинг Г.* (2014). Прекариат: новый опасный класс / пер. с англ. Н. Усовой. М.: Ад Маргинем Пресс.
- Трейвиш А.* (2016). Сельско-городской континуум: судьба представления и его связь с пространственной мобильностью населения // *Демографическое обозрение*. Т. 3. № 1. С. 52–70.
- Тургенев И.С.* (1979). Накануне. Отцы и дети. М.: Художественная литература.
- Тындик А.О., Митрофанова Е.С.* (2014). Социально-экономическое поведение индивида в зеркале концепции жизненного пути. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 3. С. 146–158.
- Урланис Б.Ц.* (1968). История одного поколения (социально-демографический очерк). М.: Мысль.
- Чередниченко Г.А.* (2018). Положение на рынке труда выпускников вузов (по материалам опроса Росстата) // *Социологические исследования*. № 11. С. 95–105.
- Шанин Т.* (2005). История поколений и поколенческая история // *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России* / под ред. Ю.А. Левады, Т. Шанина. М.: Новое литературное обозрение. С. 17–38.
- Шенис Е., Новиков Е.* (2017а). Теория поколений: стратегия беби-бумеров. М.: Университет Синергия.
- Шенис Е., Новиков Е.* (2017б). Теория поколений: необыкновенный икс. М.: Университет Синергия.

- Щеглова И.А., Корешникова Ю.Н., Паршина О.А. (2019). Роль студенческой вовлеченности в развитии критического мышления // Вопросы образования. № 1. С. 264–289.
- Юдин Г.Б. (2015). Биополитика улучшения человека // Рабочие тетради по биоэтике. Вып. 20. Гуманитарный анализ биотехнологических проектов «улучшения» человека. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета. С. 91–104.
- Юрчак А. (2014). Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М.: Новое литературное обозрение.
- Явон С.В. (2013). Поселенческий фактор формирования жизненных приоритетов молодежи // Социологические исследования. № 8. С. 71–80.
- Ярошенко С.С. (2006). Четыре социологических объяснения бедности (опыт анализа зарубежной литературы) // Социологические исследования. № 7. С. 34–42.
- Arnett J.J. (2000). Emerging Adulthood. A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties // *American Psychologist*. Vol. 55. No. 5. P. 469–480.
- Astin A.W. (1984). Student Involvement: A Developmental Theory for Higher Education // *Journal of College Student Personnel*. Vol. 25. No. 4. P. 297–308.
- Becker H. (ed.). (1992). *Dynamics of Cohort and Generations Research*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Bednářiková Z., Bavorová M., Ponkina E.V. (2016). Migration motivation of agriculturally educated rural youth: The case of Russian Siberia // *Journal of Rural Studies*. Vol. 45. P. 99–111.
- Bennett S., Maton K., Kervin L. (2008). The “digital natives” debate: A critical review of the evidence // *British Journal of Educational Technology*. Vol. 39. No. 5. P. 775–786.
- Bialik C., Fry R. (2019). *Millennial life: How young adulthood today compares with prior generations*. Washington, DC: Pew Research Center. <<https://www.pewsocialtrends.org/essay/millennial-life-how-young-adulthood-today-compares-with-prior-generations/>>.
- Blackwell D., McLaughlin D. (1998). Do rural youth attain their educational goals? // *Rural Development Perspectives*. Vol. 13. P. 37–44.
- Blanchflower D.G., Oswald A.J. (2008). Is well-being U-shaped over the life cycle? // *Social Science and Medicine*. Vol. 66. P. 1733–1749.
- Bolton R.N., Parasuraman A., Hoefnagels A. et al. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda // *Journal of Service Management*. Vol. 24. No. 3. P. 245–267.
- Brosdahl D.J., Carpenter J.M. (2011). Shopping orientations of US males: A generational cohort comparison // *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 18. P. 548–554.
- Crawford R. (2006). Health as a meaningful social practice // *Health*. Vol. 10. No. 4. P. 401–420.
- Dimock M. (2018). *Defining generations: Where Millennials end and post-Millennials begin*. Washington, DC: Pew Research Center. <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/01/defining-generations-where-millennials-end-and-post-millennials-begin/>>.
- Edmunds J., Turner B.S. (2005). Global generations: Social change in the twentieth century // *The British Journal of Sociology*. Vol. 56. No. 4. P. 559–577.

- Fligstein N., McAdam D.* (2012). *A Theory of Fields*. Oxford: Oxford University Press.
- Fry R., Igielnik R., Patten E.* (2018). How Millennials today compare with their grandparents 50 years ago. Washington, DC: Pew Research Center. <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/16/how-millennials-compare-with-their-grandparents/>>.
- Geiger A.* (2017). Millennials are the most likely generation of Americans to use public libraries. Washington, DC: Pew Research Center. <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/21/millennials-are-the-most-likely-generation-of-americans-to-use-public-libraries/>>.
- Guriev S., Zhuravskaya E.* (2009). (Un)Happiness in transition // *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 23. No. 2. P. 143–168.
- Halfacree K.* (2012). Heterolocal identities? Counter-urbanisation, second homes, and rural consumption in the era of mobilities // *Population, Space and Place*. Vol. 18. No. 2. P. 209–224.
- Howe N., Strauss W.* (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. N.Y.: Vintage Books.
- Inglehart R.* (1997). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Jiang J.* (2018a). Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life. Washington, DC: Pew Research Center. <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/05/02/millennials-stand-out-for-their-technology-use-but-older-generations-also-embrace-digital-life/>>.
- Jiang J.* (2018b). How Teens and Parents Navigate Screen Time and Device Distractions. Washington, DC: Pew Research Center. <<https://www.pewinternet.org/2018/08/22/how-teens-and-parents-navigate-screen-time-and-device-distractions/>>.
- Kerr W.C., Greenfield T.K., Bond J. et al.* (2009). Age-period-cohort modelling of alcohol volume and heavy drinking days in the US National Alcohol Surveys: Divergence in younger and older adult trends // *Addiction*. Vol. 104. P. 27–37.
- Kraus L., Seitz N.-N., Piontek D. et al.* (2018). ‘Are The Times A-Changin’? Trends in adolescent substance use in Europe // *Addiction*. Vol. 113. No. 7. P. 1317–1332.
- Kraus L., Eriksson Tinghög M., Lindell A. et al.* (2015). Age, period and cohort effects on time trends in alcohol consumption in the swedish adult population 1979–2011 // *Alcohol and Alcoholism*. Vol. 50. No. 3. P. 319–327.
- Krosnick J.A., Alwin D.F.* (1989). Aging and susceptibility to attitude change // *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 57. P. 416–425.
- Lipka M.* (2015). Millennials increasingly are driving growth of “nones”. Washington, DC: Pew Research Center. <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/05/12/millennials-increasingly-are-driving-growth-of-nones/>>.
- Livingston G.* (2018). More than a million Millennials are becoming moms each year. Washington, DC: Pew Research Center. <<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/05/04/more-than-a-million-millennials-are-becoming-moms-each-year/>>.
- Livingston M.* (2014). Trends in non-drinking among Australian adolescents // *Addiction*. Vol. 109. P. 922–929.
- Lynch K.* (2005). *Rural-urban interaction in the developing world*. L.; N.Y.: Routledge.

- May C. (2017). Students are better off without a laptop in the classroom. What do you think they'll actually use it for? // *Scientific American*. July 11. <<https://www.scientificamerican.com/article/students-are-better-off-without-a-laptop-in-the-classroom/>>.
- Mayrl D., Uecker J.E. (2011). Higher education and religious liberalization among young adults // *Social Forces*. Vol. 90. No. 1. P. 181–208.
- Millennials in adulthood: Detached from institutions, networked with friends. Washington, DC: Pew Research Center, 2014. <<http://www.pewsocialtrends.org/2014/03/07/millennials-in-adulthood/>>.
- Müller D.K., Hoogendoorn G. (2013). Second homes: Curse or blessing? A review 36 years later // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol. 13. No. 4. P. 353–369.
- Ng E.S.W., Schweitzer L., Lyons S.T. (2010). New generation, great expectations: A field study of the millennial generation // *Journal of Business and Psychology*. Vol. 25. No. 2. P. 281–292.
- Norstrom T., Svensson J. (2014). The declining trend in Swedish youth drinking: Collectivity or polarization? // *Addiction*. Vol. 109. P. 1437–1446.
- Oblinger D. (2003). Boomers, Gen-Xers and Millennials: Understanding the new students // *EDUCAUSE Review*. Vol. 38. No. 4. P. 37–47.
- Omelchenko E., Poliakov S. (2018). Everyday consumption of Russian youth in small towns and villages // *Sociologia Ruralis*. Vol. 58. No. 3. P. 644–664.
- Pariser E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. L.: Viking.
- Prensky M. (2001). Digital natives, digital immigrants // *On the Horizon*. Vol. 9. No. 5. P. 1–6.
- Quirnbach D., Gerry C.J. (2016). Gender, education and Russia's tobacco epidemic: A life-course approach // *Social Science and Medicine*. Vol. 160. P. 54–66.
- Radaev V., Roshchina Ya. (2019). Young cohorts of Russians drink less: Age-period-cohort modelling of alcohol use prevalence, 1994–2016 // *Addiction*. Vol. 114. No. 5. P. 823–835.
- Religious Belief and National Belonging in Central and Eastern Europe. Washington, DC: Pew Research Center, 2017. <<http://www.pewforum.org/2017/05/10/religious-belief-and-national-belonging-in-central-and-eastern-europe/>>.
- Rubinstein J., Meyer D.E., Evans J.E. (2001). Executive control of cognitive processes in task switching // *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*. Vol. 27. No. 4. P. 763–797.
- Ryder N.B. (1965). The cohort as a concept in the study of social change // *American Sociological Review*. Vol. 30. P. 843–861.
- Status of Mind. Social media and young people's mental health and wellbeing. Royal Society for Public Health, 2017. <<https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>>.
- Strauss W., Howe N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. N.Y.: William Morrow and Company.
- Taylor K., Silver L. (2019). Smartphone ownership is growing rapidly around the world, but not always equally. Washington, DC: Pew Research Center. <<https://www.pewglobal.org/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/>>.
- Turel O., He Q., Xue G., Xiao L., Bechara A. (2014). Examination of neural systems sub-serving Facebook “addiction” // *Psychological reports*. Vol. 115. No. 3. P. 675–695.

World Health Organization (2014). Global Status Report On Alcohol and Health. Geneva: World Health Organization.

World Health Organization (2016). World health statistics 2016: Monitoring health for the SDGs, Sustainable Development Goals. Geneva, Switzerland: World Health Organization.

Yang Y., Land K.C. (2008). Age-period-cohort analysis of repeated cross-section surveys: fixed or random effects? // *Sociological Methods and Research*. Vol. 3. P. 297–326.

СЕРИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ ТЕОРИЯ»
основана в 2009 г. Валерием Анашвили

В серии вышли: <id.hse.ru/books/series/17870538>

Научное издание

Вадим Радаев
МИЛЛЕНИАЛЫ:
КАК МЕНЯЕТСЯ
РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО

Заведующая книжной редакцией ЕЛЕНА БЕРЕЖНОВА
Редактор АНАСТАСИЯ АРХИПОВА
Верстка: СВЕТАНА РОДИОНОВА
Корректор ЕЛЕНА АНДРЕЕВА

Дизайн обложек серии: ABCdesign
ПОЛИНА ЛАУФЕР, ТАТЬЯНА БОРИСОВА
Дизайн блока серии: СЕРГЕЙ ЗИНОВЬЕВ

В оформлении обложки использован digital glitch text effect:
<<https://www.graphicsfuel.com/2016/02/digital-glitch-text-effect/>>

Подписано в печать 17.05.2019. Формат 60×90/16
Усл. печ. л. 14,0. Уч.-изд. л. 9,2. Печать струйная ролевая
Тираж 1000 экз. Изд. № 2292. Заказ №

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20,
тел.: 8 (495) 772-95-90 доб. 15285

Отпечатано в АО «Первая Образцовая типография»
филиал «Чеховский Печатный Двор»
142300, Московская обл., г. Чехов, ул. Полиграфистов, д. 1
www.chpd.ru, e-mail: sales@chpd.ru, тел.: 8 (499) 270-73-59