

Оригинальная статья / Original article

## Потребление, досуг, социальные взаимодействия: особенности образа жизни россиян в нестабильные 2020-е годы<sup>1</sup>

© Д.М. ЛОГИНОВ, В.Н. ТИТОВ

**Логинов Дмитрий Михайлович**, Институт социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Москва, Россия), loginov-dm@ranepa.ru. ORCID: 0000-0002-2717-6909

**Титов Владимир Николаевич**, Институт социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Москва, Россия), titov-vn@ranepa.ru. ORCID: 0000-0002-7185-2070

На основе комплекса репрезентативных социологических опросов, проведенных Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС в 2021–2023 гг., рассмотрены особенности образа жизни россиян на временном отрезке смены периода неблагополучия, вызванного пандемией коронавируса, новым этапом социально-экономической нестабильности. Выявлен достаточно высокий уровень распространенности онлайн-потребления товаров и услуг. Данные практики расширились в период пандемии и существенно дифференцируют социально-демографические группы россиян. Показаны особенности моделей потребительского поведения в условиях новой нестабильности, а также динамика рекреационно-досуговых практик, субъективная удовлетворенность которыми находится в зоне массовых позитивных оценок. Значимой проблемой в данном случае представляется наличие заметной группы россиян, вынужденных корректировать модели рекреационного поведения с частичным отказом от желаемых способов проведения досуга. Результаты анализа свидетельствуют о том, что большинство населения имеет потенциал социальных взаимодействий, который может конвертироваться в помощь и поддержку, однако в основном на межличностном, а не на институциональном уровне.

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

The article was prepared as part of the research work of the state assignment of the RANEPA.

**Ключевые слова:** население, образ жизни, модели социально-экономического поведения, потребление, досуг, рекреация, социальные взаимодействия, социальный капитал

**Цитирование:** Логинов Д.М., Титов В.Н. (2023) Потребление, досуг, социальные взаимодействия: особенности образа жизни россиян в нестабильные 2020-е годы // *Общественные науки и современность*. № 6. С. 87–104. DOI: 10.31857/S0869049923060072, EDN: MRYMJO.

## Consumption, Leisure, Social Interactions: The Features of Russians' Lifestyle in the Unstable 2020s

© D. LOGINOV, V. TITOV

**Dmitry M. Loginov**, Institute of Social Analysis and Forecasting, The Russian Presidential Academy of National and Public Administration (Moscow, Russia), loginov-dm@ranepa.ru. ORCID: 0000-0002-2717-6909

**Vladimir N. Titov**, Institute of Social Analysis and Forecasting, The Russian Presidential Academy of National and Public Administration (Moscow, Russia), titov-vn@ranepa.ru. ORCID: 0000-0002-7185-2070

**Abstract.** On the basis of a set of representative sociological surveys carried out by the Institute of Social Analysis and Forecasting RANEPА from 2021 to 2023 the article reviews features of Russians' lifestyle in the time period when the period of disadvantage caused by the COVID-19 pandemic has been replaced by a new stage of multi-aspect socio-economic instability. Quite a high spread of online consumption established in the post-pandemic period which significantly differentiates socio-demographic groups of Russian people has been revealed. The specifics of consumer practices in conditions of new instability have been shown. The features and dynamics of recreation and leisure practices, subjective satisfaction with which is in the zone of positive assessments, have been studied. However, the problem appears to be the existence of a significant group of Russians who have to adjust models of recreational behaviour with partial refusal from desired ways of leisure time. The results of the analysis show that most of the population has the potential for social interactions which may be converted into assistance and support, mostly on the interpersonal rather than institutional level.

**Keywords:** population, lifestyle, models of socio-economic behaviour, consumption, leisure, recreation, social interactions, social capital

**Citation:** Loginov D., Titov V. (2023) Consumption, Leisure, Social Interactions: the Features of Russians' Lifestyle in the Unstable 2020s. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, no. 6, pp. 87–104. DOI: 10.31857/S0869049923060072, EDN: MRYMJO.

Начало 2020-х годов стало для российского населения периодом многоаспектной нестабильности. Прежде всего институциональная среда оказалась подвержена существенной и разнообразной динамике, связанной с пандемией коронавируса и административными ограничениями, направленными на противодействие распространению инфекции, что, безусловно, изменило образ жизни большинства населения. Завершение активной фазы пандемии коронавируса совпало с новым этапом нестабильности, обусловленным изменением геополитической ситуации начиная с весны 2022 г.

В этих обстоятельствах особую актуальность приобретает анализ условий жизни населения и поведенческих практик (как уже ставших социальной нормой, так и вновь формируемых). Комплекс социологических опросов, проведенных Институтом социального анализа и прогнозирования РАНХиГС в период 2021–2023 гг. по выборке, репрезентирую-

ющей взрослое население страны, позволяет рассмотреть особенности потребительских и досуговых практик, а также параметры социальных взаимодействий россиян в контексте турбулентной институциональной динамики последних лет.

### **Подходы к исследованию образа жизни в различных институциональных контекстах**

Понятие образа жизни восходит к методологической традиции культурной антропологии, в рамках которой изучают совокупность относительно устойчивых практик, существующих той или иной общности [Hradil 2001]. Категория «образ жизни» стала одной из основных с развитием социологии как науки. С классовых позиций ее анализировал уже К. Маркс [Маркс, Энгельс 1957]. Особенности образа жизни «праздного класса», описываемого через обычаи, привычки и мышление, становятся предметом критического исследования у Т. Веблена, в том числе при рассмотрении «демонстративного потребления» [Веблен 1984]. В работах Э. Дюркгейма образ жизни трактуется с точки зрения типов социальной организации жизни – общества «механической солидарности» и общества «органической солидарности» [Дюркгейм 1996]. В концепции Ф. Тенниса, заложившей фундамент модернизационной теории, на образ жизни также оказывает влияние характер социальной организации [Теннис 2002]. «Идеальные типы», выделенные Ф. Теннисом, позволяют говорить о целом ряде оппозиционных пар признаков, которые определяют воспроизводство различных моделей образа жизни: формальное / неформальное, индивидуальное / коллективное, эмоциональное / рациональное, личное / безличное и т. д.

Особое внимание следует обратить на работы М. Вебера, который обращается к понятию образа жизни при изучении социальной стратификации [Вебер 1990; Вебер 1994]. По его мнению, центральное место в мотивационных установках людей занимает экономический интерес на основе целерационального поведения, в то время как выделение статусных социальных групп связано с формированием и поддержанием определенного образа жизни, который выступает символом признания и социальной дифференциации.

Г. Зиммель [Зиммель 1996; Simmel 2004] выделял множественность поведенческих стереотипов, посредством которых люди взаимодействуют с пространством возможностей самовыражения. М. Собель определял образ жизни как «набор наблюдаемых поведенческих выборов» [Sobel 1981; Sobel 1983]; в его работах предложена идея предпочтения или выбора из ограниченного круга возможностей, а потребление выступает сферой дифференциации образа жизни людей. Следует упомянуть работу П. Бурдьё, посвященную проблеме социальной стратификации общества [Бурдьё 2005]. В его концепции символические значения различных товарных групп, видов досуга, личных пристрастий и ценностных суждений интерпретируются с точки зрения их способности дифференцировать общество и обеспечивать условия внутригрупповой солидарности. Э. Гидденс рассматривает образ жизни через набор практик, которые индивид принимает для себя. В данном контексте модели поведения выступают не только способом удовлетворения материальных или досуговых потребностей, но и способом выражения и маркером социальной идентичности [Giddens 1991]. В монографии «Стили жизни» Д. Чейни акцентирует фактор рефлексивности, которая позволяет людям делать самостоятельный выбор и маневрировать в социальном пространстве, используя в том числе различные поведенческие практики [Chaney 1996].

Ж. Бодрийяр предложил трактовку, согласно которой в центр современных поведенческих моделей выносятся особенности потребления. В условиях общества потребления эти модели становятся основой образа жизни, способом социальной дифференциации, возможностью приобщиться к высоко ценимым жизненным стандартам. В результате образ

жизни трактуется как «потребление знаков», целью которого выступает демонстрация статуса исходя из негласно принятых императивов [Бодрийяр 2006]. Еще один подход к интерпретации проблематики образа жизни предложен в теории модернизации, представители которой заняты поиском баланса между социально-экономическими и ценностно-нормативными факторами, отражающими изменения образа жизни. В такой трактовке именно ценностные ориентации имеют решающее значение при формировании базиса социального поведения [Инглхарт, Вельцель 2011].

В советской историографии и этнографии при анализе исследуемой проблематики использовали понятие «быт», обозначающее материальную культуру, домашнее воспроизводство и досуг [Лушкарёва 2005]. Социология образа жизни в нашей стране развивалась достаточно активно [Заславская 1980; Сохань, Головаха, Тихонович 1982; Римашевская, Оников 1988; Левада 1993]. В целом советские социологи исходили из предпосылки о детерминации образа жизни структурными и институциональными свойствами социальной системы. Образ жизни трактовали либо через призму общественно-экономической формации (буржуазный, социалистический), либо с точки зрения национально-этнической принадлежности. Отечественные исследователи разработали и апробировали релевантные научные методики [Возьмитель 1992; Левыкин, Возьмитель 1984]. Одним из самых масштабных исследований, которое охватывало широкий комплекс разнообразных составляющих жизнедеятельности населения, стал Таганрогский проект, реализуемый на протяжении 40 лет с 60-х годов XX в. Авторам удалось получить многомерную картину образа жизни общества, включая социально-демографические параметры, трудовое поведение, досуг, потребление, социокультурные и гендерные установки и т. д. [Римашевская, Маркова, Крошillin 2013].

В последние десятилетия в России образ жизни изучают с точки зрения разных его компонентов: досуговых практик [Рощина 2007], взаимосвязи уровня дохода и образования с активностью в сфере досуга [Абрамов, Зудина 2010], структуры публичных досуговых практик и зависимости паттернов досуга от уровня доходов и социально-демографических характеристик населения [Корсунова 2017]. Показано, что досуговые практики – это способ частично нивелировать социальную дистанцию [Гурова, Харченко 2010]. В.И. Корсунова выявила структуру публичных досуговых практик в зависимости от уровня дохода и социально-демографических характеристик населения [Корсунова 2017]. Предпринимаются попытки разработать типологию социальных групп на основе выделения определенных поведенческих моделей [Викторова 2017], а также выявить дифференциацию моделей по различным группам населения [Николаева 2011; Киселев 2013; Омельченко 2020].

Системные социально-экономические трансформации обуславливают изменения образа жизни, которые отчасти носят вынужденный, адаптационный характер. Динамика условий жизнедеятельности и поведенческих практик в начале 2020-х гг. выступает предметом многоаспектного анализа российских исследователей. Острая фаза эпидемической напряженности оказалась сопряжена с массовостью практик самоограничительного поведения [Логинов 2020]. Значительные группы населения характеризуются негативной динамикой благосостояния [Преснякова, Гашинина 2021; Красильникова и др. 2021], что имеет своим следствием изменение образа жизни, частичный отказ от привычных поведенческих практик.

### Методология исследования

В исследовании анализируются три составляющие образа жизни российского населения в период нестабильности 2020-х гг. Во-первых, это сфера потребления, которая оценивается с точки зрения уровня и дифференциации включенности россиян в сегмент онлайн-потребления товаров и услуг, а также с точки зрения изменения потребительского

поведения в условиях новой нестабильности с 2022 г. Во-вторых, речь идет о рекреационно-досуговых практиках, в том числе с учетом вынужденных изменений, вызванных условиями пандемии, и субъективного уровня удовлетворенности досугом. В-третьих, рассматривается структура социальных взаимодействий, то есть в виду образ жизни респондентов, а также возможности получения помощи и поддержки со стороны социального окружения в условиях нестабильности.

Эмпирическую базу исследования составляют данные комплекса социологических опросов, проведенных в период 2022–2023 гг. по выборке, которая адекватно репрезентирует население России в возрасте 18 лет и старше. Выборка для опросов, проведенных методом телефонного анкетирования, формировалась на основе случайной систематической стратификации номеров мобильных телефонов, которые сгенерированы по задействованным DEF-диапазонам на территории России (по информации официального сайта Россвязи). Диапазоны позволили таргетировать телефонные номера до субъектов РФ для создания территориальных страт. Распределение выборки по стратам рассчитано на основе данных Росстата о численности населения, проживающего на территории выделенных страт. Композиция использованных в исследовании социологических опросов представлена в таблице 1. Ошибка выборки (для 95-процентного доверительного интервала) не превышает 2,5%.

Таблица 1

**Комплекс использованных социологических опросов**

Table 1

**The series of used sociological surveys**

Период проведения опроса	Объем выборочной совокупности, человек	Тематические блоки анализа
Март 2021 г.	3569	Вынужденные изменения досуговых практик за период пандемии
Апрель 2022 г.	5018	Потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, сформировавшиеся к окончанию активной фазы пандемии Реализация массовых рекреационно-досуговых практик Распространенность получения регулярной материальной помощи со стороны социального окружения Уровень субъективной широты ресурсных социальных взаимодействий
Ноябрь 2022 г.	1814	Практики формирования товарных запасов и потребительской экономии на протяжении 2022 г. в условиях новых рисков
Февраль 2023 г.	1618	Уровень удовлетворенности актуальными практиками досуга

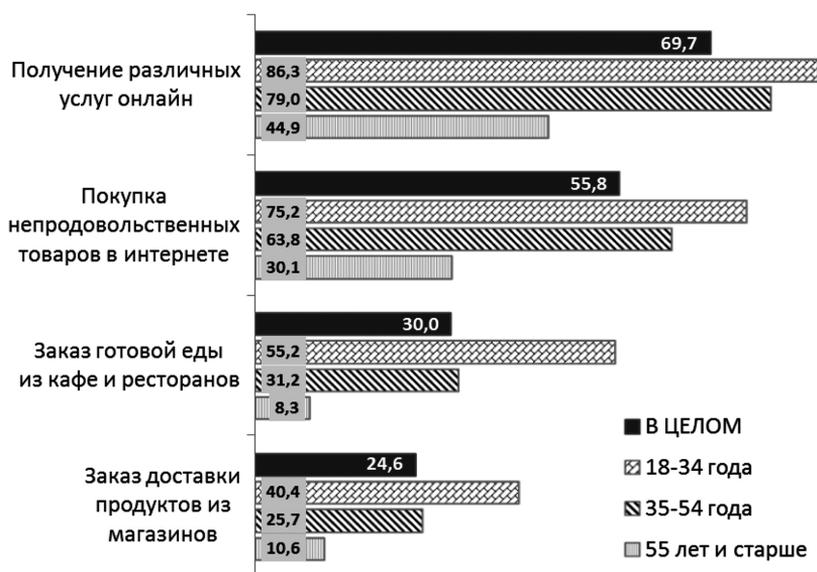
**Тенденции в сфере потребления**

Как показывают результаты наших исследований в период пандемии коронавируса (в условиях, с одной стороны, накопленного потенциала сетевой инфраструктуры, а, с другой – ограничений экономической и социальной активности), тенденция последних лет – существенное расширение включенности россиян в онлайн-взаимодействия для решения широкого круга жизненных задач. Выяснилось, что при сохранении социально-демографической дифференциации в использовании онлайн-технологий, к ним чаще стали обращаться как те, кто и до пандемии активно пользовался сетевыми возможностями, так и те,

кто прежде был пассивен в этом отношении. Рассмотрим, в каких социальных группах и в каких масштабах практика потребления товаров и услуг с использованием онлайн-технологий сохранилась и после снижения эпидемической напряженности.

Получение, с различной периодичностью, услуг (к которым относятся, например, запись на прием к врачу, оформление документов, банковские услуги, заказ такси, покупка билетов и тому подобное) в онлайн-режиме характерно для 70% опрошенных. Более половины респондентов заявили о том, что постоянно или время от времени приобретают через Интернет непродовольственные товары – одежду, книги, технику и т. д. Доставку продуктов, которая оформляется с помощью коммуникационных технологий, использует четверть населения, а заказ готовой еды – около трети.

Анализ дифференциации включенности в потребительские онлайн-практики по половой принадлежности свидетельствует о незначительном преобладании мужчин среди пользователей таких сервисов, однако различия составляют лишь несколько процентных пунктов. В то же время дифференциация в зависимости от возраста выражена гораздо сильнее. Молодежь, что предсказуемо, значительно более активна применительно ко всем рассматриваемым формам потребительского поведения. Представители старшей возрастной когорты кратно реже остальных совершают онлайн-покупки продуктов и заказывают готовую еду. В то же время к получению в онлайн-режиме необходимых услуг, а также к покупке непродовольственных товаров прибегают представители всех выделенных групп, включая старшее поколение (рис. 1).

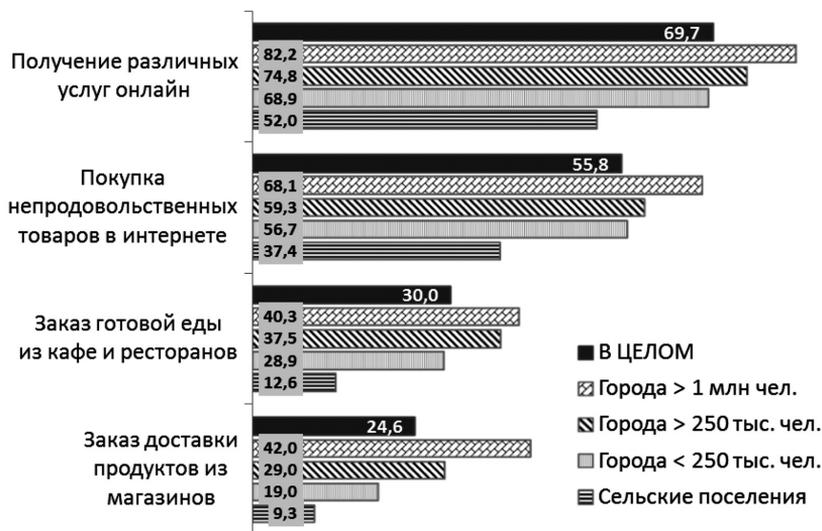


**Рис. 1.** Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, по возрастным группам, апрель 2022 г., % (хотя бы иногда используют)

**Figure 1.** Current consumer practices with use of online communications, by age groups, April 2022, % (those who use it sometimes)

В отношении каждой из потребительских онлайн-практик отмечается четкая прямая зависимость: при переходе к более крупной территориально-поселенческой группе доля опрошенных, использующих интернет-технологии, возрастает. Ожидается, что к заказу

продуктов питания и готовой еды крайне редко прибегают жители сельских поселений. В то же время получают онлайн-услуги и приобретают непродовольственные товары онлайн значительные группы населения, включая жителей сельских населенных пунктов и небольших городов (рис. 2).



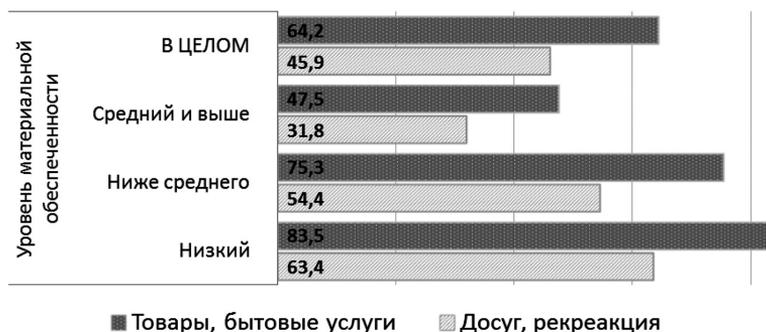
**Рис. 2.** Актуальные потребительские практики с использованием онлайн-коммуникаций, по типам поселений, апрель 2022 г., % (хотя бы иногда используют)

**Figure 2.** Current consumer practices with use of online communications, by types of settlement, April 2022, % (those who use it sometimes)

Уровень материальной обеспеченности – это фактор, который существенно дифференцирует доступность и востребованность потребления товаров и услуг с использованием онлайн-технологий. Представители более обеспеченных групп, доходы которых позволяют без существенных трудностей приобретать не только еду и одежду, но и необходимые предметы длительного пользования, заметно шире вовлечены в практики дистанционного потребления. В то же время малообеспеченные объективно ограничены в потребительских практиках, но даже среди них более половины пользуются онлайн-услугами, а треть совершают онлайн-покупки непродовольственных товаров.

Весной 2022 г., когда обусловленные пандемией проблемы пошли на убыль, дали о себе знать риски новой потребительской нестабильности, вызванные санкционным режимом, а также усложнением и частичным разрывом товарных логистических цепочек. В сложившихся обстоятельствах россияне перешли на ситуативную потребительскую модель, которая предполагает создание товарных запасов на уровне домохозяйства. О приобретении впрок продуктов питания в конце первого квартала 2022 г. заявили 17% опрошенных, лекарств – 15%, непродовольственных товаров – 11%. Наиболее массовой данная потребительская модель оказалась среди жителей мегаполисов, для которых характерны сравнительно развитая структура потребления и большие финансовые возможности. Непродовольственные товары чаще закупают впрок представители молодежных и средневозрастных когорт (16 и 13% соответственно), а лекарственные средства – россияне старшего возраста (18%).

В условиях социально-экономической нестабильности в течение 2022 г. массовой стала практика потребительской экономии. Более 60% опрошенных заявили, что отказались от приобретения некоторых товаров и бытовых услуг либо перешли на их более дешевые аналоги. Чуть менее половины россиян указали на частичный отказ от отдельных рекреационных практик, на оптимизацию соответствующих расходов. Важно отметить, что это касается не только респондентов с низкими доходами, но и представителей относительно благополучной в материальном отношении группы (рис. 3).



**Рис. 3.** Доля респондентов, перешедших к экономии в отношении различных потребительских сегментов на протяжении 2022 г., по группам материальной обеспеченности, ноябрь 2022 г., %

**Figure 3.** The share of respondents who implemented saving practices in 2022, for various consumer segments, by income groups, November 2022, %

Можно заключить, что вынужденные сдвиги в потреблении как повседневных товаров и услуг, так и рекреационно-досуговых услуг, характерны для различных демографических групп населения страны. Выделяются оценки жителей сельских поселений, для которых сужение возможностей в рекреационно-досуговой сфере менее значимо, чем для городских жителей. Представители молодых и средневозрастных когорт оказались крайне близки по показателям потребительской экономии, в то же время опрошенные старших возрастов несколько реже указывают на вынужденную экономию.

### Рекреационно-досуговые практики россиян

Пандемия коронавируса и связанные с ней административные ограничения социальной активности оказали существенное влияние на регулярный досуг россиян. По истечении «года пандемии» 55% опрошенных отметили изменение моделей регулярного времяпрепровождения, обусловленное внешними обстоятельствами, в том числе около четверти зафиксировали существенную динамику в этой сфере. Данные, приведенные на рисунке 4, свидетельствуют о том, что наиболее заметные изменения касаются образа жизни молодежи.

Социально-демографическая дифференциация практик активного досуга различных групп населения на фоне смягчения эпидемической обстановки показана в таблице 2. Мужчины несколько чаще воспроизводят отмеченные поведенческие модели, причем наиболее выраженная гендерная дифференциация (на уровне 10 п.п.) характеризует питание вне дома. Существенная диспропорция по возрастным когортам чаще всего наблюдается в отношении платных форм досуга. Что касается различий, связанных с местом жительства, то сельские жители вдвое реже посещают заведения общепита и культурного досуга, чем горожане, однако дружеское общение присутствует в одинаковой мере во всех типах

поселений. Принципиальные различия характерны для групп по уровню здоровья и материальной обеспеченности: низкие их показатели не только ограничивают участие в культурном и гастрономическом досуге, но и существенно сужают межличностное общение.



Рис. 4. Изменение досуговых практик за период пандемии COVID-19, по возрастным группам, март 2021 г., %

Figure 4. Changes in leisure practices in the COVID-19 pandemic period, by age groups, March 2021, %

Таблица 2

Дифференциация рекреационно-досуговых практик, регулярно или время от времени реализуемых различными социально-демографическими группами населения, апрель 2022 г., % (допускалось несколько ответов)

Table 2

Differentiation of leisure practices implemented by various socio-demographic groups of population on a regularly or occasional basis, April 2022, % (several answers were possible)

Группы	Рекреационно-досуговые практики		
	Питание вне дома	Посещение кинотеатров, музеев, концертов и т. п.	Встречи с друзьями
В среднем	35,6	28,8	70,6
Гендерные группы			
Мужчины	41,0	30,7	75,1
Женщины	31,0	27,2	66,8
Возрастные группы			
18–34 года	60,2	38,7	83,1
35–54 года	38,3	29,7	70,3
55 лет и старше	12,3	19,6	60,9
Тип поселения			
Сельские поселения	20,5	15,5	67,0
Города	40,1	32,7	71,9
Уровень здоровья (по самооценке)			
Очень хорошее	61,9	45,3	84,7
Хорошее	51,0	39,2	80,2

Продолжение табл. 2

Группы	Рекреационно-досуговые практики		
	Питание вне дома	Посещение кинотеатров, музеев, концертов и т. п.	Встречи с друзьями
Среднее	26,4	23,4	66,7
Плохое	14,2	11,3	50,5
Очень плохое	10,1	6,7	44,4
Уровень материальной обеспеченности (по самооценке)			
Средний и выше	54,2	42,9	79,6
Ниже среднего	28,1	23,5	69,3
Низкий	13,9	11,9	56,8

Результаты опроса, проведенного в начале 2023 г., показывают, что около 70% россиян позитивно оценивают возможности времяпрепровождения, однако полностью удовлетворена ими только треть опрошенных. Субъективное восприятие ситуации в этой жизненной сфере достаточно равномерно характеризует представителей всех половозрастных групп. Самые молодые из опрошенных несколько реже бывают абсолютно удовлетворены, однако различия здесь незначительны.

Самый низкий уровень удовлетворенности досуговыми практиками зафиксирован в крупных городах: только 28% жителей мегаполисов полностью устраивает то, как они проводят свободное время, тогда как 34% входят в зону относительной или абсолютной неудовлетворенности. С переходом к каждой следующей (меньшей) территориально-поселенческой группе позитивное восприятие актуальных форм регулярного времяпрепровождения нарастает, достигая максимума в сельских поселениях. Довольно высока удовлетворенность проведением досуга среди представителей обеспеченных слоев (средний уровень и выше), которые обладают сравнительно широкими возможностями: более 40% из них заявили о том, что ситуация их «полностью устраивает». Среди малообеспеченных ситуация обратная: 45% из них негативно оценивают свои возможности, в том числе 22% абсолютно не удовлетворены проведением досуга (рис. 5).

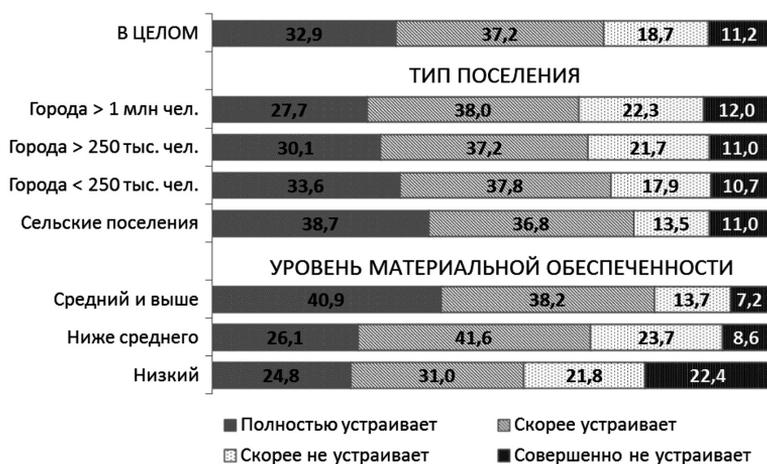


Рис. 5. Уровень удовлетворенности проведением досуга, свободного времени, февраль 2023 г., %

Figure 5. The level of satisfaction with leisure time, February 2023, %

Обращает на себя внимание тот факт, что около 40% опрошенных отмечают, что вынуждены были отказаться от прежде доступных форм досуга. В первую очередь это касается малообеспеченных респондентов, молодежи и жителей крупных городов.

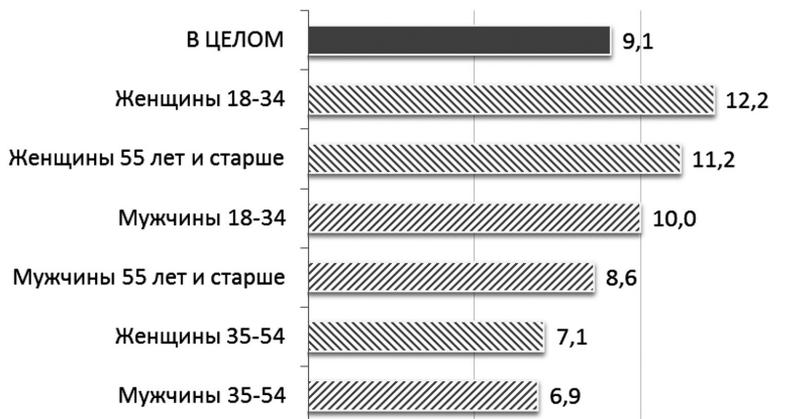
### **Структура и ресурсная значимость социальных взаимодействий**

Эмоциональный и ментальный комфорт в значительной степени определяется наличием у человека среды доверительного общения. В условиях высокой нестабильности повседневной жизни россиян, неопределенности социально-экономических перспектив и цензурирования общественных коммуникаций доверие к ближайшему социальному окружению может не только помогать в принятии решений в сложных жизненных ситуациях, но и иметь выраженный терапевтический эффект. Результаты опроса, проведенного в апреле 2022 г., показывают, что более 90% россиян имеют партнеров по доверительному общению среди близких друзей, родственников, коллег и прочих представителей референтных групп. Социально-демографическая дифференциация населения с точки зрения наличия круга доверительного общения крайне незначительна, при этом несколько чаще коммуникативную замкнутость демонстрируют мужчины, люди среднего возраста и жители малых населенных пунктов. Более значимы различия, определяемые ресурсной обеспеченностью: представители групп с невысоким уровнем образования, низким материальным статусом, безработные чаще склонны к выраженной (возможно, вынужденной) замкнутости. Природа такого поведения может быть как социально обусловлена, так и связана с психологическими проблемами, характерными для тех, кто пребывает в состоянии социального отчуждения. Как показывают результаты исследования, на отсутствие в своем окружении людей, которым респонденты могли бы доверить сокровенные мысли и переживания, указывают 13% опрошенных без профессионального образования, 17% безработных и 22% малообеспеченных.

Реципиентами регулярной значимой материальной помощи со стороны социального окружения (проживающих отдельно родственников или друзей) выступают 9% респондентов. Уровень дифференциации по распространенности такой поддержки по демографическим группам не очень велик (порядка 3–5 п.п.), однако различия статистически значимы и иллюстрируют актуальные закономерности: чаще других регулярную материальную помощь получают молодые мужчины и женщины (18–34 года), а также женщины старших возрастных групп (от 55 лет). Реже всего реципиентами выступают представители средней возрастной когорты (рис. 6).

Важно, что 80% россиян полагают, что в случае необходимости могут рассчитывать на какую-либо помощь со стороны хотя бы одной из субъектных групп персонального или институционального социального окружения (к таким группам в исследовании отнесены родственники, друзья, коллеги, государственные органы, общественные и религиозные организации). В наиболее уязвимом положении, когда возможности получить потенциально необходимую помощь не просматриваются даже гипотетически, находятся россияне старшего возраста, а также те, кто ограничен в собственных ресурсах (здоровья, стабильной занятости и сбережений).

Субъектной группой, на представителей которой наиболее часто возлагают надежды в случае трудной жизненной ситуации, являются родственники (73%), что ожидаемо. В полтора раза реже опрошенные рассчитывают на друзей и коллег, около 20% полагаются на помощь государственных органов. Реже всего люди рассчитывают на поддержку общественных и религиозных институций.



**Рис. 6.** Распространенность получения регулярной значимой материальной помощи от проживающих отдельно родственников и друзей, по половозрастным группам, апрель 2022 г., %

**Figure 6.** Prevalence of obtaining regular significant financial support from friends and relatives living separately, by sex and age groups, April 2022, %

Иерархия источников потенциальной помощи едина для представителей всех демографических групп, различия здесь незначительны. Скажем, мужчины более склонны полагаться на поддержку друзей и коллег, чем женщины, а молодежь в целом более позитивно оценивает ситуацию, чем представители старших возрастов (табл. 3).

Таблица 3

**Субъекты потенциальной помощи и поддержки в случае необходимости, по возрастным и гендерным группам, апрель 2022 г., % (допускалось несколько ответов)**

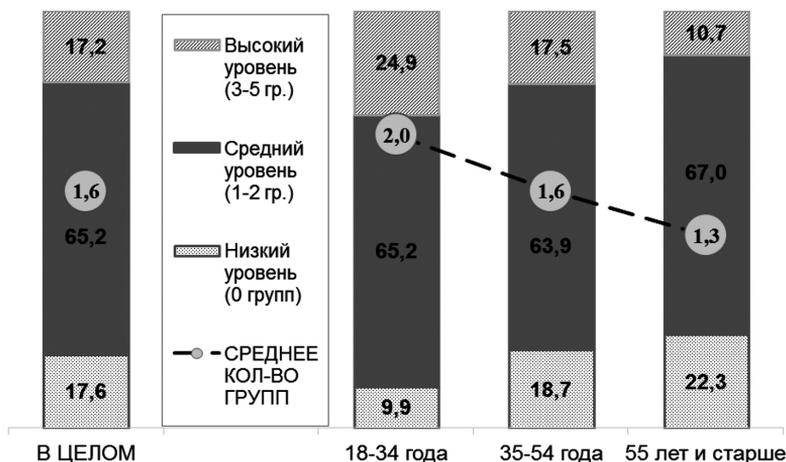
Table 3

**Subjective groups perceived as potential actors of help and support in case of necessity, by age and gender groups, April 2022, % (several answers were possible)**

Субъекты помощи	Возрастные группы			Гендерные группы		В среднем
	18–34 года	35–54 года	55 лет и старше	Мужчины	Женщины	
Проживающие отдельно родственники	82,4	71,1	68,9	74,6	72,3	73,3
Друзья, коллеги	60,7	48,4	32,0	51,8	41,7	46,3
Гос. органы, в т. ч. социальные службы	23,2	17,4	14,9	18,0	18,3	18,1
Церковь, религиозные организации	14,5	12,9	8,6	12,1	11,7	11,9
Общественные организации	15,7	9,2	5,0	10,2	9,0	9,5

Суммирование количества субъектных групп, которые воспринимаются в качестве источников необходимой помощи, позволяет определить уровень социальных взаимодействий, а это важный индикатор социального капитала. По этому показателю две трети россиян рассчитывают на поддержку одной или двух субъектных групп, то есть относятся к той части населения, которая располагает средним социальным капиталом (с точки зрения его субъектной широты). Высоким уровнем социального капитала, то есть предполагае-

мой возможностью получить помощь трех и более субъектных групп, располагают 17% россиян. При этом подтверждаются возрастные особенности, в соответствии с которыми по мере старения субъектная широта потенциально полезных социальных связей существенно снижается (рис. 7).



**Рис. 7.** Уровень субъектной широты ресурсных социальных взаимодействий (количество субъектных групп потенциальной помощи и поддержки), по возрастным группам, апрель 2022 г., %

**Figure 7.** The level of subjects' resource social interactions (the quantity of actors' groups with potential assistance and support), by age groups, April 2022, %

Наиболее распространенный вид потенциально ожидаемой помощи со стороны социального окружения связан с вербальной коммуникацией: около 80% респондентов считают, что в случае необходимости могут рассчитывать на человеческое участие, моральную поддержку или совет. На содействие в решении бытовых вопросов надеются 71% опрошенных, а около половины – на материальное вспомоществование или на помощь в трудоустройстве.

\* \* \*

Как показали проведенные исследования, потребление услуг и товаров в онлайн-режиме дифференцировано в зависимости от возраста, места жительства и дохода. За последние годы подобные практики получили широкое распространение благодаря развитию сетевой инфраструктуры и структуры потребительского предложения, а также вследствие адаптации к внешним ограничениям во время пандемии коронавируса. Это касается как всего населения, так и большинства социально-демографических групп. Вместе с тем наблюдается некоторое увеличение «разрыва включенности» в онлайн-практики между более и менее активными в этом отношении общественными группами.

В условиях повышения (с весны 2022 г.) новых рисков социально-экономической нестабильности проявились негативные ожидания относительно инфляции и сужения товарного предложения, что привело к воспроизводству различными группами россиян

практики покупок про запас. В 2022 г. две трети россиян отметили снижение потребления товаров и бытовых услуг, причем это касается не только низкодоходных групп, но и сравнительно состоятельных респондентов.

Пандемия коронавируса и административные меры, связанные с ограничением социальной активности и сужением возможностей проведения досуга, привнесли в жизнь россиян ощущение новой реальности, которая потребовала специальных адаптационных усилий. По истечении года, прожитого в условиях пандемии, весной 2021 г. более половины респондентов указали на изменение своих рекреационно-досуговых практик. Социологические замеры последнего времени показывают, что большинство россиян в целом удовлетворены своим досугом, но при этом доля безусловно позитивных оценок составляет только 35%. Зона негатива в восприятии возможностей в сфере досуга несколько расширена за счет молодежной когорты и жителей крупных городов. Наиболее существенные ограничения в рекреационной сфере предсказуемо испытывают представители наименее обеспеченных групп россиян, которые вынуждены отказываться от прежде доступных форм досуга. Подобная тенденция чревата углублением и закреплением негативного эмоционального фона в обществе и содержит в себе риск снижения человеческого капитала.

Что касается социальных взаимодействий, то потенциал большинства россиян довольно значителен. Однако обращает на себя внимание тот факт, что люди рассчитывают на моральную и материальную поддержку в первую очередь близкого социального окружения, а не государственных или общественных институтов. В условиях нестабильности, затрагивающей массовые группы населения, можно ожидать снижения ресурсных возможностей многих участников объектно-субъектных цепочек социальных взаимодействий, что представляет значимый риск социального неблагополучия.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ/REFERENCES

Абрамов Р.Н., Зудина А.А. (2010) Социальные инноваторы: досуговые практики и культурное потребление // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. № 6 (100). С. 134–142.

Abramov R.N., Zudina A.A. (2010) Social'nye innovatory: dosugovye praktiki i kulturnoe potreblenie [Social innovators: leisure practices and cultural consumption]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal (Public Opinion Monitoring)*, no. 6 (100), pp. 134–142. (In Russ.)

Бодрийяр Ж. (2006) Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция; Республика. 269 с.

Baudrillard J. (2006) Obschestvo potrebleniya. Ego mify i struktury [Consumer society. It's myths and structures]. Moscow: Kul'turnaya revolyuciya; Respublika. 269 p. (In Russ.)

Бурдьё П. (2005) Различение: социальная критика суждения // Экономическая социология. Т. 6. № 3. С. 25–49.

Bourdieu P. (2005) Razlichenie: socialnaya kritika suzheniya [Distinction: A Social Critique of Judgment]. *Ekonomicheskaya sociologiya*, vol. 6, no. 3, pp. 25–49. (In Russ.)

Вебер М. (1990) Избранные произведения. М.: Прогресс. 808 с.

Weber M. (1990) Izbrannye proizvedeniya [Selected works]. Moscow: Progress. 808 p. (In Russ.)

Вебер М. (1994) Основные понятия стратификации // Социологические исследования. № 5. С. 146–156.

- Veber M. (1994) Osnovnye ponyatiya stratifikatsii [Basic concepts of stratification]. *Sociologicheskie issledovaniya*, no. 5, pp. 146–156. (In Russ.)
- Веблен Т. (1984) Теория «праздного класса». М.: Прогресс. 367 с.
- Veblen T. (1984) Teoriya «prazdnogo klassa» [The theory of the «leisure class»]. Moscow, Progress. 367 p. (In Russ.)
- Викторова О.В. (2017) Типологизация социальных групп на основе стиля жизни // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. № 10(84): в 2-х ч. Ч. 1. С. 36–39.
- Viktorova O.V. (2017) Tipologizatsiya social'nyh grupp na osnove stilya zhizni [Typologization of social groups based on lifestyle]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*. Tambov: Gramota, no. 10(84), in 2 parts, part 1, pp. 36–39. (In Russ.)
- Возьмитель А.А. (ред.) (1992) Образ жизни в условиях перестройки. М.: Институт социологии РАН. 171 с.
- Vozmitel A.A. (ed.) (1992) Obraz zhizni v usloviyah perestroiki [Lifestyle in the conditions of perestroika]. Moscow, Institut sociologii RAN. 171 p. (In Russ.)
- Гурова О.Ю., Харченко Ю.В. (2010) Спортинг: спорт, досуг и стили потребления в современной России // Экономическая социология. Т. 11. № 2. С. 73–90.
- Gurova O.Yu., Harchenko Yu.V. (2010) Sporting: sport, dosug i stili potrebleniya v sovremennoi Rossii [Sporting: sports, leisure and consumption styles in modern Russia]. *Ekonomicheskaya sociologiya*, vol. 11, no. 2, pp. 73–90. (In Russ.)
- Дюркгейм Э. (1996) О разделении общественного труда. М.: Канон. 432 с.
- Durkheim E. (1996) O razdelenii obshchestvennogo truda [On the division of social labor]. Moscow, Kanon. 432 p. (In Russ.)
- Заславская Т.И. (ред.) (1980) Методология и методика системного изучения советской деревни. Новосибирск: Наука. 344 с.
- Zaslavskaya T.I. (ed.) (1980) Metodologiya i metodika sistemnogo izucheniya sovetsskoi derevni [Methodology and methods of systematic study of the Soviet village]. Novosibirsk: Nauka. 344 p. (In Russ.)
- Зиммель Г. (1996) Мода // Зиммель Г. Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М.: Юристъ, С. 266–291.
- Simmel G. (1996) Moda [Fashion]. In: *Simmel G. Izbrannoe. [Selected works] Vol. 2. Sozercanie zhizni*. Moscow: Yurist, pp. 266–291. (In Russ.)
- Инглхарт Р., Вельцель К. (2011) Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство. 464 с.
- Inglehart R., Welzel K. (2011) Modernizatsiya, kulturnye izmeneniya i demokratiya: Posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiya. [Modernization, cultural change and democracy: The sequence of human development]. Moscow: Novoe izdatel'stvo. 464 p. (In Russ.)
- Киселев Е.А. (2013) Анализ потребительского поведения в контексте стиля жизни современных российских предпринимателей // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. № 2. С. 65–71.
- Kiselev E.A. (2013) Analiz potrebitelskogo povedeniya v kontekste stilya zhizni sovremennyh rossiiskih predprinimatelei [Analysis of consumer behavior in the context of the lifestyle of modern Russian entrepreneurs]. *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Povolzhskij region. Obshchestvennyye nauki*, no. 2, pp. 65–71. (In Russ.)
- Корсунова В.И. (2017) Публичные досуговые практики в России: статусные различия и структурные особенности // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. № 5. С. 194–213.

Korsunova V.I. (2017) Publichnye dosugovye praktiki v Rossii: statusnye razlichiya i strukturnye osobennosti [Public leisure practices in Russia: status differences and structural features]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal (Public Opinion Monitoring)*, no. 5, pp. 194–213. (In Russ.)

Красильникова М.Д., Пишняк А.И., Горина Е.А., Корчагина И.И. (2021) Перемены в уровне жизни российских семей в связи с пандемией COVID-19 // «Черный лебедь» в белой маске. Аналитический доклад НИУ ВШЭ к годовщине пандемии COVID-19. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. С. 17–38.

Krasilnikova M. D., Pishnyak A. I., Gorina E. A., Korchagina I. I. (2021) Peremeny v urovne zhizni rossijskikh semej v svyazi s pandemiej SOVID-19 [Changes in the standard of living of Russian families in connection with the COVID-19 pandemic]. In: *«Black Swan» in a white mask. HSE Analytical Report on the anniversary of the COVID-19 pandemic*. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics. P. 17–38. (In Russ.)

Левада Ю.А. (ред.) (1993) Советский простой человек. Опыт социального портрета на рубеже 90-х. М.: Мировой океан. 299 с.

Levada Yu.A. Sovetskii prostoi chelovek. Opyt socialnogo portreta na rubezhe 90-h. [A Soviet simple man. Experience of social portrait at the turn of the 90s]. Moscow, Mirovoi okean. 299 p. (In Russ.)

Левыкин И.Т., Возьмитель А.А. (ред.) (1984) Советский образ жизни. Состояние, мнения и оценки советских людей. М.: ИСИ АН СССР. 163 с.

Levykin I.T, Vozmitel A.A. (1984) Sovetskii obraz zhizni. Sostoyanie, mneniya i otsenki. [The Soviet Lifestyle. State, opinions and assessments of Soviet people]. Moscow, ISI AS SSSR. (In Russ.)

Логинов Д.М. (2020) Социальное самочувствие российского населения в период острой фазы эпидемиологического кризиса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 6. С. 470–487. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1708>

Loginov D.M. (2020) Social'noe samochuvstvie rossijskogo naseleniya v period ostroj fazy epidemiologicheskogo krizisa [Social Well-Being of the Russian Population During the Acute Stage of the Epidemiological Crisis]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no. 6, pp. 470–487. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.6.1708> (In Russ.)

Маркс К., Энгельс Ф. (1957) Сочинения. М.: Политиздат. Т. 8. 689 с.

Marks K., Engels F. (1957) Sochineniya [Essays]. Moscow: Politizdat. Vol. 8. 689 p. (In Russ.)

Николаева О.В. (2011) Стиль жизни пенсионеров как социологическая проблема (на основе конкретно-социологических исследований в г. Казани) // Известия Саратовского университета. Т. 11. Серия Социология. Политология. Вып. 4. С. 30–36.

Nikolaeva O.V. (2011) Stil zhizni pensionerov kak sociologicheskaya problema (na osnove konkretno-sociologicheskikh issledovaniy v g. Kazani) [The lifestyle of pensioners as a sociological problem (based on concrete sociological research in Kazan)]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta*. vol. 11, Seriya Sociologiya. Politologiya. Is. 4, pp. 30–36. (In Russ.)

Омельченко Е.Л. (ред.) (2020) Молодежь в городе: культуры, сцены и солидарности. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. 502 с.

Omelchenko E.L. (ed.) (2020) Molodyozh v gorode: kultury, sceny i solidarnosti [Youth in the City: Cultures, Scenes and Solidarity]. Moscow: Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki. 502 p. (In Russ.)

Преснякова Л., Гашенина Н. (2021) Экономика и пандемия // Социология пандемии. Проект коронаФОМ / Рук. авт. колл. А.А. Ослон. М.: Институт Фонда Общественное Мнение (инФОМ). С. 116–151.

Presnyakova L., Gashenina N. (2021) Ekonomika i pandemiya [Economy and Pandemic]. In: *Oslon A.A. (ed.) Sociology of the pandemic. KoronaFOM project*. Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation (inform). P. 116–151. (In Russ.)

Пушкарева Н.Л. (2005) «История повседневности» и этнографическое исследование быта: расхождения и пересечения // Гласник этнографског института САНУ (Белград, Сербия). № 53. С. 21–34.

Pushkaryova N.L. (2005) «Istoriya povsednevnosti» i etnograficheskoe issledovanie byta: raskhozhdeniya i peresecheniya [«The history of everyday life» and the ethnographic study of everyday life: divergences and intersections]. *Glasnik etnografskog instituta SANU (Belgrad, Serbiya)*. no. 53, pp. 21–34. (In Russ.)

Римашевская Н.М., Маркова Н.Е., Крошилилин С.В. (2013) Методология комплексного мониторинга населения в Таганроге // Народонаселение. № 4. С. 73–85.

Rimashevskaya N.M., Markova N.E., Kroshilin S.V. (2013) Metodologiya kompleksnogo monitoringa naseleniya v Taganroge [Methodology of integrated population monitoring in Taganrog]. *Narodonaselenie*. no. 4, pp. 73–85. (In Russ.)

Римашевская Н.М., Оников Л.А. (ред.) (1988) Народное благосостояние: методология и методика исследования. М.: Наука. 302 с.

Rimashevskaya N.M., Onikov L.A. (eds.) (1988) Narodnoe blagosostoyanie: metodologiya i metodika issledovaniya. Moscow: Nauka. 302 p. (In Russ.)

Рощина Я.М. (2007) Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга // Экономическая социология. Т. 8. № 4. С. 23–40.

Roshchina Ya.M. (2007) Differenciaciya stilei zhizni rossiyan v pole dosuga [Differentiation of life styles of Russians in the field of leisure]. *Ekonomicheskaya sociologiya*. vol. 8, no. 4, pp. 23–40. (In Russ.)

Сохань Л.В., Головаха Е.И., Тихонович В.А. (1982) Стиль жизни личности: теоретические и методологические проблемы. Киев: Наукова думка. 307 с.

Sohan L.V., Golovaha E.I., Tihonovich V.A. (1982) Stil zhizni lichnosti: teoreticheskie i metodologicheskie problemy [Personal lifestyle: theoretical and methodological problems]. Kyiv: Naukova dumka. 307 p. (In Russ.)

Теннис Ф. (2002) Общность и общество: Основные понятия чистой социологии. СПб.: Владимир Даль. 386 с.

Tennis F. (2002) Obshchnost i obshchestvo: Osnovnye ponyatiya chistoi sociologii [Community and society: Basic concepts of pure sociology]. St. Petersburg: Vladimir Dal. 386 p. (In Russ.)

Chaney D. (1996) Lifestyles. London: Routledge. 208 p.

Giddens A. (1991) Modernity and self-identity. Stanford (California): Stanford university press. 256 p.

Hradil S. (2001) Eine Alternative? Einige Anmerkungen zu Thomas Meyers Aufsatz. Das Konzept der Lebensstile in der Sozialstrukturforschung [An alternative? Some remarks on Thomas Meyer's article on «The concept of lifestyles in the study of social structure»]. *Soziale Welt*. no. 52 (3), pp. 273–282.

Simmel G. (2004) The Philosophy of Money. Ed. David Frisby. London: Routledge. 543 p.

Sobel M.E. (1981) Lifestyle and Social Structure: concepts, definitions, analyses. New York: Academic Press. 226 p.

Sobel M.E. (1983) Lifestyle expenditures in contemporary America: relations between stratification and culture // American Behavioral Scientist. no. 26 (4), pp. 521–533.

### Информация об авторах

**Логинов Дмитрий Михайлович**, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Института социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС). Адрес: Россия, 119034, Москва, Пречистенская наб., 11. E-mail: loginov-dm@ranepa.ru

**Титов Владимир Николаевич**, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник Института социального анализа и прогнозирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС). Адрес: Россия, 11903, Москва, Пречистенская наб., 11. E-mail: titov-vn@ranepa.ru

### About the author

**Dmitry M. Loginov**, Candidate of Sciences (Economics), Senior Research Fellow, Institute of Social Analysis and Forecasting, The Russian Presidential Academy of National and Public Administration (RANEPA). Address: 11, Prechistenskaya nab., 119034, Moscow, Russian Federation. E-mail: loginov-dm@ranepa.ru

**Vladimir N. Titov**, Doctor of Sciences (Economics), Leading Research Fellow, Institute of Social Analysis and Forecasting, The Russian Presidential Academy of National and Public Administration (RANEPA). Address: 11, Prechistenskaya nab., 119034, Moscow, Russian Federation. E-mail: titov-vn@ranepa.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 28.04.2023

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 22.06.2023

Статья принята к публикации / Accepted: 22.11.2023