

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

DOI: 10.15838/sa.2024.3.43.9

УДК 332.1,316.4 | ББК 65.050.2:60.524

© Груздева М.А., Жданова А.Э.

МОЛОДЕЖЬ РЕГИОНА: ДИНАМИКА СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК



МАРИЯ АНДРЕЕВНА ГРУЗДЕВА

Вологодский научный центр Российской академии наук
Вологда, Российская Федерация
e-mail: mariya_antonovarsa@mail.ru
ORCID: [0000-0001-8759-4953](https://orcid.org/0000-0001-8759-4953); ResearcherID: [H-4981-2017](https://orcid.org/H-4981-2017)



АНГЕЛИНА ЭДУАРДОВНА ЖДАНОВА

Вологодский научный центр Российской академии наук
Вологда, Российская Федерация
e-mail: angelinazhdanova99@mail.ru
ORCID: [0000-0002-4526-3571](https://orcid.org/0000-0002-4526-3571)

В статье предпринята попытка проанализировать рефлексию местного населения, в частности молодых людей, на сформировавшиеся в обществе ориентиры, достигнутые результаты, проводимую политику властей. Понимание социокультурных особенностей социально-демографических групп населения важно для создания актуальной базы, которая может быть использована при формировании решений управленцами. В статье представлен анализ результатов мониторинга социокультурного развития Вологодской области, проведенного Вологодским научным центром РАН в 2008, 2010, 2012, 2015, 2019, 2020, 2021, 2023 гг. Целью исследования стал анализ трансформаций социокультурных характеристик молодежи региона. Показаны территориальная идентичность и миграционные настроения молодежи, ее социальное окружение, основные ориентиры и характеристики активности. Подробно рассмотрена трансформация ценностной структуры этой группы в 2008 и 2023 гг. Определены различия между группами молодых людей в возрасте 18–24 и 25–35 лет в отношении поддержки базовых терминальных и инструментальных ценностей. Молодые люди показывают значительную приверженность малой родине и региону проживания, что проявляется в их гражданской активности; демонстрируют культурную активность, чаще всего находят взаимопонимание среди своих

родных. Ценностная структура молодежи изменчива. Она трансформировалась в течение 16-летних наблюдений, причем изменения были разнонаправленными: снизилась традиционная ценность семьи, но повысилась значимость традиции как таковой. Среди универсальных общечеловеческих ценностей выросла значимость благополучия, но снизилась ценность работы. В рамках посттрадиционных ценностей жизнь человека устойчиво определяется как интегрирующее ядро, в то же время снижается ценность инициативности. Практическая значимость определяется возможностью использования актуальных данных о региональной молодежи в создании инструментов молодежной политики.

Социокультурные характеристики, молодежь, идентичность, ценностные ориентации, социальное окружение, отношение к региону, региональное сообщество.

Введение

Данное исследование является частью работ в рамках реализации межрегиональной программы «Проблемы социокультурной эволюции России и ее регионов» под руководством Н.И. Лапина. Вологодская область наряду с 25 другими регионами включена в данный проект. Вологодская область проводит опросы населения региона для наблюдения за его социокультурным развитием, участвует в создании атласов социокультурного развития и модернизации территорий. Знаковыми итогами данной работы являются коллективные научные труды (Ильин и др., 2008; Окулова и др., 2009; Ильин и др., 2016). Использование антропосоциетального подхода Н.И. Лапина позволяет фиксировать рефлексию местного населения на сформировавшиеся в обществе ориентиры, достигнутые результаты, проводимую политику властей (Лапин, 2006). Это, наряду с объективными социально-экономическими условиями, является индикатором социального самочувствия, отношения к месту проживания, миграционных установок жителей региона.

Вхождение в программу послужило стимулом к расширению тематических направлений научных исследований в Вологодской области. В частности, в данной статье обратимся к рассмотрению динамики социокультурных характеристик молодежи региона за 16 лет, в т. ч. территориальной идентичности молодых людей, их социального окружения, основных ориентиров и активности, трансформации ценностной структуры.

Молодежь является объектом анализа многих зарубежных и отечественных исследователей. С одной стороны, для данной группы характерны инновационность, креативность, высокие адаптивные качества (И. Ильинский, А. Ковалева, М. Реут, А. Тесленко), с другой – высокая степень неопределенности, неустойчивости социального и экономического положения, что может способствовать формированию девиантности, дезадаптации (Горшков, 2010; Горшков, 2020). Во многих работах исследуются социально-экономическое положение, ценности и жизненные смыслы, гендерные характеристики, модели самоорганизации молодежи и другие аспекты. Кроме того, молодежь не является однородной группой, что требует специального изучения. Молодое поколение выступает ресурсом трудового, интеллектуального и творческого развития территорий, от его ценностной структуры, жизненных ориентиров и интересов зависит настоящее и будущее региона, успешность развития экономики, поэтому его характеристики важно учитывать при стратегировании, определении направлений развития области.

Изучению проблем современной молодежи, ее социальной стратификации, ценностных ориентаций, политической социализации и положения на рынке труда через поколенческий анализ посвящены исследования разработчика типовой программы и методики оценки социокультурного портрета региона д-ра социол. наук Л.А. Беляевой (Беляева, 2020; Беляева, 2022).

Оценка мотивации и трудовых ценностей, социального самочувствия молодежи Тюменской области осуществлена в работах (Андрианова и др., 2018; Ромашкина, Давыденко, 2018).

В зону интересов Е.В. Каргополовой входят различные вопросы образа жизни, параметров социализации и активности молодежи. «На основе результатов социологического исследования, проведенного с 2014 по 2019 год среди студенчества вузов Астрахани, Волгограда и Москвы, участниками программы зафиксировано противоречие между необходимым для успешной адаптации к жизни в цифровом обществе и имеющимся уровнем информационных компетенций» (Каргополова и др., 2020).

Коллектив ВолНЦ РАН также обращался к изучению социокультурных характеристик молодежи. В частности, одними из последних были рассмотрены различия в социокультурном образе сельской и городской молодежи (Калачикова, Груздева, 2018а; Калачикова, Груздева, 2018b; Калачикова, Груздева, 2019; Шабунова и др., 2022).

Безусловно, и другие участники программы так или иначе обращались к рассмотрению такой важной социально-демографической группы, как молодежь. Однако многие вопросы, в частности их региональная специфика, основания межрегиональной дифференциации, остаются малоизученными. Кроме того, сформированная эмпирическая база позволяет проводить длительные наблюдения за социокультурным портретом отдельных групп населения. Это подтверждает востребованность исследований по данной проблематике.

Цель исследования состоит в анализе и фиксации трансформаций социокультурных характеристик молодежи в период с 2008 по 2023 год.

Новизна работы заключается в изучении трансформации социокультурных характеристик молодежи Вологодской области, в частности изменения ценностной структуры, на уникальной базе наблюдений за населением региона.

Материалы и методы

Изучение социокультурных характеристик базируется на типовой методике и инструментарии «Социокультурный портрет региона России» (модификация 2010 года), разработанной специалистами Центра изучения социокультурных изменений Института философии РАН Н.И. Лапиным, Л.А. Беляевой (Лапин, Беляева, 2010).

Для изучения идентичности с местом проживания нами использован коэффициент интенсивности близости (Киб), рассчитанный как отношение доли респондентов, отметивших наличие близости, к доле населения, отметившего чувство отдаленности. Доли рассчитываются среди ответивших на вопрос анкеты «В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдаленность («свое» – «чужое») с такими людьми, как...?» (Лапин, Беляева, 2010).

Согласно М. Рокичу (Рокич, 1973; Rokeach, 1973), ценностная ориентация так или иначе воздействует на экономику, политику, культуру и т. д. Ценности разделены на терминальные (касающиеся целей индивидуального существования) и инструментальные (связанные с образом действий и достижения целей). Нами для измерения ценностей использована методика, разработанная в Центре социокультурных исследований Института философии РАН членом-корреспондентом РАН, д-ром филос. наук Н.И. Лапиным. В ее основе лежит минимальная модель базовых ценностей. Базовые ценности – это предельно обобщенные цели (идеалы) людей и столь же общие средства приближения к целям, то есть терминальные и инструментальные ценности.

Инструментарий на протяжении многих лет апробируется на территории Вологодской области исследовательским коллективом Вологодского научного центра РАН. Проведены социологические опросы населения в 2008, 2010, 2012, 2015, 2019, 2020, 2021, 2023 гг. В период 2008–2021 гг. выборка респондентов состояла из жителей г. Вологда, Череповец, а также 8 муниципальных районов, объем выборочной совокупности составлял 1500 человек, в 2023 году

выборка составила 1800 человек из всех 28 муниципальных образований региона.

Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населенных пунктов различных типов (сельские населенные пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Ошибка выборки не превышает 3%. Исследователи дифференцированно подходят к определению возрастных границ молодого населения. В 2020 году официальный возраст молодежи в России был пересмотрен и установлен в рамках 14–35 лет. Учитывая это и тренды удлинения периода социализации молодых людей, в нашем исследовании для анализа использован возраст 18–35 лет. Проведено сравнение с группой населения в возрасте 36 лет и старше, изучена ценностная структура молодежных групп в возрасте 18–24 и 25–35 лет.

Для реализации цели использован комплекс научных методов, в частности сравнительный анализ, статистический анализ, социологические методы. Для анализа результатов применяются методы системно-структурного анализа.

Объект исследования – Вологодская область.

Период исследования с 2008 по 2023 год позволяет анализировать длинные ряды наблюдения за социокультурными характеристиками молодежи Вологодской области. В некоторых случаях временные ряды изменены или сокращены ввиду трансформации инструментария социологического опроса.

Результаты

Территориальная идентичность молодежи Вологодской области

Как показывают результаты опроса, большая часть молодых респондентов – более 70% (табл. 1) длительное время (16–25 лет и более 25 лет) проживает на территории Вологодской области. Таким образом, можно отметить, что для большей части молодых людей взросление, формирование поведенческих и ценностных характеристик происходило под влиянием социокультурного облика региона.

По отношению к региону проживания молодые люди в целом испытывают положительные чувства: 39% молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет и 42% людей старше 36 лет полностью удовлетворены местом проживания и рады тому, что проживают в Вологодской области; 34% молодежи и 36% людей старше 36 лет отмечают, что в целом довольны, но есть моменты, которые их не устраивают (табл. 2). Однако стоит отметить, что у молодых людей в большей степени, чем у старшей возрастной группы, выражено желание уехать в другой регион России – 7% против 2%. В ряде исследований отражены аналогичные результаты.

Вместе с тем на протяжении периода исследования наблюдается положительная динамика в ответах респондентов. Так, в 2023 году по сравнению с 2008 годом среди молодых людей на 10 п. п. увеличилась доля респондентов с положительной оценкой места проживания, тогда как удельный вес отмечавших, что многое их не устраивает, сократился на 10 п. п.

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос «Давно ли Вы живете в этом городе (поселке, селе, деревне)?», % от числа ответивших

Вариант ответа	2008 год		2010 год		2012 год		2015 год		2021 год		2023 год	
	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше
До 5 лет	12,6	3,2	9,1	3,1	7,4	3,5	8,4	2,6	4,7	2,9	4,5	2,0
5–15 лет	19,2	12,6	13,0	4,8	13,6	4,6	13,3	4,6	8,7	4,3	14,2	6,1
16–25 лет	40,7	17,1	44,1	9,7	39,6	10,9	25,3	6,2	33,9	6,1	36,9	10,6
Больше 25 лет	27,5	67,1	33,8	82,5	39,4	81,1	53,0	86,7	52,6	86,8	44,4	81,3

Источник: здесь и далее, если не указано иное, данные опроса «Социокультурный портрет региона», проводимого ФГБУН ВолНЦ РАН на территории Вологодской области.

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос «Какие чувства Вы испытываете по отношению к региону проживания?», % от числа ответивших

	2008 год		2010 год		2012 год		2015 год		2017 год		2021 год		2023 год		Изменение, 2023 год к 2008 году	
	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше
Я рад, что живу здесь	29,7	29,7	29,3	28,4	27,4	30,3	25,6	26,3	18,4	27,2	24,7	33,4	39,2	41,5	+9,5	+11,8
В целом я доволен, но многое не устраивает	43,1	46,6	39,5	46,1	39,7	40,4	42,1	45,3	35,4	37,5	35,0	35,6	33,5	35,7	-9,6	-10,9
Не испытываю особых чувств по этому поводу	13,6	13,9	14,7	11,5	12,8	11,6	15,8	14,4	17,8	16,1	18,7	14,6	13,9	11,8	+0,3	-2,1
Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать	0,0	0,1	4,1	4,6	4,7	4,8	3,8	4,0	6,0	7,3	5,0	7,0	2,2	5,1	+2,2	+5
Хотел бы уехать в другой регион России	4,2	2,7	4,1	2,0	4,9	1,8	5,9	2,1	9,3	4,5	7,9	3,9	6,5	2,3	+2,3	-0,4
Хотел бы вообще уехать из России	2,5	1,9	2,1	1,2	3,5	1,0	3,4	1,1	6,4	1,6	2,9	1,3	1,7	1,0	-0,8	-0,9
Затрудняюсь ответить	6,9	5,0	6,2	6,2	7,0	10,3	3,4	6,7	6,6	5,8	5,8	4,2	3,0	2,6	-3,9	-2,4

Таблица 3. Коэффициент интенсивности близости с жителями различных типов мест

Год	2008 год		2010 год		2012 год		2015 год		2021 год		2023 год	
	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше
Жители поселения, в котором я живу												
Киб	6,850	8,362	5,779	7,756	10,194	14,962	14,900	20,447	10,132	17,289	6,949	11,543
Жители всей моей области												
Киб	1,662	1,349	1,745	1,775	4,365	4,683	5,813	4,372	4,675	5,658	3,167	4,347
Жители Москвы – столицы России												
Киб	0,586	0,502	0,375	0,465	1,067	1,080	1,106	1,133	1,494	1,223	-	-
Жители всей России												
Киб	0,672	0,554	0,520	0,452	0,924	0,891	1,175	1,031	0,939	0,808	1,664	1,821
Жители бывших республик СССР												
Киб	-	-	0,284	0,289	0,553	0,506	0,565	0,592	0,564	0,493	0,813	0,860
Жители всей Земли												
Киб	0,567	0,477	0,311	0,351	0,508	0,461	0,507	0,488	0,535	0,388	0,567	0,461

В ходе предыдущих исследований (Груздева, Калачикова, 2019; Шабунова и др., 2022) была оценена территориальная идентичность жителей Вологодской области по трем уровням: поселенческая (наиболее выраженная), региональная, с жителями иных типов мест. Для молодых людей определя-

ются такие же уровни, однако интенсивность близости менее выражена, чем в более старших группах (табл. 3). Расчет коэффициента интенсивности близости (Киб)¹ показал, что наибольшую близость жители области ощущают с жителями своего поселения и региона. Однако в последние годы

¹ Рассчитывается как отношение доли тех, кто отмечает близость, к отчужденности с жителями различных типов мест.

(с 2015 года) снижается близость молодежи с жителями своего поселения и региона. Общей для всех возрастных групп тенденцией является повышение общероссийской идентичности в 2023 году, что вполне может быть объяснено геополитической нестабильностью, сплачивающей российское население вокруг общей проблемы. В ряде российских наблюдений, в частности на основании данных европейского социального исследования, доказывается наличие высокой эмоциональной привязанности российской молодежи к стране (Беляева, 2020).

Преобладание для молодых людей связи с непосредственным местом проживания и регионом в целом над другими типами идентичностей влияет и на практики гражданского участия. В Вологодской области наблюдается увеличение числа общественных практик. Рост волонтерского движения имеет волнообразную характеристику, первый всплеск пришелся на пандемию коронавируса в 2020 году, а второй – на начало специальной военной операции в феврале 2022 года. Стоит отметить, что средний возраст волонтеров колеблется от 23 до 35 лет и наибольшие доли активных граждан сосредоточены в молодежных возрастах (табл. 4). Поэтому сформированная привязанность к малой родине влияет на активность молодых людей в сфере ее развития, помощи обществу. Это, безусловно, важнейший аспект, так как, участвуя в ре-

шении социально значимых проблем, молодые люди чувствуют свою значимость, причастность к общему делу, и важно, что усилия направлены именно на свое поселение, регион.

Считаем, что особую роль в идентификации жителей Вологодской области со своей малой родиной играют территориальные бренды. Вологодская область – один из немногих регионов России, которые имеют сразу несколько уникальных узнаваемых символов: вологодское масло и молочные продукты, вологодское кружево, вологодский лен, Дед Мороз, Северсталь и т. д. Результаты опроса, проведенного в 2021 году, показывают, что среди характеристик, отличающих регион от других, и молодые люди, и взрослое население на первое место ставят произведенную продукцию и бренды, затем культурные и исторические достопримечательности, красивую природу, известных уроженцев области (рис.). Именно это формирует положительное отношение к месту проживания. Однако среди молодых людей велика доля считающих, что регион ничем не известен (17% ответов против 11% в старших возрастах). Стоит обращать на это внимание при составлении учебных программ и планов дополнительных занятий в образовательных организациях, чтобы молодые люди с детства знали структуру экономики, известные товары и достопримечательности своего места проживания.

Таблица 4. Возрастная структура волонтеров в России и Вологодской области, %

Возраст, лет	Россия					Вологодская область				
	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	2023 год
До 18	12,35	8,09	28,78	40,77	51,39	8,25	3,03	9,56	20,53	38,02
18–24	59,17	39,28	43,52	26,12	20,64	46,74	23,84	35,29	14,27	18,09
25–34	11,83	19,47	9,59	11,77	9,17	14,86	22,47	16,37	19,1	12,09
35–44	7,45	18,55	9,34	12,39	10,38	15,03	30,11	25,24	29,66	16,19
45–54	4,66	9,77	5,25	5,68	5,35	7,47	13,01	8,81	9,46	6,73
55–64	2,75	3,65	2,52	2,33	2,21	3,61	4,95	3,69	3,72	4,44
65+	1,78	1,19	1,01	0,95	0,86	4,04	2,59	1,04	3,25	4,43
Средний возраст	25	30	24	24	23	29	35	30	32	28
Всего, чел.	715255	911192	888222	1358126	1502064	4153	4729	3066	9396	8881

Источник: Аналитика волонтерства // Добро.ru. URL: https://dobro.ru/analytics?utm_source=dobroru&utm_medium=organic&utm

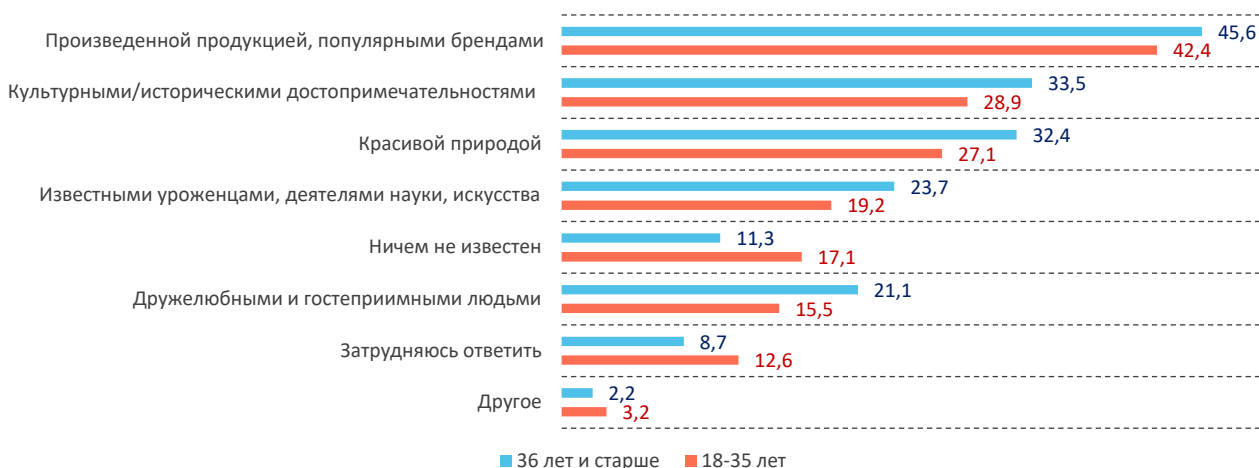


Рис. Распределение ответов на вопрос «Как Вы думаете, чем известен Ваш населенный пункт в России?», 2021 год (ранжировано по ответам молодежи), % от числа ответивших

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос «Среди каких людей Вы встречаете наибольшее взаимопонимание?», % от числа ответивших

Вариант ответа	2008 год		2010 год		2023 год	
	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше
В семье	52,5	68,1	51,7	68,4	71,1	78,8
В компании друзей	35,3	16,1	39,6	15,1	39,8	27,3
Среди соседей	1,6	4,0	0,6	4,4	4,9	8,4
На работе	4,7	5,3	3,7	5,2	9,4	10,9
В кругу единомышленников	1,1	1,0	1,0	0,6	1,9	1,9
Среди людей моей национальности	-	-	-	-	1,1	0,9
Нигде	4,8	5,6	2,7	5,4	3,4	3,4
Другое	0,0	0,0	0,8	0,8	-	-
Затрудняюсь ответить	-	-	-	-	3,6	2,9

Социальное окружение молодежи

Непосредственное влияние на социокультурные характеристики, социализацию молодежи оказывает социальное окружение (Беляева, 2022). Безусловно, для оценки этого аспекта в регионе необходимо более углубленное изучение, но обозначим контур этих взаимодействий в сравнении со старшей группой населения. Так, выявлено, что наибольшее взаимопонимание молодые люди встречают в своей семье, и значимость данного окружения выросла за 16 лет на 18 п. п. Если по данному варианту ответа в 2008 году наблюдались различия с людьми в возрасте 36 лет и старше, то к 2023 они практически стираются: чаще всего люди всех возрастов находят взаимопонимание среди своих

родных (табл. 5). На втором месте друзья – их роль неизменна. Остальные категории людей не так значимы для молодежи, хотя старшее поколение несколько чаще доверяет соседям.

Бытует мнение, что виртуализация общества крайне негативно сказывается на молодых людях, их коммуникативные практики и навыки ограничиваются и формируются исключительно в онлайн-среде, сокращая возможности реального общения. Это формирует ряд угроз, включая онлайн-буллинг, замены реальных форм взаимодействия людей на виртуальные и так далее. В связи с этим в 2023 году была предпринята первая попытка обрисовать масштабы данного вызова. Несмотря на то, что это лишь первый,

пробный срез, удалось выяснить, что молодые люди в целом довольно безразлично относятся к людям в виртуальном пространстве. Коэффициент интенсивности близости с людьми в виртуальном пространстве у молодежи действительно вдвое превышает аналогичный у старшего поколения (0,430 против 0,224), но в то же время доля безразлично к ним относящихся наиболее представлена в молодежной когорте (табл. 6). Эти аспекты требуют дополнительного изучения.

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос «В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдаленность («свое» – «чужое») с людьми в виртуальном пространстве?», 2023 год, % от числа ответивших

Вариант ответа	Молодежь/остальные	
	18–35 лет	36 лет и старше
Свое	3,3	1,8
Близкое, но не свое	14,0	9,8
Безразлично	42,5	36,6
Далекое, но не чужое	12,1	13,3
Чужое	28,1	38,6
Киб	0,430	0,224

Активность молодежи

Ранее мы обратились к гражданской активности молодых людей, обозначим также контур культурных практик и их изменение. Так как фактор досуга крайне важен для молодежи: неудовлетворенные потребности в данной сфере для нее являются дополнительным выталкивающим фактором с территории наряду с поиском лучших условий трудоустройства и получения образования (Мкртчян, Флоринская, 2020; Роговая, Левченко, 2020; Грунт и др., 2023).

Кроме того, молодежный возраст – один из наиболее важных и доступных периодов для повышения культурного уровня, осознания своих предпочтений, накопления знаний. Это продиктовано активностью группы, наличием большего количества времени по сравнению с другими возрастными группами, различными практиками стимулирования: групповые посещения мероприятий во время обучения, государственные програм-

мы, такие как Пушкинская карта и другие (Груздева, Калачикова, 2021).

При изучении практик посещения учреждений культуры подтверждается активность молодежи: частота посещений ими культурных мероприятий в целом выше, чем в возрастной группе старше 36 лет. Среди них значительно меньше доля тех, кто никогда не пользовался услугами того или иного учреждения. Наиболее популярны как для взрослого населения, так и для молодежи бесплатные услуги: посещение парков и городских праздников (табл. 7). Также высок интерес к кинотеатрам.

Менее популярны услуги классических театров и музеев. В результате длительного изучения социокультурного регионально-го портрета мы сделали вывод о том, что в данных учреждениях довольно стабильная аудитория, в то же время музеи работают в основном на турпоток.

Интересные изменения наблюдаются при анализе причин непосещения культурных учреждений. Для взрослого населения растет значимость такой причины, как отсутствие желания к этой активности, она стала ведущей с 2021 года (28% населения старше 36 лет). Для молодежи ее значимость также повышается (с 12% в 2010 году до 19% в 2021 году), но все же недостаточные финансовые возможности (24%) и отсутствие свободного времени (28,2%) для данной группы пока лидируют.

Ценности молодежи

В ходе исследования нами рассмотрено, как изменились ценности группы в возрасте 18–35 лет в период наблюдений с 2008 по 2023 год (табл. 8). Стоит отметить, что для современной молодежи выросла значимость таких терминальных ценностей, как благополучие, традиция, порядок. В то же время несколько снижается ценность работы. Среди ценностей-средств также наблюдаются изменения: большая часть из них становится менее ценными, и если в случае со снижением приверженности власти и своевольности это можно охарактеризовать в целом положительно, то меньшая ценность инициативности может свидетельствовать

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос «Как часто Вы пользуетесь услугами учреждений в сфере культуры, досуга и спорта (участвуете в мероприятиях)?», 2023 год, % от числа ответивших

Вариант ответа	2012 год		2015 год		2021 год	
	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше	18–35 лет	36 лет и старше
Наиболее популярные у молодежи						
Парки						
Регулярно (более 10 раз в год)	26,7	10,3	22,1	9,4	27,3	13,9
Часто (3–10 раз в год)	28,0	16,0	34,4	24,5	36,9	31,1
Редко (1–3 раза в год)	26,7	37,9	28,1	32,9	15,9	15,7
Никогда	18,6	35,8	15,5	33,2	19,9	39,3
Городские праздники						
Регулярно (более 10 раз в год)	17,4	5,2	9,3	3,9	12,7	5,7
Часто (3–10 раз в год)	33,2	18,9	37,5	24,0	44,9	34,7
Редко (1–3 раза в год)	37,8	48,7	44,8	47,5	21,6	24,2
Никогда	11,6	27,2	8,4	24,6	20,8	35,5
Кинотеатры						
Регулярно (более 10 раз в год)	18,0	4,8	16,7	4,2	10,5	4,0
Часто (3–10 раз в год)	19,4	8,6	23,1	9,7	39,7	22,2
Редко (1–3 раза в год)	34,7	33,5	45,2	40,2	23,4	26,6
Никогда	28,0	53,1	15,1	45,9	26,3	47,1
Менее популярные у молодежи						
Музеи						
Регулярно (более 10 раз в год)	2,5	1,6	2,0	1,6	2,6	1,8
Часто (3–10 раз в год)	7,9	5,7	9,9	7,0	21,8	14,3
Редко (1–3 раза в год)	42,5	30,9	49,2	38,8	31,1	29,5
Никогда	47,1	61,8	39,0	52,6	44,5	54,4
Театры						
Регулярно (более 10 раз в год)	1,7	1,7	1,3	1,3	2,9	1,8
Часто (3–10 раз в год)	6,7	5,9	9,9	6,2	15,0	13,6
Редко (1–3 раза в год)	32,6	25,6	36,4	31,9	33,5	24,5
Никогда	59,0	66,8	52,4	60,5	48,5	60,1
Библиотеки						
Регулярно (более 10 раз в год)	8,2	6,2	3,8	4,8	5,8	4,2
Часто (3–10 раз в год)	10,9	8,4	10,4	6,9	15,3	10,6
Редко (1–3 раза в год)	34,1	25,5	34,8	25,6	27,4	21,7
Никогда	46,9	60,0	51,0	62,6	51,6	63,5

о формировании иждивенческих позиций и надежд на внешние структуры и власть, ограничивающие возможности предпринимательства и инновационного развития.

Внутри рассматриваемой группы молодые люди различаются ввиду особенностей социализации, положения в обществе. Обнаружили себя и определенные различия в ценностном поле. Для старшей возрастной группы молодежи (25–35 лет) по объек-

тивным причинам важнее ценность семьи, также больше ценятся порядок и свобода. Добиться базовых терминальных ценностей ее представителям позволяют большая независимость, общительность и жертвенность по сравнению с людьми в возрасте 18–24 лет.

Согласно методике, ценности распределяются по функциональным слоям, многолетнее наблюдение за ценностями российского населения сформировало устойчивые

Таблица 8. Ценности молодежи Вологодской области

Ценность	Ценностные суждения	2008 год / молодежь 18–35 лет	2023 год / молодежь 18–35 лет	Изменение, 2023 год к 2008 году	2023 год / молодежь 18–24 лет	2023 год / молодежь 25–35 лет	Различие возрастных групп (25–35 к 18–24)
Терминальные ценности							
Жизнь человека	Самое ценное на свете – это человеческая жизнь и никто не вправе лишать человека жизни ни при каких обстоятельствах	4,47	4,48	0,01	4,44	4,49	0,05
Порядок	Личная безопасность человека должна обеспечиваться законом и правоохранительными органами	4,23	4,36	0,13	4,27	4,40	0,13
Семья	Люди и государство должны больше всего заботиться о детях	4,37	4,32	-0,05	4,20	4,38	0,18
Благополучие	Главное в жизни – забота о своем здоровье и благополучии	4,21	4,39	0,18	4,33	4,41	0,08
Свобода	Свобода человека – это то, без чего его жизнь теряет смысл	4,20	4,24	0,04	4,16	4,27	0,11
Традиция	Главное – это уважение к сложившимся обычаям, традициям	3,79	3,97	0,18	3,95	3,98	0,03
Работа	Только содержательная, интересная работа заслуживает того, чтобы заниматься ею как основным делом жизни	4,23	4,07	-0,16	4,06	4,07	0,01
Инструментальные ценности							
Общительность	В жизни главное внимание нужно уделять тому, чтобы установить хорошие семейные и дружеские отношения	4,35	4,32	-0,03	4,21	4,37	0,16
Независимость	Я стал таким, какой я есть, главным образом благодаря собственным усилиям	4,19	4,21	0,02	4,07	4,28	0,21
Нравственность	В любых условиях красота делает человека лучше и чище	3,88	3,82	-0,06	3,81	3,82	0,01
Инициативность	Главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве	3,95	3,83	-0,12	3,77	3,85	0,08
Жертвенность	Нравственный, совестливый человек должен помогать бедным и слабым, даже если ему приходится отрывать что-то от себя	3,49	3,43	-0,06	3,32	3,48	0,16
Властность	Человек должен стремиться к тому, чтобы у него в первую очередь была власть, возможность оказывать влияние на других	2,93	2,81	-0,12	2,92	2,75	-0,17
Своевольность	Бывают обстоятельства, когда человек сам, по своей воле может посягнуть на жизнь другого человека	2,86	2,60	-0,26	2,75	2,53	-0,22

ценностные кластеры. Данные табл. 9 позволяют провести сравнение между ними и рангами ценностей молодежи.

Воспроизводятся четыре функциональных слоя базовых ценностей.

1. Интегрирующее ядро ценностей: консолидирует свыше 60% населения. Чаще всего его образуют следующие терминальные

ценности: общечеловеческая ценность порядка, жизни человека и семьи. Для молодежи в составе интегрирующего ядра устойчиво определяется только жизнь человека. Только для старшей возрастной группы молодежи (25–35 лет) в 2023 году в ядро входят еще порядок и благополучие. Семья не является основной ценностью молодых людей.

Таблица 9. Функциональные слои базовых ценностей молодежи Вологодской области

2008 год / молодежь 18–35 лет	2023 год / молодежь 18–35 лет	2023 год / молодежь 18–24 лет	2023 год / молодежь 25–35 лет
R Ценности	R Ценности	R Ценности	R Ценности
Интегрирующее ядро (свыше 4,4)			
1 Жизнь человека	1 Жизнь человека	1 Жизнь человека	1 Жизнь человека
			2 Порядок
			3 Благополучие
Интегрирующий резерв (3,91–4,39)			
2 Семья	2 Благополучие	2 Благополучие	4 Семья
3 Общительность	3 Порядок	3 Порядок	5 Общительность
4–5 Порядок, Работа	4–5 Общительность, Семья	4 Общительность	6 Независимость
6 Благополучие	6 Свобода	5 Семья	7 Свобода
7 Свобода	7 Независимость	6 Свобода	8 Работа
8 Независимость	8 Работа	7 Независимость	9 Традиция
9 Инициативность	9 Традиция	8 Работа	
		9 Традиция	
Оппонирующий дифференциал (3,0–3,9)			
10 Нравственность	10 Инициативность	10 Нравственность	10 Инициативность
11 Традиция	11 Нравственность	11 Инициативность	11 Нравственность
12 Жертвенность	12 Жертвенность	12 Жертвенность	12 Жертвенность
Конфликтогенная периферия (2,99 и меньше)			
13 Властность	13 Властность	13 Властность	13 Властность
14 Своевольность	14 Своевольность	14 Своевольность	14 Своевольность

2. Ниже ядра находится интегрирующий резерв: его ценности консолидируют 45–60% населения, доля населения, поддерживающего эти ценности, существенно больше доли отрицающих их. Состав резерва варьирует от 5 до 7 ценностей. Неизменными для всего населения в этом слое остаются общечеловеческие работа и общительность, современные независимость и инициативность, а также свобода. За последние 16 лет состав интегрирующего резерва молодых людей изменился, в 2023 году в него вошла ценность традиции и в третий слой сместилась инициативность. Также поменялись ранги ценностей, более значимыми для молодых людей стали благополучие (с 6 места на 2-е), порядок (с 4–5 места на 3-е), свобода (с 7 места на 6-е), независимость (с 8 места на 7-е). Важность ряда ценностей снизилась: семья (со 2 места на 4–5-е), общительность (с 3 места на 4–5-е), работа (с 4–5 места на 8-е).

Рассматривая различия между возрастными группами, стоит отметить, что закономерно для старших представителей мо-

лодежи (25–35 лет) более значимы семья, общительность, независимость и свобода.

3. Третий слой ценностей – оппонирующий дифференциал: доля поддерживающих ценности этого слоя (30–44,9%) примерно такая же, как и доля отрицающих. Состав данного слоя молодых людей схож с теми, что получены при многолетнем наблюдении за ценностями населения России. Однако по сравнению с 2008 годом в 2023 году из него вышла ценность традиции (повысив свой ранг) и, соответственно, в него вошла инициативность.

4. Конфликтогенная периферия включает ценности, доля поддерживающих которые меньше доли отрицающих, т. е. это – отрицаемые ценности, конфликтующие с ценностями большинства. Этот слой устойчиво включает в себя общечеловеческую властность и традиционалистскую своевольность (или вседозволенность как псевдосвободу). Для молодых людей отрицаемые ценности такие же, и с каждым годом их поддержка еще больше снижается. Причем чем старше молодые люди, тем меньше они поддерживают данные ценности.

Заключение

Подводя итоги, стоит отметить следующие социокультурные особенности молодежи Вологодской области.

Молодые люди показывают значительную приверженность малой родине и региону проживания. Несмотря на то, что она менее выражена, чем у старшего поколения, привязанность проявляется и в гражданской активности, которая выше в молодежных когортах. В целом молодые люди довольны жизнью в регионе, только 7% высказывают желание его покинуть. Укорененность и связь с территорией позволяют формировать территориальные бренды Вологодчины, однако стоит продолжать усилия по формированию идентичности молодых людей за счет просветительской деятельности в отношении отличительных черт области, известной продукцией, выдающихся людей, достопримечательностей.

Молодые люди ввиду возраста и возможностей проявляют большую культурную активность, чем остальное население региона, чаще всего это массовая культура – кинотеатры и бесплатные развлечения: парки и городские праздники. Пока ведущими причинами, ограничивающими культурную активность для молодежи, являются отсутствие времени и средств, тогда как старшее поколение показывает признаки культурной пассивности (лидирует причина отсутствия желания посещать учреждения культуры, значительная доля людей, никогда не обращающихся к их услугам).

Ценностная структура молодых людей изменчива. Она трансформировалась в течение 16-летних наблюдений, причем изменения эти были разнонаправленными: снизилась традиционная ценность семьи, но повысилась значимость традиции как таковой (главное – это уважение к сложившимся обычаям, традициям); среди универсальных общечеловеческих ценностей выросла значимость благополучия, но снизилась ценность работы. В рамках посттрадиционных ценностей жизнь человека устойчива во всех рассматриваемых возрастных группах и в рамках исследуемого временного периода определяется как интегрирующее ядро (для всего населения состав данного функционального ценностного слоя выше), в то же время снижается ценность инициативности.

Меньшая ценность семьи подтверждает тенденции распространения сожителств, откладывания брака и рождения детей, малодетности, характерных для молодых людей (Калачикова, Груздева, 2018; Короленко, Калачикова, 2022). Вместе с тем все больше молодых людей находят взаимопонимание именно со своими родственниками (приверженность друзьям также значима, однако остается неизменной). Ценности отражают некую противоречивость: молодые люди стремятся к благополучию, но меньше ценят работу и в меньшей степени готовы проявлять инициативу, предприимчивость, искать новое в работе и жизни. Эти факторы могут ограничивать возможности развития предпринимательства, инновационных проектов в регионе.

ЛИТЕРАТУРА

- Андрианова Е.В., Тарасова А.Н., Печеркина И.Ф. (2018). Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 3. С. 324–343. URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.17>
- Беляева Л.А. (2020). Российская молодежь в эпоху перемен: структурные изменения и новые вызовы политической социализации // Вопросы философии. № 10. С. 17–27.
- Беляева Л.А. (2022). «Взрослая» молодежь в современном социальном пространстве России // Вестник РУДН. Сер.: Социология. Т. 22. № 4. С. 812–827.
- Горшков М.К., Шереги Ф.Э. (2010). Молодежь России: социологический портрет. Москва: Ин-т социологии РАН. 592 с.
- Горшков М.К., Шереги Ф.Э. (2020). Молодежь России в зеркале социологии: к итогам многолетних исследований. Москва: ФНИСЦ РАН. 688 с.
- Груздева М.А., Калачикова О.Н. (2019). Социокультурные характеристики населения регионов Северо-Западного федерального округа: общее и особенное // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. Т. 3. № 3. С. 306–316.

- Груздева М.А., Калачикова О.Н. (2021). «Пушкинская карта» как инструмент финансирования сферы культуры: региональный аспект // Журнал экономических исследований. Т. 7. № 5. С. 41–49.
- Грунт Е.В., Титаренко Л.Г., Беляева Е.А. (2023). Выявление миграционных установок провинциальной молодежи: на примере учащихся российских и белорусских образовательных учреждений // Социология. № 1. С. 218–226.
- Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зорская Н.А. (2011). Молодежь России. Москва: Московская школа полит. иссл. 96 с.
- Ильин В.А., Сычев М.Ф., Гулин К.А. (2008). Пространственные аспекты развития региона / под общ. ред. В.А. Ильина. Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН. 298 с.
- Ильин В.А., Шабунова А.А., Ласточкина М.А. (2016). Атлас модернизации России и ее регионов: социально-экономические и социокультурные тенденции и проблемы: монография. Москва: Весь мир. 360 с.
- Калачикова О.Н., Груздева М.А. (2018a). Изменения репродуктивного и брачного поведения населения России (на основе анализа выборочных исследований Росстата) // Социальное пространство. № 2 (14). DOI: 10.15838/sa.2018.2.14.1. URL: <http://www.socialarea-journal.ru/article/2644>
- Калачикова О.Н., Груздева М.А. (2018b). Современная молодежь: штрихи к социокультурному портрету // СОТИС – социальные технологии, исследования. № 3 (89). С. 33–46.
- Каргаполова Е.В., Каргаполов С.В., Давыдова Ю.А., Дулина Н.В. (2020). Информационные компетенции молодежи в условиях цифровизации общества // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 13. № 3. С. 193–210. DOI: 10.15838/esc.2020.3.69.13
- Короленко А.В., Калачикова О.Н. (2022). Репродуктивные установки молодых семей: факторы и условия реализации (по материалам углубленных интервью) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. Т. 15. № 2. С. 172–189. DOI: 10.15838/esc.2022.2.80.11
- Лапин Н.И. (2006). Антропосоциетальный подход // Журнал социологии и социальной антропологии. № 3. С. 25–42.
- Лапин Н.И. (2021). Сложность становления новой России. Антропосоциокультурный подход / Институт философии РАН, Центр изучения социокультурных изменений. Москва: Весь Мир. 364 с.
- Лапин Н.И., Беляева Л.А. (2010). Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (Модификация – 2010). Москва: ИФ РАН. 135 с.
- Мкртчян Н.В., Флоринская Ю.Ф. (2020). Почему люди уезжают из одних регионов и приезжают в другие: мотивы межрегиональной миграции в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 5. С. 130–153. URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1619>
- Окулова Н.А., Соловьева Т.С., Шабунова А.А. (2009). Привлекательность региона в оценках населения // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. № 45. С. 62–72.
- Роговая А.В., Левченко Н.В. (2020). Образование, занятость и досуг как факторы миграции молодежи из малых городов // Ойкумена. Регионоведческие исследования. № 4. С. 23–33. DOI: 10.24866/1998-6785/2020-4/23-33
- Рокич М. (1973). Природа человеческих ценностей // Свободная пресса. № 5. С. 20–28.
- Ромашкина Г.Ф., Давыденко В.А. (2018). Динамика социального самочувствия молодежи Тюменской области // Образование : молодежь, конкурентоспособность: сб. докладов Междунар. науч.-практ. конф. (г. Тюмень, 21–22 сентября 2018 г.). Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та. С. 10–14.
- Шабунова А.А., Калачикова О.Н., Груздева М.А. (2022). Сельская и городская молодежь: социокультурные разрывы сохраняются? // Народонаселение. Т. 25. № 2. С. 39–51.
- Rokeach M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Мария Андреевна Груздева – кандидат экономических наук, заместитель заведующего отделом, заведующий центром социально-демографических исследований, ведущий научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук (Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: mariya_antonovarsa@mail.ru)

Ангелина Эдуардовна Жданова – младший научный сотрудник, Вологодский научный центр Российской академии наук (Российская Федерация, 160014, г. Вологда, ул. Горького, д. 56а; e-mail: angelinazhdanova99@mail.ru)

Gruzdeva M.A., Zhdanova A.E.

YOUTH OF THE REGION: DYNAMICS OF SOCIO-CULTURAL CHARACTERISTICS

The article attempts to analyze the reflection of the local population, in particular young people, on the reference points formed in the society, the results achieved, and the policy pursued by the authorities. Understanding the socio-cultural features of socio-demographic groups is important for creating an up-to-date base that can be used in the formation of decisions by managers. The article presents the analysis of the results of monitoring the Vologda Region socio-cultural development conducted by Vologda Research Center of RAS in 2008, 2010, 2012, 2015, 2019, 2020, 2021, 2023. The aim of the study is to analyze the transformations of socio-cultural characteristics of young people in the region. The paper shows the territorial identity and migration attitudes of young people, their social environment, main reference points and characteristics of activity. We consider the transformation of the value structure of the group under consideration in 2008 and 2023 in detail. The research determines the differences between the groups of young people aged 18–24 and 25–35 years in terms of support for basic terminal and instrumental values. Young people show significant commitment to their small homeland and region of residence, which is manifested in their civic activity; they demonstrate cultural activity, and most often find mutual understanding among their relatives. The value structure of young people is changeable. It was transformed during 16 years of observation, and the changes were multidirectional: the traditional value of family decreased, but the importance of tradition as such increased. Among universal human values, the importance of well-being increased, but the value of work decreased. Within the framework of post-traditional values, human life is steadily defined as an integrating core, at the same time the value of initiative is reduced. Practical significance is determined by the possibility of using relevant data on regional youth in the creation of youth policy instruments.

Socio-cultural characteristics, youth, identity, value orientations, social environment, attitude to the region, regional community.

REFERENCES

- Andrianova E.V., Tarasova A.N., Pecherikina I.F. (2018). Motivation and labor values of youth: Development paradoxes. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny=Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 3, 324–343. Available at: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.17> (in Russian).
- Belyaeva L.A. (2020). Russian youth in times of changes: Structural changes and new challenges to political socialization. *Voprosy filosofii*, 10, 17–27 (in Russian).
- Belyaeva L.A. (2022). “Adult” youth in the contemporary social space of Russia. *Vestnik RUDN. Ser.: Sotsiologiya=RUDN Journal of Sociology*, 22(4), 812–827 (in Russian).
- Gorshkov M.K., Sheregi F.E. (2010). *Molodezh' Rossii: sotsiologicheskii portret* [Youth in Russia: Sociological Portrait]. Moscow: In-t sotsiologii RAN.
- Gorshkov M.K., Sheregi F.E. (2020). *Molodezh' Rossii v zerkale sotsiologii: k itogam mnogoletnikh issledovaniy* [Russian Youth in the Mirror of Sociology: Toward the Results of Years of Research]. Moscow: FNISTs RAN.
- Grunt E.V., Titarenko L.G., Belyaeva E.A. (2023). Identification of migration attitudes of provincial youth: On the example of students of Russian and Belarusian educational institutions. *Sotsiologiya*, 1, 218–226 (in Russian).
- Gruzdeva M.A., Kalachikova O.N. (2019). Socio-cultural characteristics of the population in the regions of Northwestern Federal District: General and special. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sotsiologiya. Politologiya. Mezhdunarodnye otnosheniya*, 3(3), 306–316 (in Russian).
- Gruzdeva M.A., Kalachikova O.N. (2021). “Pushkinskaya karta” as an instrument for financing the culture sphere: Regional aspect. *Zhurnal ekonomicheskikh issledovaniy=Journal of Economic Studies*, 7(5), 41–49 (in Russian).
- Gudkov L.D., Dubin B.V., Zorskaya N.A. (2011). *Molodezh' Rossii* [Russian Youth]. Moscow: Moskovskaya shkola polit. issl.

- Ilyin V.A., Shabunova A.A., Lastochkina M.A. (2016). *Atlas modernizatsii Rossii i ee regionov: sotsioekonomicheskie i sotsiokul'turnye tendentsii i problemy: monografiya* [Atlas of Modernization of Russia and Its Regions: Socio-Economic and Socio-Cultural Trends and Problems: Monograph]. Moscow: Ves' mir.
- Ilyin V.A., Sychev M.F., Gulin K.A. (2008). *Prostranstvennye aspekty razvitiya regiona* [Spatial Aspects of Regional Development]. Vologda: VNKTs TsEMI RAN.
- Kalachikova O.N., Gruzdeva M.A. (2018a). Changes in reproductive behavior and marriage patterns of the Russian population (based on analysis of Rosstat sample studies). *Sotsial'noe prostranstvo=Social Area*, 2(14). DOI: 10.15838/sa.2018.2.14.1. Available at: <http://www.socialarea-journal.ru/article/2644> (in Russian).
- Kalachikova O.N., Gruzdeva M.A. (2018b). Modern youth: Touches to the socio-cultural portrait. *SOTIS – sotsial'nye tekhnologii, issledovaniya*, 3(89), 33–46 (in Russian).
- Kargapolova E.V., Kargapolov S.V., Davydova Yu.A., Dulina N.V. (2020). Information competences of young people within digitalization of society. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz=Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 13(3), 193–210. DOI: 10.15838/esc.2020.3.69.13 (in Russian).
- Korolenko A.V., Kalachikova O.N. (2022). Reproductive attitudes of young families: Driving forces and implementation conditions (on the basis of in-depth interviews). *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz=Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 15(2), 172–189. DOI: 10.15838/esc.2022.2.80.11 (in Russian).
- Lapin N.I. (2006). Anthroposocial approach. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*, 3, 25–42 (in Russian).
- Lapin N.I. (2021). *Slozhnost' stanovleniya novoi Rossii. Antroposotsiokul'turnyi podkhod* [The Complexity of the Formation of a New Russia. Anthroposociocultural Approach]. Moscow: Ves' Mir.
- Lapin N.I., Belyaeva L.A. (2010). *Programma i tipovoi instrumentarii "Sotsiokul'turnyi portret regiona Rossii" (Modifikatsiya – 2010)* [Program and Standard Toolkit "Sociocultural Portrait of the Russian Region" (Modification – 2010)]. Moscow: IF RAN.
- Mkrtchyan N.V., Florinskaya Yu.F. (2020). Why some people leave certain regions in favor of others: Motives behind interregional migration in Russia. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny=Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 5, 130–153. Available at: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1619> (in Russian).
- Okulova N.A., Solov'eva T.S., Shabunova A.A. (2009). Attractiveness of the region as assessed by the population. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz=Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 45, 62–72 (in Russian).
- Rogovaya A.V., Levchenko N.V. (2020). Education, employment and leisure as factors of youth migration from small towns. *Oikumena. Regionovedcheskie issledovaniya=Oikumena. Regional Researches*, 4, 23–33. DOI: 10.24866/1998-6785/2020-4/23-33 (in Russian).
- Rokeach M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Rokeach M. (1973). The nature of human values. *Svobodnaya pressa*, 5, 20–28 (in Russian).
- Romashkina G.F., Davydenko V.A. (2018). The dynamics of social self-sufficiency of the youth of Tyumen region. In: *Obrazovanie: molodezh', konkurentosposobnost': sb. dokladov Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Tyumen', 21–22 sentyabrya 2018 g.)* [Education: Youth, Competitiveness: Collection of Reports of the International Scientific and Practical Conference (Tyumen, September 21–22, 2018)]. Tyumen: Izd-vo Tyumenskogo gos. un-ta (in Russian).
- Shabunova A.A., Kalachikova O.N., Gruzdeva M.A. (2022). Rural and urban youth: Do the socio-cultural gaps remain? *Narodonaselenie=Population*, 25(2), 39–51 (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Mariya A. Gruzdeva – Candidate of Sciences (Economics), deputy head of department, head of center for socio-demographic research, Leading Researcher, Vologda Research Center, Russian Academy of Sciences (56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: mariya_antonovarsa@mail.ru)

Angelina E. Zhdanova – Junior Researcher, Vologda Research Center, Russian Academy of Sciences (56A, Gorky Street, Vologda, 160014, Russian Federation; e-mail: angelinazhdanova99@mail.ru)