

УДК 130.12

**МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ:  
ЦЕННОСТИ ПОКОЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**Беляев Е.В., Линченко А.А., Савушкина А.В.**

В статье рассматриваются проблемы трансформации ценностей поколений в современной России. Динамика межпоколенческих ценностей анализируется в контексте повседневных практик труда, быта и досуга. На основе ценностных сторон данных практик предпринимается исследование ценностей представителей бизнес-сообщества, интеллигенции и рабочего класса в нескольких возрастных группах. Авторы обосновывают важную роль исторической памяти как среды трансляции и трансформации ценностей поколений. Выводы регионального исследования, проведенного в Липецке, сопоставляются с всероссийскими исследованиями. Обосновывается мысль об отсутствии ярко выраженного конфликта межпоколенческих ценностей в современной России, а также подтверждается тезис об относительной гомогенности пространства этих ценностей. Выявляется специфика трансформации межпоколенческих ценностей среди представителей бизнес-сообщества, интеллигенции и рабочего класса.

**Ключевые слова:** ценности, поколение, культурная память, коммуникативная память, конфликт ценностей.

**BETWEEN THE PAST AND THE FUTURE: THE VALUES OF  
GENERATIONS IN MODERN RUSSIA**

**Belyaev E.V., Linchenko A.A., Savyshkina A.V.**

The article reviews the problems of transformation of generations' values in modern Russia. It analyses dynamics of intergenerational values in the context of everyday practices of work, life and leisure. On the basis of the value aspects of these practices, the study of the values of representatives of the business community, the intellectuals and the working class in several age groups is undertaken. The authors substantiate the important role of historical memory as a medium of translation and

transformation of the generations' values. The findings of the regional study conducted in Lipetsk are compared with all-Russian studies. The authors prove the idea of the lack of a clearly expressed conflict of intergenerational values in modern Russia and also confirm the thesis of the relative homogeneity of the intergenerational values' space. The specifics of transformation of intergenerational values among representatives of the business community, the intellectuals and the working class are revealed.

**Keywords:** values, generation, cultural memory, communicative memory, conflict of values.

*Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда, проект № 17-78-20149.*

Глубокий характер трансформационных процессов современного российского общества, затронувший все его сферы, институты и подсистемы не мог не найти отражение в трансформации ценностей поколений. На сегодняшний день накоплен большой объем исследований, связанных с различными аспектами трансформации структуры ценностей поколений [4; 5; 12], наличием противоречивых и конфликтных зон между ценностями старшего и младшего поколений [7; 9; 12].

Вместе с тем, всякий кто берется писать о ценностях поколений, не может обойти стороной проблемы трансформации исторической и шире – культурной памяти. Это связано с тем, что взаимоотношение поколений и их ценностей всегда имеет темпоральную структуру. Это всегда процесс передачи и усвоения исторического опыта, процесс его наследования и воспроизводства в актуальной ситуации настоящего. В качестве подтверждения этой мысли можно было бы вспомнить интерпретацию поколения в работах П. Нора и К. Мангейма. Французский исследователь Пьер Нора рассматривает поколение как «место памяти» [10, с. 48]. Он особо подчеркивает факт того, что близкие по периоду рождения когорты, с одной стороны, являются результатом

воздействия на них исторических событий, а с другой – сами становятся носителями коллективной памяти об этих событиях. Еще более определенно выражается К. Мангейм. Он отмечает, что поколение представляет собой «не что иное, как особое единство общественного положения, распространяющееся на возрастные группы, вовлечённые в социально-исторический процесс» [8, с. 20]. Это позволяет ему характеризовать поколение определённым положением в обществе, наличием специфической взаимосвязи и единством социального опыта. По его мысли, каждое поколение существует в собственном временном измерении и историко-культурном пространстве.

С другой стороны сама динамика культурной памяти может быть понята только в рамках обращения к проблематике памяти поколений, их ценностей, механизмов артикуляции и передачи исторического опыта. Не случайно немецкий исследователь Я. Ассман проводит границу между коммуникативной и культурной памятью именно в контексте способности поколений аккумулировать и напрямую транслировать исторический опыт [2, с. 52]. Вместе с тем, в современных исследованиях наблюдается тенденция к дифференцированному и осторожному подходу в отношении изучения ценностей и памяти поколений: «"Поколенческая память", в свою очередь, требует от исследователя еще большей ответственности и осторожности. Она не сводится к поколенческой самоидентификации или коммуникативной памяти, и едва ли разделяется всеми представителями поколения в одинаковой степени. Не все, что человек помнит о прошлом, является памятью поколения; не каждый конфликт старших и младших можно считать поколенческим конфликтом, и не каждый акт межвозрастного и межкультурного сотрудничества и передачи опыта – примером преемственности и передачи памяти поколений» [13, с. 213]. Это означает, что анализ ценностей поколений, изучение наличия между ними определенных противоречий и конфликтных зон должны осуществляться в рамках культуры в целом, в практиках которой мы можем наблюдать противоречивые формы передачи и усвоения исторического опыта.

## **Поколение, повседневность, память**

Взгляд на соотношение ценностей поколений в пределах культуры в целом является слишком широким и трудновыполнимым с исследовательской точки зрения. Перспективным представляется определить некий фокус взгляда, который бы позволил нам выявить фундаментальные основания трансформации и трансляции ценностей поколений. В этой связи центральное значение для нас приобретает понятие повседневности, которое не является тождественным культуре, но пронизывает все ее фундаментальные основания и процессы. «Ни одна человеческая культура немыслима без противопоставления повседневного и неповседневного», – писал в свое время Б. Вальденфельс. Отечественные исследователи, говоря о повседневной деятельности как особой форме непосредственной человеческой деятельности, осуществляющейся в конкретной фактичности событийных ситуаций, выделяют следующие ее характерные особенности:

- рутинная однообразность трудовых будничных ритмов;
- типизированность, привычность и автоматизированность действий, которые совершаются с помощью подручных средств привычного предметного универсума;
- относительная статичность, неподвижность бытийных структур;
- определенная темпоральная структура, связанная с временными режимами работы, домашних дел и свободного времени;
- укорененность в наличной действительности, затерянность в вещах;
- отсутствие ярко выраженных эмоциональных переживаний и всплесков;
- усредненная обезличенность;
- само собой разумеющееся понимание;
- превращенность и стереотипность сознания;
- экономия мышления и экономия действия;
- наивный реализм (естественная установка);
- национально-культурный и биографический контекст своего содержания;

– практическое единство бытия и сознания, их фактическая нерасчлененность [6, с.260].

Нам уже приходилось писать о том, что культурная среда повседневности и непосредственные действия людей в практике повседневной жизни опосредованы ценностями. Ценностные ориентации субъекта или группы субъектов, вплоть до общественного слоя формируются в систему, представляющую собой план действий, несущий определенную смысловую нагрузку [11, с. 73]. Однако каким образом может быть осуществлен анализ этой системы ценностей? Представляется, что перспективным направлением могло бы стать выделение структуры ценностей в зависимости от основополагающих сфер повседневности, которые связаны со сферами труда, быта и досуга [11, с. 72]. Именно они позволяют ухватить пространство повседневности как пространство практик, опосредующих передачу исторического опыта.

Вне всяких сомнений, оправданной является и точка зрения Л.Е. Артамошкиной, которая в своем исследовании подчеркивает роль духовной аристократии и ее биографических нарративов как важнейших факторов самосознания поколения. Именно тексты и духовные послания наиболее выдающихся людей своего времени, отмечает Л.Е. Артамошкина, превращают поколение в «единство в неповторимости своего "лица" и судьбы» [1, с. 152], формируют реальную историческую преемственность с другими поколениями. Вместе с тем саморефлексия поколения – важный, но отнюдь не единственный механизм передачи исторического опыта. Скорее это средство консолидации поколения, но не передачи его памяти. Важнее в данном случае являются практики передачи повседневного опыта. Именно в этой среде совместной деятельности поколение превращается в некое единство, пусть и не отрефлексированное в полной мере. Другими словами, трансформация труда, быта и досуга оказывает решающее значение на совпадение или различие ценностей людей разных поколений.

Все вышесказанное в особенности применимо к проблеме памяти в пространстве повседневности. Ведь принятие или отклонение тех или иных ценностей других поколений – это всегда проблема особенностей исторической памяти о них. Последняя может иметь действенный характер. Память в пространстве повседневного может актуализировать ценности как важную часть существующей повседневности (как прошлое, актуальное для настоящего) или наоборот рассматривать их как «уже отжившие» и потому не пригодные для новой жизни культурные формы (прошлое как музейное наследие). Именно на уровне практик труда, быта и досуга происходит изменение ценностей поколения, изменение отношения к устоявшимся вещам и социальным явлениям. Обращение к прошлому, освоение исторического опыта, конфигурация воспоминаний в таком случае всегда будут производны от соответствующих целей, средств и получаемого результата деятельности. Освоение исторического опыта в подобном случае оказывается фрагментарным, отрывочным, всегда связанным с контекстом соответствующего действия. И вместе с тем, благодаря непосредственному характеру повседневности, механизмам рутинизации, коммуникативным процессам исторический опыт превращается в традицию, формируя определенные повседневные стороны знаний о прошлом.

В данном случае понятие «традиция» обозначает передачу навыков, представлений, обычаев в пр. во времени, в устной или личностной форме. Так, Э. Хобсбаум говоря о традициях, определяет их как набор практик, управляемых явно или неявно принятыми правилами и ритуалом, имеющим символическую значимость, цель которых – воспитание ценностей и норм поведения путем повторения, что автоматически предполагает преимущество по отношению к прошлому. В этом повторении рождается идентификация субъекта деятельности с той или иной частью прошлого, будь то вещно-предметный или смысловой универсум. Заметим, что данная сфера повседневной исторической идентификации оказывается зачастую более устойчивой, чем официальные коммеморации, образовательные

коммеморативные практики. Именно здесь кроются причины того, что память поколения на уровне повседневных коммеморативных практик может «сопротивляться» официальным стратегиям политики памяти, выступать в качестве альтернативных традиций воспоминаний (М. Фуко, М. де Серто).

Избранный нами ракурс исследования не может не затронуть пространство семейной исторической памяти. Это связано с тем, что значительная часть практик быта и досуга, и в некоторых случаях, практик трудовой деятельности, осуществляется в семье или с помощью семьи. При этом, несмотря на социализацию человека и его интеграцию в социальные структуры и процессы, семья продолжает оставаться важным фактором, оказывающим влияние на повседневность и ее ценности. Это означает, что изучение ценностной стороны практик труда, быта и досуга в определенной степени всегда «погружено» в семейный контекст, что и было учтено при подготовке и проведении нами исследования, представленного ниже.

### **Ценности повседневной культуры в межпоколенческой перспективе**

Большая важность сферы повседневного для трансляции межпоколенческих ценностей была использована нами в качестве ведущего методологического ориентира. В этой связи в Липецке в сентябре 2017 года было проведено исследование, выводы которого были сопоставлены с результатами всероссийских исследований [3; 5; 7], имевших место в России в последние годы. Выборочная совокупность нашего исследования составила 180 человек. Генеральная совокупность Липецка составляла на 2017 год 510 020 человек, что позволяет рассматривать выборку как репрезентативную. В исследовании был использован стратификационный тип выборки с равномерным размещением респондентов. Было проведено анкетирование среди лиц в трех возрастных группах: 14-15 лет, 35-40 лет и 65-70 лет. В рамках указанных возрастных групп были опрошены представители бизнеса, интеллигенции и рабочего класса. Ключевым вопросом нашего исследования была проверка гипотезы о наличии конфликта межпоколенческих ценностей и его особенностей в избранных нами классах на уровне повседневности.

Выбор именно представителей бизнеса, интеллигенции и рабочего класса был вызван существенными отличиями данных социальных общностей, их ценностей, духовных ориентаций, моделей поведения. Респондентам были заданы вопросы, характеризующие ценностную составляющую различных сторон повседневности: труда, быта, досуга. Все трем категориям респондентов в трех избранных возрастных группах были заданы одинаковые вопросы, которые были призваны охарактеризовать их отношение к различным ситуациям повседневных практик труда, быта и досуга. Ответы респондентов были соотнесены между собой, что позволило осуществить сравнительный анализ и выработку основополагающих выводов касательно регионального аспекта заявленной проблемы (г. Липецк).

В ответе на вопрос 1 «Часто ли Вы проводите время с семьей?» были получены следующие выводы. Ответы респондентов в возрастной группе молодежи показывают, что наибольшую часть времени с семьей проводят молодые представители интеллигенции. Все 100% опрошенных дали утвердительный ответ на вопрос. Далее, следовали дети рабочих, среди которых 90% опрошенных предпочитают проводить время с семьей. И, наконец, незначительно отличаются ответы молодых людей, представляющих бизнес-класс. Среди них 85% опрошенных предпочитают проводить время с семьей. Столь схожие ответы представляются достаточно ожидаемыми, так как в интересующем нас возрасте дети продолжают зависеть от родителей вне зависимости от материального положения и классовой принадлежности.

Ответы на вопрос среди представителей среднего возраста обозначили ярко выраженные тенденции. Так, наибольшее количество положительных ответов на вопрос «Часто ли Вы проводите время с семьей?» дали представители интеллигенции (90%) и рабочего класса (75%). Это вполне ожидаемо вследствие глубоко развитой семейной культуры в указанных социальных группах. В то же время ответы представителей бизнес-сообщества оказались также вполне ожидаемыми. Процент бизнесменов, однозначно положительно ответивших на вопрос, составил всего 40%. При этом 60%



указали на ответ «достаточно часто». Таким образом, сопоставляя ответы представленных социальных групп, мы можем наблюдать известную гомогенность семейных ценностей в России.

Распределение ответов на данный вопрос среди старшей возрастной группы не нарушает общую картину нашего исследования. Так представители интеллигенции старшего возраста показали бóльшую интенсивность нахождения в семейном пространстве, чем пожилые представители бизнес-сообщества. С другой стороны, процент затруднившихся с ответами среди интеллигенции оказался достаточно высоким – 22%. При этом среди лиц старшего возраста, представляющих бизнес-сообщество, более половины опрошенных (58%) отметили, что они проводят время в кругу семьи достаточно часто. Это показывает, что в данной возрастной группе наблюдается тенденция к росту потребности в семейном общении в период старости, в то время как пожилые представители интеллигенции демонстрируют тенденции к обособлению себя из семейной среды. Данные выводы во многом соотносимы с результатами исследований в рамках общероссийской выборки [8, с. 274].

Таким образом, ответы всех возрастных групп и всех представленных классов российского общества показывают достаточно однозначную тенденцию. Наиболее связанными с семьей и ее ценностями оказались представители интеллигенции и рабочего класса, в то время как среди представителей бизнеса ситуация выглядит несколько более сложной, особенно в молодежной и средней возрастных группах.

Респондентам был задан *второй вопрос* «Готовите ли Вы ужин с членами Вашей семьи?». Следует отметить, что возрастные особенности не могут полностью стереть социальные различия между респондентами, что находит отражение в их привычках, ценностях, моделях поведения. Поэтому выводы по первому вопросу у представителей молодежной возрастной группы оказались скорректированными в связи с ответами на второй вопрос: «Готовите ли Вы ужин с членами Вашей семьи?». Ответы на данный вопрос чрезвычайно

важны для нас, поскольку позволяют увидеть наличие реальных контактов между поколениями, общности повседневных ценностей и личных пространств.

Распределение ответов на вопрос показало, что наименьшее количество молодых людей, помогающих близким в приготовлении ужина, демонстрируют представители бизнес-сообщества. Среди них всего 30% утверждают, что готовят ужин с членами своей семьи. Более радужная картина складывается при взгляде на представителей интеллигенции. Более половины из них (60%) положительно ответили на наш вопрос. И, наконец, наибольшее количество молодых людей, помогающих родным и близким в приготовлении пищи наблюдалось среди молодежных представителей рабочего класса. Среди них 65% опрошенных заявили о том, что они готовят ужин с родными.

Таким образом, ответы респондентов на первые два вопроса показывают нам ярковыраженную тенденцию преобладания в среде выходцев из бизнес-сообщества стремления к индивидуализации и обособлению от семьи. Наибольшую приверженность традиционным семейным ценностям проявили выходцы из рабочего класса.

Более противоречивая картина сложилась в рамках ответов на вопрос «Готовите ли Вы ужин с членами Вашей семьи?» среди представителей возрастной группы среднего возраста. Респондентам был предложен закрытый вопрос, предполагающий положительный и отрицательный ответы. В данном вопросе прослеживается схожесть между ответами представителей бизнеса и рабочего класса. И те и другие в меньшей степени готовят ужин вместе со своей семьей. Среди представителей бизнеса только 35% % готовят ужин с членами семьи, а среди рабочих – 40%. Что касается интеллигенции, то процент положительно ответивших в данной социальной группе оказался значительно выше. Так 55% респондентов ответили положительно на данный вопрос.

Тенденции взаимоотношений между поколениями, характерные для других возрастных групп, были подтверждены ответами представителей старшего поколения. В данном случае, большинство представителей интеллигенции (61%) предпочитают семейные практики приготовления пищи,

в то время, как среди пожилых бизнесменов таковых насчитывается всего треть (30%).

Таким образом, достаточно однозначным оказалось распределение ответов во всех возрастных группах и социальных слоях и на второй вопрос нашего исследования. Как и в предыдущем вопросе, наиболее открытыми по отношению к семейным ценностям стали представители интеллигенции во всех возрастных группах. Чуть менее радужная картина наблюдается среди представителей рабочего класса. И, наконец, наиболее сильной тенденция к индивидуализации и снижению интереса к практикам взаимоотношения с другими поколениями проявляется среди представителей возрастных групп бизнес-сообщества.

Еще одним индикатором, призванным выявить особенности наличия и специфики межпоколенческих ценностей, был вопрос *«Оказываете ли Вы помощь старшим/младшим коллегам по работе?»*.

Представим результаты ответы по возрастной группе молодежи. В данном случае, представители молодежной возрастной группы отвечали, имея в виду своих одноклассников и сверстников, поскольку абсолютное большинство подростков в том возрасте еще не имеют трудового опыта. В целом ответы выявили достаточно позитивную картину. Более половины опрошенных во всех группах респондентов, распределенных по классам, заявили о своей готовности помогать коллегам. Вместе с тем, наименьшую готовность помогать старшим и младшим коллегам проявили дети представителей бизнес-среды. Среди них, только 55% опрошенных дали положительный ответ. Характерно, что четверть опрошенных среди них отрицательно высказались о готовности помогать, и, что еще более важно, 20% вообще затруднились с ответом. Сходными оказались ответы молодежи – представителей семей интеллигенции и рабочих. С незначительным отрывом о своей готовности помогать высказались выходцы из интеллигенции (70%). Чуть меньше готовых помочь (65%) выявило исследование в группе детей рабочих.

Среди представителей среднего возраста наблюдалось практически полное единообразие в ответах на вопрос о поддержке респондентами старших (младших) коллег. Среди них абсолютное большинство утвердительно ответило на данный вопрос. Однако процент утвердительных ответов среди представителей бизнеса оказался чуть меньше и составил 75%. Относительно интеллигенции и рабочего класса цифры оказались схожими. В обеих социальных группах 95% опрошенных ответили утвердительно.

Те же тенденции к обособлению представителей бизнес-сообщества видим и среди лиц старшего возраста. На вопрос «Оказываете ли Вы помощь старшим (младшим) коллегам?» были получены следующие результаты: 78% опрошенных среди интеллигенции помогают коллегам, а среди бизнеса – только 36%.

Таким образом, и третий вопрос нашего исследования показал с одной стороны, известную близость ценностей исторической преемственности у представителей интеллигенции и рабочего класса, а с другой стороны, стал еще одним подтверждением существенной зависимости тенденций к индивидуализации и менее интенсивной готовности к коммуникации с ценностями других поколений среди представителей бизнес-сообщества или их детей.

Иная картина складывается при оценке готовности респондентов путешествовать. В этой связи мы постарались выяснить, кого предпочитают респонденты в большей степени для проведения совместного отдыха. В ответе на вопрос 4 «С кем бы Вы отправились в путешествие?» наибольшее желание путешествовать с семьей показали юные представители рабочих – 70%, остальные респонденты из семей рабочих предпочли бы провести отпуск с друзьями. Только 43% молодых представителей бизнеса хотели бы путешествовать с семьей, мнение остальных респондентов из среды бизнеса разделилось: 5% с коллегами, 5% с младшими братьями и сестрами и 43% с друзьями. Дети интеллигенции показали наименьшее желание путешествовать в компании с семьей – только 35%, 20% с младшими братьями и сестрами и

45% предпочли бы путешествовать с друзьями. Вместе с тем, представленные ответы не дают нам возможности уверенно говорить об усиливающейся среди выходцев из бизнес-среды и интеллигенции тенденции к обособлению от семьи. Молодежь в этом возрасте достаточно часто склоняется к выбору друзей в качестве референтной группы и ее желание отдыхать вместе с друзьями весьма понятно.

В этой связи мы постарались выяснить, кого предпочитают респонденты среднего возраста в большей степени для проведения совместного отдыха. Результаты опроса показали существенную разницу в ответах представителей всех исследуемых социальных групп. В частности, представители бизнес-сообщества показали низкий уровень желаний путешествовать всей семьей, в то время как на первое место среди их интересов вышли друзья. Любопытно также, что графа «Дети» (20%) и графа «Всей семьей» (25%) оказались рядом, что свидетельствует об определенных конфликтах в их семьях. Совершенно другими выглядят ответы на вопросы в среде рабочих и интеллигенции. 100 % представителей рабочего класса заявили, что хотели бы путешествовать с семьей. Это однозначно показывает высокий уровень сохранения семейных ценностей. Это тем более очевидно в ситуации, когда другие варианты ответа просто не получили поддержки. Более сложная картина наблюдается в ответах интеллигенции. В данном случае отметим, что варианты «Всей семьей» (45%) и «Коллеги» (40%) сравнялись. В гораздо меньшей степени представители интеллигенции хотели бы путешествовать с детьми и друзьями. Это показывает высокий уровень значения профессиональных контактов в той среде, наличие у интеллигенции большего числа социальных связей и потребности в отдыхе с духовно близкими им персонами.

Таким образом, распределение ответов на данный вопрос по всем классам явно показывает доминирование семейных ценностей в среде рабочих и интеллигенции, их большей обращенности на взаимодействие с поколениями.

Ответы опрошенных среди представителей 65-70 лет на данный вопрос отличаются кардинальным образом: так, только 4% опрошенных из круга

интеллекции отправились бы в путешествие всей семьей, большинство предпочли исследовать мир в компании с коллегами. Только 14% опрошенных бизнесменов захотели отправиться в путешествие с сослуживцами. Большинство же из них – 79%, поехали бы на отдых со своей семьей. В данном случае мы наблюдаем рост интереса к общению с семьей у представителей бизнес-среды в старшем возрасте, в то время как интеллигенция демонстрирует достаточно устойчивую и менее зависимую от возраста тенденцию контактов с поколениями.

Респондентам также был задан вопрос о том, хранят ли они вещи своих предков. Наличие данного вопроса чрезвычайно важно для нас, так как позволяет понять особенности самих практик межпоколенческого взаимодействия. Именно вещи предков, в этой связи, выступают тем материальным связующим звеном, которое способно обеспечивать взаимодействие поколений и передачу исторического опыта между ними. Чрезвычайно интересны ответы на вопрос о наличии в сознании молодых людей важности сохранения вещей и предметов быта их предков. Обработка анкет респондентов снова показала наибольшую степень оторванности выходцев из бизнес-среды от семейных ценностей. Причем, интерпретация выводов данного вопроса для нас позволяет достаточно уверенно говорить именно о семейных ценностях, так как предметы быта и личные вещи предков – один из наиболее явных объектов материальной культурной памяти.

Итак, всего лишь четверть представителей бизнес-сообщества заявили о своей готовности хранить вещи предков. Столько же отрицательно ответили на вопрос, и наконец, 50% опрошенных среди них вообще затруднились с ответом. Это в очередной раз позволяет нам заявить о высокой степени отчужденности выходцев из бизнес-среды. Наибольшую готовность к сохранению семейной памяти проявили представители интеллигенции, среди которых 55% выразили готовность хранить вещи предков и всего лишь 15% отрицательно ответили на данный вопрос. Иная картина сложилась при обработке анкет, заполненных детьми рабочих. В данном случае только 45% опрошенных

продемонстрировали свою готовность к сохранению семейных реликвий и артефактов. Гораздо больше среди детей рабочих затруднившихся с ответами (40%), что ярко показывает взаимозависимость культурного уровня и семейного исторического сознания.

Перейдем к оценке результатов по возрастной группе 35-40 летних. Как и ожидалось, наибольший процент положительных ответов был зафиксирован среди интеллигенции. 70% опрошенных заявили о том, что они сохраняют вещи своих предков. Любопытно, что процент отрицательно ответивших среди интеллигенции оказался равен числу тех, кто затруднился с ответом (15%). Менее радужная ситуация сложилась в других социальных группах. Так 50% опрошенных рабочих указали на то, что они хранят вещи и артефакты прошлого. Однако, среди представителей данного социального слоя число лиц, затруднившихся с ответом, составило 40%, что указывает на безразличие к памяти предков. И только 10% опрошенных заявили о том, что вообще не хранят вещи предков, что может быть объяснено наследием Великой Отечественной войны и утерей большинства семейных реликвий. Наконец, наименьшее число положительных ответов показала группа бизнес-сообщества. Среди них только 30 % отметили, что сохраняют вещи предков. При этом 45% опрошенных отметило, что они не хранят вещи предков и 25% указали, что затрудняются с ответом.

Таким образом, данный вопрос в очередной раз подтверждает общую гипотезу исследования о низком уровне ценностей взаимодействия с предыдущими поколениями среди представителей бизнес-сообщества.

Если говорить о старшем поколении, то ответы представителей всех социальных слоев в данной возрастной среде оказались сходными. Так 61% представителей интеллигенции и 70% представителей бизнеса указали, что хранят вещи предков. Соответственно 22% и 30% затрудняются ответить на этот вопрос. В данном случае мы опять наблюдаем тенденцию роста среди пожилых представителей бизнес-сообщества интереса к прошлому, семейной памяти и контактам с другими поколениями.

Таким образом, именно среди представителей интеллигенции наиболее ярко выраженной оказалась тенденция к сохранению связи с ушедшими поколениями, проявляющаяся в бережном отношении и хранении семейных артефактов. Причем, речь идет обо всех возрастных группах. Средний уровень готовности и мотивированности хранить семейные реликвии показали представители возрастных групп рабочего класса и, наконец, в очередной раз молодежь и представители бизнес-сообщества средней возрастной группы продемонстрировали тенденцию к снижению готовности межпоколенческого диалога.

Следующий вопросом, который был задан респондентам, звучит так: «Знаете ли Вы имена Ваших прабабушек, прадедушек...?». Наличие данного вопроса является предельно важным, так как, во-первых, он уже неоднократно использовался в других социологических исследованиях и, во-вторых, данный вопрос позволяет увидеть реальную ценность прошлого, воплощенного в именах предков. Причем, имена бабушек и дедушек в этой связи менее предпочтительны, поскольку именно о них традиционно сохраняются достаточно полные сведения.

На вопрос о знании имен своих прародителей были выявлена следующая тенденция: наибольшее количество молодых людей, которые могут назвать имена прабабушек и прадедушек принадлежало рабочему классу – 85%, среди представителей этого класса 5% не знали ответа, остальные затруднились с ответом. Чуть меньше людей, которые могли ответить на вопрос положительно, были среди интеллигенции (80%). Оставшиеся 20% респондентов из семей интеллигенции не могли ответить. Наименьшее знание имен своих прародителей показали юные бизнесмены – 60%, из них 20% не знали ответа, остальные 20% затруднились с ответом.

Однозначными оказались ответы наших респондентов средней возрастной группы на вопрос о знании имен прабабушек и прадедушек. В этой связи отметим, что все исследуемые нами социальные группы продемонстрировали убежденность и знание имен своих дальних предков.



Исключение составили представители интеллигенции, среди которых 20% затруднились с ответом. Это может быть объяснено большей критичностью их мышления и соответственно неуверенностью в том, что они достаточно хорошо помнят имена.

Достаточно однозначными представляются ответы на вопрос «Знаете ли Вы имена Ваших прабабушек и прадедушек?» среди 65-70 летних участников исследования. В данном случае, все опрошенные продемонстрировали высокий уровень осведомленности семейной историей. 73% представителей интеллигенции ответили на данный вопрос положительно, 17% затруднились дать какой-либо ответ. Среди представителей бизнеса ситуация несколько меняется: 83% знают имена своих предков, 17% – нет.

Последним был задан вопрос «*Стараетесь ли Вы понять поступки и мысли Ваших отцов (дедов...)?*». Значение данного вопроса также представляется важным, поскольку семейные ценности, культура семейной памяти всегда представляет собой не только способность и готовность хранить материальные свидетельства предков, но и осознание духовной связи с ушедшими поколениями. Это мы и хотели проверить данным вопросом.

Ответы на данный вопрос окончательно убедили нас в правоте ранее полученных выводов. Наименьшее количество молодых людей, стремящихся понять поступки и действия своих предков, наблюдалось в группе респондентов, представляющих бизнес-сообщество (30%). В свою очередь наибольшее количество положительно ответивших на этот вопрос было выявлено среди интеллигенции (70%). Среди детей рабочих процент ответивших положительно оказался чуть меньше (65%), что в данном случае было ожидаемо. Как показали ответы на данный вопрос, уровень семейной культуры и образования оказывает влияние на актуализацию семейной памяти. Выводы относительно молодежи из бизнес-среды во многом отражает общероссийскую тенденцию к индивидуализации молодежи в сравнении со старшим поколением [7, с. 251].

В возрастной группе 35-40 лет ответы на вопрос в очередной раз подтвердили уже обозначенную тенденцию к более низкому уровню межпоколенческой связи среди представителей бизнес-сообщества. Среди них наибольшую готовность понять мысли отцов и дедов показали представители интеллигенции (100%), им уступают представители рабочего класса (80%). Среди бизнесменов только 55% пытаются понять поступки родителей.

Ответы на последний вопрос продемонстрировали выявленную в других возрастных группах тенденцию к обособлению бизнес-среды. Так, если говорить о возрастной группе 65-70 летних, то ответы резко отличаются у представителей интеллигенции и бизнеса. Среди первых 81% стараются понять поступки и мысли отцов, 4% – нет. Представители бизнес-сообщества разделились: 50% ответили положительно, и 50% отрицательно.

Таким образом, современный этап социокультурной трансформации в России придает новое значение проблеме динамики межпоколенческих ценностей. В данном случае особое значение приобретает проблема исторической и культурной памяти. Вместе с тем традиционный подход исследователей, стремящихся изучать особенности межпоколенческих ценностей и соответствующих им типов коммеморации, зачастую связаны с выяснением уровня осведомленности о событиях прошлого в разных возрастных группах. В нашем исследовании мы постарались показать, что динамика межпоколенческих ценностей и передача исторического опыта во многом связаны с трансформацией сферы повседневных практик труда, быта и досуга, в контексте которых осуществляется живая и не всегда отрефлексированная связь поколений.

Результаты нашего исследования не позволяют говорить о ярко выраженном конфликте межпоколенческих ценностей, как это однозначно утверждается в научной литературе [3, с. 185]. Скорее всего, имеет место тенденция к существенной дифференциации восприятия ценностей в различных социальных слоях и социальных группах. При этом в большинстве ответов на вопросы у различных возрастных групп, принадлежащих к одним и

тем же социальным слоям, доминировали достаточно сходные интерпретации и ответы. Это свидетельствует в пользу определенной гомогенности ценностей различных поколений в России, выявленную всероссийскими исследованиями ИС РАН в 2009 году [5, с. 32].

Тем не менее, роль социальной среды оказывается решающим фактором и это особенно проявляется в отношении межпоколенческих ценностей и их роли в деятельности современных россиян. Так наиболее ярко выраженной тенденцией исследования стало обособления представителей всех возрастных групп бизнес-сообщества от значительной части повседневных практик, которые могли бы транслировать семейный исторический опыт и формировать определенную преемственность по отношению к прошлому. Противоречивой оказалась ситуация с представителями рабочего класса. В данном случае были выявлены колебания относительно важности некоторых семейных ценностей (совместные поездки), однако уровень семейной сплоченности среди представителей данного социального слоя может быть охарактеризован как наиболее высокий.

И, наконец, достаточно положительными выглядят перспективы межпоколенческих ценностей у представителей интеллигенции. В данном случае с возрастом увеличивается потребность в индивидуальном отдыхе и уединении, что, однако, не оказалось связанным с разрывом семейной культуры воспроизводства исторического опыта.

### **Список литературы:**

1. Артамошкина Л.Е. «Аристократизм духа» в исторической памяти поколений // Вопросы философии. 2017. № 8. С. 146-154.
2. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: Языки славянской культуры, 2004. 368 с.

3. Беговская А.А. Социологический анализ проявления межпоколенных конфликтов в семье // Экономика и управление в XXI веке: наука и практика. 2016. №3. С. 182-185.

4. Гадарь Е.В. Событийная структура памяти поколений: сравнительный анализ // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2011. № 03 (65). Серия Философия. Социология. С. 271-282.

5. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: демографические тенденции и историческое сознание // Мониторинг общественного мнения. 2009. № 6. С. 5-36.

6. Любутин К.Н., Кондрашов П.Н. Диалектика повседневности: методологический подход. Екатеринбург, УрГУ-ИФиП УрО РАН-РФО, 2007. 295 с.

7. Максимова О.А. Самоидентификация и коллективная память поколений современного российского общества // Ученые записки Казанского университета. Гуманитарные науки. 2014. Т. 156. Кн. 6. С. 246-252.

8. Мангейм К. Проблема поколений // Новое литературное обозрение 1998. № 30. С. 7-47.

9. Михайлова Е.Е., Ковалева Е.О. Н. А. Бердяев о преодолении конфликта поколений на базе ценностей религиозно-национальной традиции // Новое в психолого-педагогических исследованиях. 2015. №2. С.35-42.

10. Нора П. Поколение как место памяти // Новое литературное обозрение 1998. № 30. С. 48-72.

11. Полякова И.П., Линченко А.А. Ценности повседневной культуры в условиях трансформирующегося общества // Вестник Липецкого государственного технического университета. 2015. № 4 (26). С. 72-75.

12. Семёнова В.В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М.: РОССПЭН, 2009. 271 с.

13. Черепанова Р.С. Стоит ли разбрасываться «поколениями» и все ли, что помещается в нашей голове, есть «память»? // Новая и новейшая история. 2013. № 2. С. 211-213.

**Сведения об авторах:**

Беляев Евгений Владимирович – кандидат исторических наук, заместитель директора Центра поддержки одаренных детей «Стратегия», (Липецк, Россия).

Линченко Андрей Александрович – кандидат философских наук, доцент, научный сотрудник Липецкого филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (Липецк, Россия).

Савушкина Анастасия Викторовна – учащаяся Центра поддержки одаренных детей «Стратегия» (Россия, Липецк).

**Data about the authors:**

Belyaev Evgenii Vladimirovich – Candidate of Historical Sciences, Deputy Director of Center for Support of Gifted Children “Strategy” (Lipetsk, Russia).

Linchenko Andrei Aleksandrovich – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Researcher of Lipetsk Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation (Lipetsk, Russia).

Savushkina Anastasija Viktorovna – student of the Center for Support of Gifted Children “Strategy” (Lipetsk, Russia).

**E-mail:** gack1@yandex.ru.

**E-mail:** linchenko1@mail.ru.

**E-mail:** lipowl@yandex.ru.