

research and surveys from the realities of the modern world, the inefficiency of research and methods used, the non-verifiability of research data, distrust of commissioned research. Within the framework of this study, the authors highlight various strategies of trust in sociological research in modern Russian society using the example of residents of St. Petersburg.

Keywords: current state of social sciences and humanities, sociological research, trust in sociological research, global transformations in the world, strategies of trust in sociological research

ТРУБИНА Юлия Александровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; YATrubina@fa.ru); SPIN-код: 1865-2785; индекс Хирша – 9

НОВИКОВ Алексей Викторович – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии, этнографии и социометрии Российского государственного социального университета (129226, Россия, г. Москва, ул. Вильгельма Пика, 4, стр. 1; noval2403@mail.ru); SPIN-код: 2383-2848; индекс Хирша – 8

СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ МИЛЛЕНИАЛОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. Статья исследует социальные ценности миллениалов в современной России. Результаты исследования подтверждают изменение ценностных ориентаций миллениалов в обществе. Важной составляющей их ценностей являются личное и профессиональное развитие, социальная ответственность и баланс между работой и личной жизнью. Материальные блага и финансовый успех остаются значимыми, но их приоритетность снижается. Выявлены различия в ценностях между профессиональными группами миллениалов. Результаты исследования имеют практическое значение для разработки программ привлечения и удержания миллениалов в профессиональных сферах и формирования социальных политик, учитывающих их ценностные предпочтения.

Ключевые слова: социальные ценности, миллениалы, саморазвитие, творчество, личная свобода, семейная жизнь, справедливость, равенство, социальная ответственность, карьера, финансовая независимость

Введение и постановка проблемы. Понимание социальных ценностей молодого поколения является особенно важным для исследования и прогнозирования будущего развития общества. Одной из наиболее изучаемых и обсуждаемых групп молодых людей являются миллениалы, или поколение Y. Эти люди родились в интервале примерно между 1981 и 1996 гг., т.е. на момент написания статьи им от 28 до 43 лет.

Миллениалы в России представляют собой значительную и влиятельную группу населения, которая формирует будущую социально-экономическую и политическую реальность страны. Понимание их ценностных ориентаций, убеждений и приоритетов не только помогает предсказывать их поведение и решения, но и способствует разработке эффективных стратегий социальной, экономической и политической политики.

Социальные ценности миллениалов отличаются от ценностей предыдущих поколений и подвержены влиянию современных технологий, глобализации,

изменяющихся экономических условий и социальных изменений. При этом, в отличие от более поздних поколений, миллениалы все еще помнят, каким был мир без повсеместного распространения сети Интернет и мобильных телефонов, благодаря чему они обладают уникальным взглядом на происходящие в мире трансформации.

Цель данной научной статьи состоит в изучении социальных ценностей миллениалов в современной России с целью выявления основных тенденций, особенностей и влияния данных ценностей на различные аспекты общественной жизни. Исследование социальных ценностей миллениалов в современной России имеет практическую значимость для различных сфер общественной жизни, включая маркетинг, политику, образование и культуру. Путем анализа и интерпретации существующих исследований, опросов и данных, мы стремимся расширить наше понимание ценностных предпочтений миллениалов и их роли в формировании будущего Российской Федерации.

Обзор литературы. Исследование социальных ценностей миллениалов является активной областью научной работы. В течение последних десятилетий было проведено множество исследований, направленных на понимание приоритетных ценностей миллениалов и их влияния на общественные процессы.

Е. Аврамова исследует поколение миллениалов с точки зрения социологии. Автор изучает социальную самоидентификацию миллениалов и определяет критерии идентичности различных молодежных групп. Выясняется, что уровень самооценки статуса у миллениалов значительно выше, чем у старших поколений, и основывается на других критериях. Миллениалы активно включены в систему социальных обменов и готовы выступать в качестве самостоятельных субъектов социального действия [Аврамова 2019].

Диссертационное исследование Т. Бухтияровой посвящено поведению российской молодежи в контексте сложных социокультурных изменений, происходящих в современном обществе. В работе особое внимание уделяется ценностно-нормативной сфере, общественным связям и отношениям, которые претерпели существенные изменения в российском обществе за последние годы [Бухтиярова 2006].

В статье Е. Водопьяновой рассматривается поколение миллениалов в России, первое цифровое поколение в современном обществе. В статье сравниваются ценностные ориентации и поведенческие стратегии российских и европейских миллениалов с целью выявления различий между ними [Водопьянова 2020].

Е. Земскова исследует влияние факторов на потребительское поведение в контексте цифровой экономики. Основной целью работы является описание особенностей поведения потребителей, принадлежащих к различным поколениям. Автор показывает, что в результате цифровой трансформации меняется не только структура, но и характер потребления. В результате исследования определяется набор ценностей, характерных для представителей разных поколений в цифровой экономике [Земскова 2019].

Статья Ю. Зубок рассматривает методологические вопросы, связанные с изучением риска в контексте молодежной среды как социально-демографической группы. Статья основывается на результате анализа данных мониторинга ИСПИ РАН и представляет выводы о взаимосвязи между риском и социальным развитием молодежи. Автор обращает внимание на проблемы исследования молодежной среды и предлагает подходы к ее изучению [Зубок 2003].

В работе Е. Казариной-Волшебной и других исследователей проводится анализ трансформаций ценностных ориентаций молодежи в России и особенностей интерпретации социологических данных [Казарина-Волшебная, Комиссарова, Турченко 2012]. В статье поднимается вопрос о различных точках зрения на эту проблему. Одни исследователи подчеркивают наличие кризиса ценностей у российской молодежи и в обществе в целом, а также разрушение нравственных ценностей и культуры русского народа. Другие отрицают подобные утверждения, считая их мифом, а третьи, признавая «отдельные недостатки», утверждают, что моральный уровень современной молодежи высок.

Статья Л. Лебедевой рассматривает вопросы социальной ответственности в контексте коллективного сознания различных поколений в России. Автор исследует роль социальной ответственности в жизни и самоорганизации общества, а также ее связь с нравственными ценностями и интересами общества. Указывается на появление новых форм и проявлений социальной ответственности, связанных с развитием демократических основ российского государства [Лебедева 2019].

Статья Н. Попова исследует концепции поколений в России и США, основываясь на работах Н. Хоува и У. Штрауса. Статья описывает недостатки этой концепции и критику, полученную в США. Автор также предлагает критический анализ различных адаптаций этой теории к российским условиям и указывает на ошибочность прямого переноса на российскую почву менталитета, психологии и набора ценностей, сформировавшихся в различных поколениях американской молодежи под влиянием специфически американских экономических, политических и внешнеполитических проблем и событий [Попов 2018].

Н. Рудник и другие исследуют проблему ценностных ориентаций молодежи и их динамику в российском обществе. Статья основывается на данных социологических опросов, которые позволяют выявить изменения в ценностных установках молодежи и общий ценностно-нормативный кризис, с которым она сталкивается. В ней анализируется динамика ценностных ориентаций на протяжении времени [Рудник и др. 2015].

Член-корреспондент РАН М. Руткевич начал многолетнюю работу по исследованию связи между системой образования и жизненными устремлениями молодого поколения в 1960-х гг. на Урале и завершил ее уже в 1990-х гг. в Москве [Руткевич 2002]. Проанализированы различные факторы, влияющие на выбор образования, амбиции и ценности молодежи, а также рассмотрены вопросы социальной мобильности и профессионального самоопределения молодых людей, влияние политических и социально-экономических изменений на образовательную систему и молодежную субкультуру.

И. Скоробогатых и Ж. Мусатова исследуют изменения в поведении потребителей в связи с быстрым развитием технологий, всеобщим доступом к Интернету и мобильной связи. Авторы выделяют основные тенденции, связанные с этими изменениями, включая возможность и готовность потребителей к онлайн-покупкам товаров и услуг, обращают внимание на появление нового сегмента потребителей, которые постоянно находятся в онлайн-благодаря мобильному Интернету [Скоробогатых, Мусатова 2018].

Статья М. Ядовой представляет анализ особенностей поколения российских миллениалов. Статья описывает их социальные и культурные предпочтения, а также их отношение к работе, образованию и технологиям. Анализируется влияние глобализации, информационных технологий и изменений в обществе на формирование миллениалов как группы [Ядова 2019].

Теоретическая часть. Анализ социальных ценностей является важной составляющей исследования социокультурных аспектов общества. Различные теоретические подходы были разработаны для понимания и объяснения социальных ценностей в контексте разных культур и поколений, включая миллениалов. Ниже представлены некоторые из этих подходов.

Согласно теории ценностей, сами ценности представляют собой базовые убеждения, которые определяют предпочтения и ориентации индивида в жизни. Базовые ценности организованы в двух основных измерениях: самоориентация (самоуважение, достижение, власть) и социальная ориентация (универсализм, благожелательность, конформизм).

Культурно-историческая теория гласит, что ценности являются продуктом социальной и культурной деятельности и формируются в процессе взаимодействия с окружающей средой. Особое внимание уделяется роли культурных норм, традиций, образования и социализации в формировании ценностей индивидов.

Постмодернистский подход к анализу социальных ценностей уделяет внимание их контекстуальности и изменчивости. В рамках этого подхода ценности рассматриваются как социально конструируемые и подверженные динамике изменений в социальном, культурном и политическом контексте.

Социально-психологический подход объединяет социологические и психологические аспекты анализа социальных ценностей. Он исследует, как социальная среда и взаимодействия формируют ценностные ориентации индивидов. С его помощью анализируется роль социальных институтов, групповой динамики, социальной идентичности и межгрупповых отношений в формировании и изменении социальных ценностей.

Социальные ценности миллениалов в современной России представляют собой комплексные и многообразные аспекты их ценностных ориентаций. В рамках классификации социальных ценностей миллениалов выделяются следующие категории.

1. Индивидуальные ценности.

- саморазвитие: личный рост и развитие, достижение личных целей;
- творчество и самовыражение: возможность свободного креативного проявления в различных сферах жизни;
- личная свобода: независимость, свобода выбора и возможность самостоятельно определять свою жизнь и цели;
- семейная жизнь: построение здоровых отношений с близкими людьми.

2. Общественные ценности.

- справедливость: установление единства закона для всех;
- равенство: одинаковые права для разных групп людей, уважение к различиям между людьми;
- ответственность: участие в решении общественных проблем, волонтерство и социальное предпринимательство.

3. Материальные ценности.

- карьера: достижение значимых профессиональных результатов;
- финансовая независимость: стабильный доход на достойном уровне, позволяющем обеспечивать семью.

Миллениалы в России проявляют высокий интерес к личному росту и саморазвитию. Они стремятся к освоению новых знаний и навыков, развитию своих талантов и достижению личных целей. Также в их среде наблюдается интерес к социальным проблемам и готовность активного участия в их решении. Миллениалы выступают за равенство и справедливость.

Миллениалы ценят гармонию между работой и личным временем. Они стремятся к достижению баланса между карьерой и личными отношениями и более склонны к выбору гибких форм работы, которые позволяют им уделять время и внимание личным интересам и отношениям. Для большинства миллениалов не подходит режим трудоголизма, при котором страдает личная и семейная жизнь.

Миллениалы в России проявляют интерес к технологиям и инновациям. Они активно используют цифровые технологии, социальные медиа и другие средства коммуникации и видят в них важный инструмент для общения, работы и самовыражения. По сравнению с предыдущими поколениями миллениалы более ориентированы на использование и принятие новых технологий, они не уступают по этому параметру более молодым поколениям, родившимся и выросшим уже в полностью цифровой среде.

Важно отметить, что миллениалы – это широкая группа с разнообразными индивидуальными характеристиками, поэтому возможны различия в социальных ценностях среди представителей этого поколения в России. Дальнейшие исследования помогут более точно определить специфику социальных ценностей миллениалов в России и их влияние на общественные и социально-экономические процессы.

Методология исследования. Для проведения исследования социальных ценностей миллениалов в современной России использовался количественный подход, основанный на опросе. Этот метод позволил собрать широкий объем данных и получить количественные показатели, пригодные для статистической обработки и анализа. В целях исследования был разработан опросник, состоящий из закрытых вопросов с выбором из предложенных вариантов ответа, а также с возможностью оценивать тот или иной параметр в баллах по шкале от 1 до 10. Опрос проводился по телефону и с использованием сети Интернет.

В общую выборку вошли жители различных регионов России, относящиеся к разным поколениям. Сравнение ответов миллениалов с ответами представителей прочих поколений являлось одной из целей исследования.

Из общей выборки были выделены респонденты, родившиеся между 1981 и 1996 гг., т.е. собственно миллениалы. Для получения более точных результатов респонденты-миллениалы были разделены на подгруппы в соответствии с их социоэкономическим статусом.

Результаты и их обсуждение. Первым этапом исследования было сведение в таблицу ответов на вопросы, которые были заданы миллениалам, разделенным на подгруппы, с целью выяснения социальных ценностей, которые они считают ключевыми (см. табл. 1).

В отношении саморазвития предприниматели и специалисты демонстрируют наиболее высокие оценки, что указывает на их стремление к личностному и профессиональному развитию. Госслужащие и рабочие также придают значение саморазвитию, но их оценки ниже, что свидетельствует о меньшей акцентировке внимания на личностном росте в их социальных группах.

Относительно творчества предприниматели и специалисты также проявляют больший интерес по сравнению с госслужащими и рабочими. Для этих социальных групп более характерно стремление к самовыражению и инновациям в работе и жизни.

Для всех групп значима свобода, но предприниматели оценивают ее максимально высоко. Это свидетельствует о стремлении предпринимателей к

Таблица 1

Ключевые социальные ценности для миллениалов

Социальная ценность	Предприниматели	Госслужащие	Специалисты	Рабочие
Саморазвитие	8,4	6,4	9,5	5,5
Творчество	7,5	6,8	8,2	5,5
Свобода	9,9	7,5	8,3	6,5
Семейная жизнь	5,1	8,5	4,1	7,9
Справедливость	6,6	9,2	7,5	8,2
Равенство	5,7	7,2	6,1	9,8
Ответственность	6	8,2	7,8	6,8
Карьера	7,9	8,1	9,2	6,2
Финансы	7,2	7,4	6,2	8,9

независимости и возможности самостоятельно контролировать свою жизнь и деловые решения.

Семейная жизнь оказывается наиболее значимой для госслужащих, что отражает их стремление к стабильности и гармонии в семейных отношениях. При этом специалисты оценивают важность семейной жизни ниже, чем представители большинства других групп, что указывает на более высокие приоритеты, отдаваемые ими профессиональному развитию и карьере.

Справедливость и равенство получают высокие оценки в целом у всех групп, что указывает на значимость этих ценностей для миллениалов в современной России. Наиболее важным равенство оказалось для рабочих, что объясняется малым распространением национальных предрассудков в рабочих коллективах, где не имеет никакого значения фенотип или акцент коллеги, если он трудится не хуже других.

Карьера оказалась наиболее важной для специалистов, что свидетельствует об их стремлении к профессиональному успеху даже в ущерб многим другим ценностям. Финансовая независимость при этом волнует специалистов меньше, чем респондентов из иных групп, что объясняется сравнительно высокими заработками, часто сочетающимися с одиноким образом жизни, позволяющим снизить расходы. Рабочие не слишком заинтересованы в карьерных успехах, поскольку для них имеют приоритетную важность другие ценности, но одновременно с этим демонстрируют самую высокую заинтересованность в финансовой независимости.

На основе этих результатов можно сделать вывод, что миллениалы в современной России в целом ценят саморазвитие, свободу, справедливость, равенство, карьеру и финансовую независимость. Однако приоритеты в отношении этих ценностей различаются в зависимости от социальной группы. Полученные результаты полезны для разработки социальных и экономиче-

ских политик, а также для понимания потребностей и предпочтений миллениалов в современном обществе.

Учитывая высокую оценку саморазвития и творчества среди предпринимателей и специалистов, можно стимулировать создание условий для развития и поддержки предпринимательства и инноваций. Акцент на семейной жизни среди госслужащих может означать необходимость создания политик, которые поддерживают баланс работы и личной жизни. Вместе с тем эти политики могут оказаться полезными для стимулирования специалистов-одиночек на создание семей. Равенство и справедливость важны для большинства социальных групп, в связи с чем для укрепления этих ценностей в обществе следует принимать соответствующие меры.

Следующим этапом исследования было сравнение ответов на вопросы по важности социальных ценностей между миллениалами и тремя другими поколениями. Это бумеры, или послевоенное поколение, родившееся с 1946 по 1960 г., поколение X, или иксы, родившееся между 1961 и 1980 г., и поколение Z, или зуммеры, родившееся начиная с 1997 г. (в рамках данного исследования ограниченное гражданами, достигшими совершеннолетия). Анализ результатов исследования позволяет выделить определенные тенденции и различия в ценностных ориентациях разных поколений (см. табл. 2).

Таблица 2

Ключевые социальные ценности для различных поколений

Социальная ценность	Бумеры	Иксы (поколение X)	Миллениалы	Зуммеры
Саморазвитие	7,2	6,9	8,4	8,1
Творчество	6,8	7,2	7,5	8,3
Свобода	8,5	7,8	9,9	7,4
Семейная жизнь	7,3	7,6	5,1	6,8
Справедливость	7,9	8,2	6,6	7,1
Равенство	7,1	7,3	5,7	7,8
Ответственность	6,6	7,5	6	8
Карьера	6,8	7,2	7,9	8,3
Финансы	7,2	7,4	8,2	6,9

Миллениалы дают наивысшую оценку саморазвитию, что указывает на их стремление к личностному росту, образованию и развитию собственных навыков. Зуммеры также высоко оценивают значение саморазвития, что также свидетельствует об их интересе к личностному развитию. Бумеры и иксы также придают некоторую важность саморазвитию, но в меньшей степени. Просматривается тренд, указывающий на возрастающую важность саморазвития для более молодых поколений по сравнению с предшествующими, однако здесь, возможно, большую роль играет характерный для более старших поколений консерватизм и сниженная готовность к обучению.

Оценка творчества также демонстрирует устойчивый последовательный рост со снижением возраста поколения. По всей видимости, здесь срабатывает тот же механизм: для более старших людей стремление к творчеству, возможно, и проявлявшееся в молодости, со временем заменяется на иные ценности.

Свобода оказалась максимально значимой именно для миллениалов. Это объясняется тем, что детство этого поколения пришлось на 1990-е гг. со своей спецификой. Интересно, что бумеры, обладатели самого внушительного жизненного опыта из респондентов, также оценили свободу достаточно высоко.

Важность семейной жизни оказалась среди миллениалов на самом низком уровне по сравнению с прочими поколениями. Даже зуммеры, будучи более молодыми людьми, считают семью достаточно важной частью жизни, в то время как у значительного числа миллениалов она не особенно значима. Специфика 1990-х, когда максимально превозносился индивидуализм, доходящий до эгоцентризма, не могла не повлиять на людей, выросших в ту эпоху.

Аналогичным образом миллениалы достаточно скептически относятся к вопросам справедливости и равенства, если сравнивать их с прочими поколениями. Для бумеров и иксов, выросших в СССР, эти понятия – не пустой звук, равно как и для зуммеров, чей сознательный возраст пришелся уже на новую Россию, вышедшую из кризиса 1990-х, жизнь в которой с каждым годом стабильно становилась лучше.

Социальная ответственность также оказалась на низком уровне значимости для миллениалов, но здесь надо сделать примечание: детальный анализ результатов опроса указывает не на общий посредственный уровень значимости этой ценности, а на существенный разброс результатов среди респондентов. То есть, некоторая часть миллениалов «портит статистику», выражая крайнюю степень скепсиса по данному вопросу, тогда как остальные представители этого поколения не слишком отличаются от прочих россиян. Не относящимся непосредственно к теме данного исследования, но интересным результатом является самая высокая важность ответственности для зуммеров.

Важность карьеры для миллениалов высока, но для молодых зуммеров – еще выше, тогда как предыдущие поколения относятся к ней более сдержанно. При этом зуммеры из всех поколений наименее заботятся о финансовой независимости, а для миллениалов эта ценность является более значимой, чем для остальных поколений.

Следующий этап исследования рассматривал динамику изменения приоритетности социальных ценностей в современной России за последние 10 лет у миллениалов, родившихся в разные интервалы своего поколения. Выборка респондентов была разделена на «старших», «средних» и «младших» миллениалов, родившихся, соответственно, в интервалы с 1981 по 1985, с 1986 по 1991 и с 1992 по 1997 г.

Анализ динамики изменения социальных ценностей миллениалов в современной России, представленной в графике (см. рис. 1), позволяет сделать ряд наблюдений.

Значимость индивидуальных ценностей, таких как саморазвитие, творчество, личная свобода и семейная жизнь, остается стабильным в течение исследуемого периода с небольшим трендом к повышению. Оценка материальных ценностей также почти не изменилась, наблюдается лишь небольшое снижение. При этом значимость общественных ценностей, постепенно возрастающая в начале рассматриваемого периода, получила резкий скачок в 2023 г. Это объясняется известными политическими событиями, повлекшими за собой существенную переоценку ценностей.

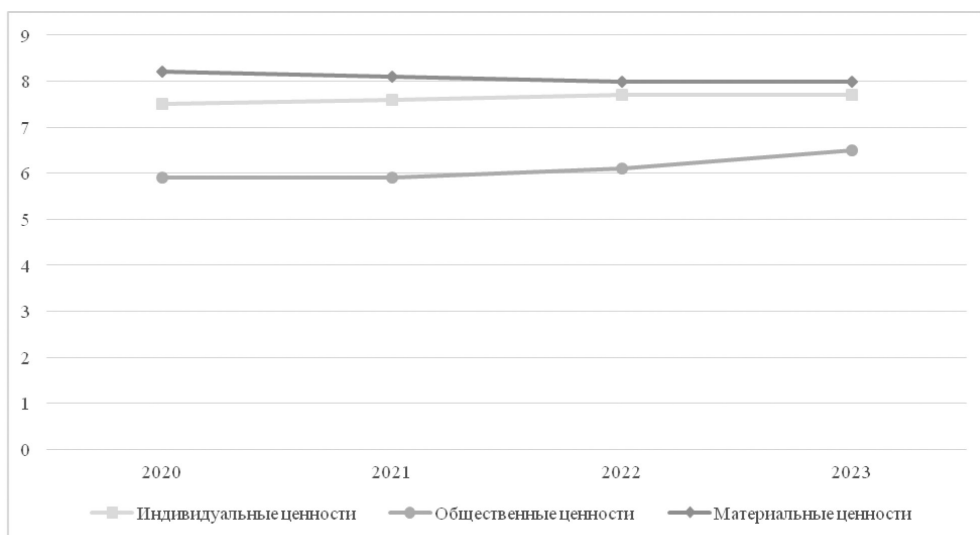


Рисунок 1. Динамика изменения социальных ценностей миллениалов в современной России

Малый диапазон изменений на графике показывает, что миллениалы в современной России являются весьма сложившейся в своих привычках и суждениях группой. Их идентичность сформировалась в непростые времена, дав им закалку и подготовив к жизни в более враждебных условиях, чем представляет из себя современная Россия. При этом взвешенная и точная оценка окружающих обстоятельств требует от человека достаточно развитого критического мышления в противовес привычке следования уже сложившимся стереотипам. Следствием этого является характерное скептическое отношение миллениалов к общественным ценностям, которое, тем не менее, подверглось изменению с трендом к повышению в связи с общественно-политической встряской последних лет.

Заключение. Материальные блага и финансовый успех продолжают оставаться значимыми для большинства миллениалов в современной России, однако наблюдается снижение их приоритетности во многих профессиональных группах. Миллениалы уделяют значительное внимание ценностям, связанным с личным и профессиональным развитием, социальной ответственностью, сбалансированностью работы и личной жизни. Они проявляют все больший интерес к участию в общественных инициативах.

Существуют различия в социальных ценностях между разными профессиональными группами миллениалов. Например, предприниматели и специалисты проявляют больший интерес к творчеству и личностному росту, в то время как для государственных служащих и рабочих более важна семейная жизнь и финансовое благополучие.

Исследование подтверждает тенденцию к изменению ценностных ориентаций миллениалов в современном обществе. Для них постепенно становится более типичным стремление к гармонии между работой и личной жизнью, они активно преследуют личное и профессиональное развитие, а также проявляют повышенную социальную ответственность.

Результаты данного исследования имеют важное практическое значение для

различных сфер общества. Они применимы при разработке программ и стратегий, направленных на привлечение и удержание миллениалов в профессиональных сферах, а также при формировании социальных политик, учитывающих их ценностные предпочтения.

Дополнительные исследования, проведенные через определенный временной интервал, позволят оценить динамику и эволюцию социальных ценностей у миллениалов в России, чтобы выяснить, насколько стабильны или изменчивы данные ценности со временем. Также дальнейшие исследования следует направить на изучение связи между ценностями и конкретными действиями миллениалов в различных сферах жизни, таких как работа, потребление, участие в общественной жизни и т.д., что позволит более глубоко понять, как ценности миллениалов влияют на их выбор и решения.

Сравнительный анализ социальных ценностей миллениалов в России с другими странами позволит выявить общие тенденции, а также различия, связанные с культурными, экономическими и политическими контекстами, благодаря чему окажется возможным более точно понимать универсальные и контекстуальные аспекты формирования социальных ценностей у миллениалов.

Список литературы

Авраамова Е.М. 2019. Социальное позиционирование и социальные практики российских миллениалов. — *Вестник Института социологии*. Т. 10. № 3. С. 78-95. DOI: 10.19181/vis.2019.30.3.591.

Бухтиярова Т.Н. 2006. *Поведение российской молодежи в условиях современных социокультурных изменений: в контексте неопрейдистской теории личности Карен Хорни*: дис. ... к.соц.н. М. 240 с.

Водопоьянова Е.В. 2020. Миллениалы: Российская и европейская версии. — *Научно-аналитический вестник Института Европы РАН*. № 1(13). С. 129-133.

Земскова Е.С. 2019. Анализ поведения потребителей в цифровой экономике с позиции теории поколений. — *Вестник евразийской науки*. № 5. Доступ: <https://esj.today/PDF/32ECVN519.pdf> (проверено 28.04.2024).

Зубок Ю.А. 2003. Проблемы социального развития молодежи в условиях риска. — *Социологические исследования*. № 4. С. 42-51.

Казарина-Волшебная Е.К., Комиссарова И.Г., Турченко В.Н. 2012. Парадоксы трансформации ценностных ориентаций российской молодежи. — *Социологические исследования*. № 6. С. 121-126.

Лебедева Л.Г. 2019. Социальная ответственность в динамике общественного сознания поколений россиян. — *Известия Саратовского университета*. Новая серия. Сер. Социология. Политология. Т. 19. Вып. 3. С. 260-265.

Попов Н.П. 2018. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? — *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*. № 4. С. 309-323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.15>.

Рудник Н.А., Колесниченко Е.А., Глушкова Т.С., Денисова А.О. 2015. Динамика ценностей и ценностных ориентаций российской молодежи. — *Мир науки. Социология, филология, культурология*. Т. 6. № 3. Доступ: <https://sfk-mn.ru/PDF/02SFK315.pdf> (проверено 28.04.2024).

Руткевич М.Н. 2002. *Социология образования и молодежи: Избранное (1965–2002)* (предисл. Л.Н. Митрохина). М.: Гардарики. 541 с.

Скоробогатых И.И., Мусатова Ж.Б. 2018. Особенности поведения «цифровых» потребителей. — *Проблемы современной экономики*. № 4(68). С. 127-130.

Ядова М.А. 2019. Миллениалы: социологический портрет поколения. — *Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература*. Сер. 11. Социология. № 3. С. 140-144.

TRUBINA Julia Aleksandrovna, Cand.Sci. (Soc.), Associate Professor of the Chair of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125167; YATrubina@fa.ru); SPIN code: 1865-2785; Hirsch index – 9

NOVIKOV Aleksey Viktorovich, Dr.Sci. (Soc.), Professor; Professor of the Chair of Sociology, Ethnography and Sociometry, Russian State Social University (bld. 1, 4 Vilgelma Pika St, Moscow, Russia, 129226; noval2403@mail.ru); SPIN code: 2383-2848, Hirsch index – 8

SOCIAL VALUES OF MILLENNIALS IN MODERN RUSSIA

Abstract. *The article investigates the social values of millennials in modern Russia. The results of the study confirm the changing value orientations of millennials in the society. An important component of their values is personal and professional development, social responsibility and work-life balance. Material goods and financial success remain significant, but their priority is decreasing. The authors reveal the differences in values between professional groups of millennials. The results of the study are of practical importance for the development of programs to attract and retain millennials in professional spheres and the formation of social policies that take into account their value preferences.*

Keywords: *social values, millennials, self-development, creativity, personal freedom, family life, justice, equality, social responsibility, career, financial independence*
