

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ОЖИДАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ: КОГОРТНЫЙ АНАЛИЗ (1996-2009)²

Введение

В рыночной экономике роль потребителей чрезвычайно важна, поскольку их расходы играют в конечном счете определяющую роль в динамике внутреннего спроса и соответственно в ускорении или замедлении темпов экономического роста. Принятие потребителями решений об осуществлении тех или иных покупок (в особенности крупных) или формировании сбережений зависит не только от объективных причин, каковыми являются уровень личных доходов и цен на потребительском рынке. Воздействие этих факторов на поведение людей в современной экономике неизбежно опосредуется их субъективными воззрениями, т.е. представлениями, оценками и ожиданиями относительно своего материального положения, занятости, динамики цен, общеэкономических перспектив развития страны в целом. Индекс потребительских настроений (ИПН) и является как раз тем уникальным индикатором, рассчитываемым на основе социологической по характеру информации (опросных данных), который дает возможность учета этих субъективных факторов на макроуровне.

Очевидно, что потребительские ожидания людей зависят от многих социально-демографических характеристик: уровня среднедушевого дохода, возраста, образования, места проживания, пола и др. Например, анализ данных одномоментных опросов потребителей показывает, что больше, чем в среднем, оптимизм в оценках и ожиданиях относительно экономической ситуации в стране проявляют молодые люди, тогда как у лиц старшего возраста потребительские настроения ниже среднего уровня [Ибрагимова, Николаенко 2005: 46]. На первый взгляд картина вполне тривиальна: лица, имеющие такой социальный ресурс, каким является молодость, более оптимистичны, более активны, в том числе и на потребительском рынке.

Однако сама по себе переменная «возраст» достаточно коварна. Являясь в арифметическом выражении разностью между текущим годом и годом рождения, переменная «возраст» представляет собой смешение трех факторов – собственно возраста, т.е. биологических и отчасти психологических характеристик; когорты (в данном случае когорты по году рождения), т.е. условий социализации и становления жизненного опыта в определенных условиях; и времени, отражающегося в социально-политических, экономических, информационных явлениях макросреды.

Иными словами, будут ли различаться и если да, то каким образом, потребительские ожидания 20-летнего гражданина России в 1998 г. и россиянина такого же возраста в

* Выражаю самую искреннюю благодарность С.А.Николаенко (Внешэкономбанк, Москва), чьи дружеские советы и идеи не раз помогали мне в данном исследовании, а также О.Е.Кузиной (НИУ-ВШЭ, Москва) за поддержку и ценные рекомендации при подготовке данной статьи.

¹ Доцент кафедры экономической социологии НИУ-ВШЭ (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г.Москва)

² В данной научной работе использованы результаты, полученные в ходе выполнения проекта № 12-01-0228, осуществленного в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2013-2014гг.

2007 г.? Или, каковы, к примеру, потребительские ожидания поколения россиян, вступившего в трудоспособный возраст в 2000-х гг., и когорты, чье личностное становление пришлось на переходный период конца 1980-х — начала 1990-х гг.?

Изучение данных вопросов представляет, на наш взгляд, интерес с нескольких позиций. Во-первых, для того, чтобы понять общую динамику потребительских ожиданий и их детерминант. Предположение о значимости эффекта когорты позволяет допустить, что, к примеру, люди, чье взросление пришлось на благоприятный экономический период 2000-х гг., могут быть и в зрелом возрасте более оптимистичны, чем поколения их отцов и дедов. Или же, напротив, ощущая в последнее время усиление застойных явлений в экономике, они и в среднем возрасте будут проявлять меньший оптимизм, чем люди того же возраста в другое время. А поскольку, как было установлено, «потребительские настроения предсказывают будущие изменения в тратах домохозяйств» [Carroll, Fuhrer, Wilcox 1994: 1398], то эти психологические, по сути, факторы, могут оказать значимое влияние на макроэкономические процессы, если большая группа людей одновременно изменит свое поведение, решив потратить или, наоборот, сберечь денежные средства.

Во-вторых, когортный анализ потребительских ожиданий может быть основой для оценки уровня общего оптимизма различных социальных групп, что косвенным образом свидетельствует об их адаптивном потенциале³. Начало измерений ожиданий потребителей в послевоенной Америке было в основном стимулировано желанием бизнеса знать, собирается ли население тратить сбережения, но со временем выяснилось, что ИПН дает ответ и на более общий вопрос: об уровне и динамике оптимизма в отношении экономического и социального развития страны в целом [Ибрагимова, Николаенко 2005: 11-12].

В-третьих, исследование динамики потребительских настроений в разрезе когорт в изучаемый период может обогатить имеющиеся знания о процессе становления рыночного поведения населения. Можно ли и в какой мере говорить об адаптации представителей различных когорт к новым экономическим реалиям или же об их, условно говоря, «рыночной социализации»⁴? К примеру, как было выявлено Ю.Левадой, уровень поддержки населением экономических реформ в 1994-1999 гг. изменялся незначительно, тогда как по возрастным группам, наблюдаемыми со сдвигом во времени, наоборот, весьма заметно [Левада 1999]. Это свидетельствует как раз о наличии эффекта когорты, т.е. различиях в результатах социализации, возникших в переходный период.

Цель исследования состоит в том, чтобы 1) определить профиль потребительских ожиданий по возрасту на примере различных когорт, сравнив профили когорт между собой; 2) выявить влияние эффекта когорты на потребительские настроения.

³ См., например, исследование [Кесельман, Мацкевич 1998].

⁴ В широком смысле слова адаптация означает процесс приспособления человека к изменяющимся внешним условиям. Однако это приспособление к новой среде и обстоятельствам не отрицает, а напротив, подразумевает, и сохранение, хотя бы частичное, своей организованности и идентичности в этой среде. Иными словами, самая устойчивая адаптация, как указывает Ю.А.Левада, «не означает полной ассимиляции человека с системой социальных требований» [Левада 2000: 469]. В противном случае можно говорить о социализации. В кризисных условиях адаптация может приобретать "функциональную эквивалентность с процессом социализации и ресоциализации" [Головин 2004: 22].

Предлагаемая статья строится следующим образом: сначала мы представим краткий обзор теоретических подходов к использованию когортного анализа в социальных науках в целом и для изучения потребительских ожиданий в частности, затем опишем концептуальную модель нашего исследования и перейдем к анализу количественных эмпирических данных. Мы рассмотрим общую динамику потребительских настроений за 13-летний период в целом и в разрезе возрастных/когортных групп, с помощью регрессионного анализа выявим роль социально-демографических факторов в формировании потребительских ожиданий, включив в качестве отдельного предиктора принадлежность индивида к определенной когорте. Отдельный сюжет будет посвящен анализу взаимосвязи когорт, поколений и исторического процесса.

Обзор теоретических подходов

Поскольку анализу теоретико-методологических основ нашего исследования уже была посвящена отдельная статья [Ибрагимова 2014], то здесь мы ограничимся кратким обзором в тезисном ключе.

Отправной точкой изучения потребительских ожиданий населения является психологическая экономика Дж.Катоны, из которой следует, что в условиях неопределенности экономические ожидания потребителей существенно влияют на экономику в целом. Потребительские расходы (имеются в виду, прежде всего, расходы на товары длительного пользования) зависят не только от возможности, но и желания покупать. Под возможностью покупать (*ability to buy*) подразумевается уровень текущего дохода потребителей, имеющиеся финансовые активы, а также доступ к кредитам. Желание же покупать (*willingness to buy*) обусловлено личными оценками и ожиданиями людей относительно своего материального положения и общеэкономических перспектив развития страны в целом [Katona 1968: 22]. Катона предположил, что люди будут тратить сбережения и даже увеличивать расходы, если снижение дохода рассматривается как временное, но долгосрочные ожидания в целом оптимистичны, и, напротив, если ожидается дальнейшее падение дохода, то люди предпочтут сократить потребление и увеличивать сбережения [Katona 1975: 242].

За прошедшие десятилетия появилось много эмпирических исследований, посвященных анализу характера ожиданий (рациональные, ограниченно рациональные, адаптивные) (см.: [Noble, Windsor Fields 1982; Baghestani 1992; Grant, Thomas 1999; Howrey 2001; Carroll 2003] и др.), а также проверке и объяснению предсказательной силы прогнозов, основанных на данных потребительских ожиданий. При этом влияние ожиданий исследуется сквозь призму их взаимодействия с различными макроэкономическими индикаторами, как теми, влияние потребителей на которые проявляется опосредованно (динамика доходов, производства, занятости, цен, см.: [Carroll, Dunn 1997; Thomas 1999; Das, Soest 2000; Curtin 2003; 2010] и др.), так и теми, которые отражают результаты деятельности самих потребителей (например, потребительские расходы и сбережения, см.: [Adams 1964; Juster, Wachtel 1972; Mishkin et al. 1978; Carroll, Fuhrer, Wilcox 1994; Kwan, Cotsomitis 2004; Ludvigson 2004; Souleles 2004; Easaw, Garratt, Heravi 2005; Heim 2010;] и др.).

Отдельную группу работ представляют исследования, нацеленные на выявление детерминант потребительских ожиданий, на понимание того, как они формируются, и анализ их структуры.

Директор Мичиганского центра обследования потребителей (Survey Research Center, Univ. of Michigan, Ann Arbor) Р.Куртин, изучая формирование ожиданий безработицы как «зеркало» ожиданий относительно личных трудовых доходов, сравнивает влияние личной и публичной информации (private and public information). Автор приходит к выводу, что именно субъективные факторы (т.е. отражающие личностное, частное восприятие людьми экономических процессов) доминируют в формировании ожиданий безработицы над объективной макроэкономической информацией [Curtin 2003: 552]. И хотя представления населения об экономике основаны на житейском опыте, а не на научных знаниях, но именно этот личный опыт потребителей, приобретаемый ими в процессе изменения локальных условий дохода и занятости, цен и наличия товаров на местных рынках, и является значимым фактором формирования ожиданий. Применительно к нашей проблематике отметим, что этот жизненный опыт и есть отражение эффекта когорты, т.е. общих условий социализации группы людей, родившихся в определенный период времени.

В другом исследовании Р.Куртина проводится анализ различий в уровне потребительского оптимизма населения России и США в зависимости от дохода и возраста респондентов [Curtin 2000]. Корреляционный анализ показывает наличие отрицательной взаимосвязи между возрастом и оценкой экономических перспектив развития страны, однако на массиве российских данных эта связь проявляется гораздо сильнее, чем на американских. Это означает, что молодые люди в России гораздо более оптимистичны в оценках относительно будущего экономики страны, чем люди среднего и старшего возрастов. Особенно отчетливо возрастные различия в России и США проявляются в вопросе о крупных покупках [Curtin 2000: 9].

Осмысливая полученные результаты, автор предполагает, что, вероятно, в России зависимость между возрастом и компонентами ИПН отражает влияние других факторов, например, способность к адаптации и умение приспособиться к новым экономическим условиям [Curtin 2000: 14]. Добавим, что частично такая ситуация может быть связана с распределением доходов и всего объема накопленных ресурсов на протяжении жизненного цикла – российская специфика в 1990-е - начале 2000-х гг. заключалась в том, что молодые люди являлись одновременно и более материально обеспеченными, тогда как с возрастом этот уровень обеспеченности довольно резко снижался. Во многих же развитых странах личный доход, стартуя, как правило, с относительно невысокого уровня на ранних возрастных стадиях, довольно скоро затем возрастает, достигает пика к концу среднего возраста и падает (но не так стремительно, как в России) в дальнейшем [Ибрагимова, Николаенко 2005: 47].

Однако и «классическая» кривая в форме горба, отражающая изменения в доходе/объеме накопленных ресурсов с возрастом, может не соответствовать действительности, если не учитывать эффект когорты, на что обратил внимание А. Шоррокс. Снижение объема имеющихся активов с определенного возраста, наблюдаемое на данных одномоментных опросов (*cross-section data*), может быть результатом того, что рассматриваются разные

поколения в разные периоды их жизни, а, следовательно, вывод о соответствии кривой модели жизненного цикла будет ложным [Shorrock 1975: 158]. С этого времени практически стало общепринятым учитывать когортный и временной эффекты в эмпирических исследованиях потребительского и сберегательного поведения населения.

Конечно же, на анализ различий в рамках когорт исследователи обращали внимание и ранее – сам термин, как и метод когортного анализа, пришел в социологию из демографии. В демографическом понимании когорты – это группа людей, у которых в один и тот же период времени произошло определенное демографическое событие (рождение, вступление в брак и т.д.). Теоретической основой социологического же подхода к пониманию когорт является концепция поколений Карла Мангейма. В ней можно выделить два основных постулата. Первый из них заключается в том, что «индивидам, принадлежащим к одному и тому же поколению, родившимся в один год, свойственно общее местоположение (location) в исторической протяженности социального процесса» [Mannheim 1952: 290]. Однако историческая локализация для поколения имеет лишь потенциальную значимость, поскольку о поколении как реальности следует говорить лишь в том случае (и в этом заключается второй тезис), если между современниками существуют «узы» (bond), проявляющиеся в сфере ментальности посредством социальных и интеллектуальных симптомов. Таким образом, поколения рассматриваются как общности, отражающие разные этапы человеческой жизни с точки зрения социализации и наличия определенных социокультурных характеристик. Данный подход относится и к когортам в их социологическом понимании.

Концептуальная рамка использования когортного анализа именно в социальных науках была очерчена знаменитым демографом Норманом Райдером, который прямо призывал социологов обратить пристальное внимание на изучение эффекта когорты для лучшего понимания глубинных факторов общественных изменений [Ryder 1965: 861]. Он определял когорту как «агрегат индивидов ..., переживших одно и то же событие в одном и том же временном интервале», при этом каждая когорта представляет собой «не просто сумму индивидуальных историй», а «обладает отличительной структурой и характером, отражающим условия ее уникальной организации и истории» [Ryder 1965: 845]. «Когортный подход к социальному анализу получает сильную поддержку от непрерывности индивидуальной жизни, от специфического временного и потому исторически локализованного основания. Прошлое личности влияет на ее настоящее, а ее настоящее влияет на ее будущее» [Ryder 1965: 856].

В этой взаимозависимости влияния трех факторов – возраста, когорты и исторического периода – и заключается специфика когортного анализа. Все три признака взаимосвязаны между собой, поскольку возраст представителей когорты и исторический период измеряются по одной и той же линейной шкале времени с годичным интервалом. Априори невозможно исключение ни одного из эффектов: каждый из них описывается уравнением, включающим два других эффекта. Дифференциация влияний эффектов, известная как «проблема идентификации» (identification problem), и составляет основную сложность при проведении когортного анализа [Науэн 2006: 139]. Не случайно, что в зарубежной литературе даже есть специальный термин – APC-анализ (Age-Period-Cohort-Analysis), подразумевающий когортный анализ, направленный на разделение указанных эффектов.

К настоящему времени исследователями накоплен определенный опыт в решении указанной проблемы, хотя идеального и универсального варианта нет, да и вряд ли он возможен.

Одна из возможных стратегий решения проблемы идентификации заключается в ее устранении еще в самом начале исследования путем введения различных ограничений и допущений (как теоретических, так и математических). Среди таковых могут быть: пренебрежение одним из измерений, например, календарным временем [Baltes, Reinert 1969: 169] или возрастом [Heckman, Robb 1985]; установление ограничений на коэффициенты, когда временные эффекты в сумме приравняются к нулю и считаются ортогональными временному тренду [Deaton, Paxson 1994: 347]⁵; допущение одинакового действия эффектов на зависимую переменную, по крайней мере, в двух (или более) когортах/возрастных группах/временных периодах, благодаря чему становится возможной оценка влияния эффектов с помощью регрессионного моделирования⁶ [Mason K.O. et al. 1973] и т.д. Поиски более-менее универсального способа дифференциации эффектов возраста, периода и когорты с использованием различных статистических процедур продолжаются, хотя со стороны ряда авторов эти усилия представляются бесполезными («a futile quest»), если только не допустить вероятность нелинейного характера взаимосвязи между тремя переменными [Glenn 2005: 6, 20-21]

Альтернативой формально-количественным процедурам решения проблемы идентификации является другой подход, нацеленный на понимание того, от чего зависят эффекты времени и когорты. Этот поиск «реальных факторов» влияния может осуществляться разными способами (визуальный анализ, привлечение экспертных мнений, проведение глубинных интервью, использование статистической информации и масс-медиа и т.д.), но объединяет их стремление выйти за рамки мультиколлинеарности трех указанных эффектов путем рассмотрения первоначальных факторов изменений, из которых эти эффекты складываются.

В рамках этого подхода весьма продуктивным представляется решение проблемы идентификации, реализованное известным немецким социологом-эмпириком Х.-П. Блоссфельдом в исследовании, посвященном карьерным возможностям немецкой молодежи [Blossfeld H.-P. 1986]. Для моделирования эффекта времени он использовал данные социально-экономической статистики. С помощью факторного анализа временных рядов (за 1950-1982 гг.) из 14 показателей экономического и социального развития ФРГ было выделено два латентных фактора (используется метод главных компонент), объясняющих 96,4% дисперсии. Поскольку выделенные факторы являются ортогональными, появляется возможность включить их в одно уравнение, тем самым

⁵ Этот же подход был использован в работе О.Аттаназо, посвященной сберегательному поведению американских домохозяйств, принадлежащих к разным когортам [Attanasio 1998], применен к анализу сберегательного поведения домохозяйств Норвегии [Halvorsen 2003] и др.

⁶ Возраст, период и когорты преобразуются в множество дамми-переменных (каждая из них представляет определенный временной интервал), которые служат предикторами в модели. При этом для запуска программы с наборами фиктивных переменных одна переменная из какого-либо множества должна быть пропущена. Критики метода указывают, что субъективный выбор двух идентичных эффектов может быть ошибочным, а, следовательно, существенно изменить результаты анализа. Такой технический способ решения проблемы, по его мнению, не может быть признан удовлетворительным, поскольку главное допущение об аддитивном характере эффектов представляется некорректным [Glenn 2005: 15-16].

решив проблему разделения когортных и временных эффектов. [Blossfeld H.-P. 1986: 215]. Ценность решения Блоссфельда состоит в том, что оно дает «...конкретный пример анализа латентного влияния исторического периода на социализацию когорт» [Головин 2004: 115].

Еще один методологический вопрос, который нельзя обойти вниманием, касается взаимосвязи когорт и поколений. При всем богатстве теоретических подходов к исследованию проблемы поколений⁷, единства по поводу эмпирического использования данного концепта нет. Это связано с трудностями операционализации данного понятия – к примеру, «каковы границы, разделяющие поколения? Как отличить одно поколение от другого в непрерывной череде смены генераций? На основании каких критериев можно судить о поколении?» [Семенова 2005: 81]. Нам, если не вдаваться в подробности дифференциации поколений, представляется обоснованным тезис М.Науэн о том, что «по сравнению с поколенческим подходом в социологии метод когортного анализа позволяет более дифференцированный анализ общественной динамики, т. к. «когорта» представляет собой меньшую социальную общность, чем «поколение», легче поддающуюся описанию, операционализации и эмпирическому анализу» [Науэн 2006: 142]. Иными словами, поколение может объединять различное число когорт, выделенных, к примеру, по году рождения. Вместе с тем это ни в коем случае не означает, что когортный анализ является чисто «техническим». Суть его состоит именно в объяснении динамики каких-либо процессов различиями в социализации людей и сменой когорт, образующихся под влиянием отдельных событий или их совокупности.

Из этого следует, что при проведении когортных исследований целесообразно придерживаться историко-социологического подхода в качестве методологической парадигмы. Это означает, что временные периоды как прошлого, так и современности необходимо рассматривать как социально-исторические целостности со своими конфигурациями общественных условий и уникальными событиями, со своими альтернативами и многонаправленностью различных процессов⁸.

Концептуальная модель исследования

Опыт измерений потребительских настроений в различных странах показывает, что ИПН является обобщенным макроэкономическим показателем, действительно отражающим, а зачастую и предсказывающим динамику экономического развития страны в целом. Иными словами, можно выделить два направления «использования» ИПН, связанные, соответственно, с его объясняющей и прогнозирующей составляющими. Хотя лидирующая роль индекса по отношению к макроэкономическим индикаторам чрезвычайно интересна и показательна⁹, для построения концептуальной модели нашего

⁷ См., например: [Дубин 1995a; 1995b; Савельева, Полетаев 1997; Готов 2004; Левада 2005; Шанин 2005] и др.

⁸ Подробнее об исторической социологии как подходе к изучению общества см. [Шанин 1997]; об исторической социологии как стратегии исследования социализации см. [Головин 2004: 78-89].

⁹ Например, в США – стране, являющейся родиной опросов потребителей, - индекс потребительских настроений (ИПН) является одним из компонентов совокупного опережающего индекса (Composite Index of Leading Indicators), который наряду с синхронным (Composite Index of Coincident Indicators) и

исследования важен именно ответ на вопрос, в какой степени ИПН отражает динамику экономического развития страны.

Для этого надо посмотреть на взаимодействие компонентов индекса потребительских настроений с теми показателями макроэкономического развития России, которые лежат вне сферы непосредственного влияния со стороны потребителей, но оказывают существенное влияние на их материальное положение, например, динамика доходов, производства, занятости, цен. Регрессионный анализ временных рядов в целом за 1997-2010 гг. показывает, что темпы роста реальных доходов населения выступают значимым предиктором оценок людьми произошедших изменений в личном материальном положении за прошедший год (доля объясненной дисперсии составляет 57%)¹⁰. Если же в качестве зависимой переменной использовать совокупный индекс потребительских настроений, то в целом за 1997-2010 гг. 83% его колебаний объясняются показателями текущего состояния безработицы, 12-месячного прироста выпуска пяти базовых отраслей экономики и уровня инфляции.¹¹ Характер влияния этих показателей вполне соответствует теоретическим представлениям, т.е. рост безработицы и цен отражается негативно на динамике ИПН, а рост производства – позитивно. Высокий уровень корреляции указанных макроэкономических показателей и настроений потребителей свидетельствует о том, что население России адекватно воспринимает происходящие в экономике события [Ибрагимова, Николаенко 2005: 105-106].

Таким образом, характер взаимодействия индекса потребительских настроений и его компонентов с макроэкономическими показателями позволяет утверждать, что ИПН аккумулирует в себе эффект времени, понимаемого в данном случае как совокупность социально-экономических характеристик развития страны в конкретный момент измерения.

Вместе с тем уникальность ИПН состоит в том, что, являясь, по сути, независимым обобщенным макроэкономическим показателем, он строится на основе массовых социологических опросов населения, т.е. микроданных, тем самым отражая настроения основной массы жителей страны. Это обусловлено самой методикой построения ИПН, заключающейся в том, что данный индекс агрегирует в себе частные мнения тысяч рядовых людей, не зависящих друг от друга и не влияющих друг на друга. Для построения индекса используются 5 базовых вопросов, отражающих¹² 1) оценки респондентами изменений в личном материальном положении за прошедший год; 2) ожидания

запаздывающим индексами (Composite Index of Lagging Indicators) служит для анализа и прогнозирования циклов развития американской экономики. Надо сказать, что из всех индикаторов, включаемых в указанные макроэкономические индексы, индекс потребительских настроений является единственным, измеряемым на основе социологических опросов (проводимых Центром исследования потребителей Мичиганского университета). Все другие показатели собираются на основе данных статистической отчетности. Подробнее см. : <http://www.investopedia.com/university/conferenceboard/conferenceboard2.asp> . В течение 20 лет (с 1975 по 1995 гг.) эти индексы рассчитывались и публиковались Бюро экономического анализа Министерства торговли США (Bureau of Economic Analysis, US Department of Commerce), а с 1996 г. – крупнейшей научно-исследовательской организацией Conference Board [Moynan 2010: 3] О прогнозном потенциале ИПН применительно к российским условиям подробнее см. [Ибрагимова, Николаенко 2005: 106-113].

¹⁰ См. уравнение 1 в таблице 2 в Приложении. Подробнее см. [Ибрагимова, Николаенко 2005: 97-106].

¹¹ См. уравнение 1 в таблице 1 в Приложении.

¹² Отметим, что формулировки вопросов и методика расчета ИПН в разных странах могут отличаться, соответствуя однако при этом самой концепции психологической экономики.

относительно изменения личного материального положения в предстоящий год; 3) ожидания относительно экономических перспектив развития страны в предстоящий год; 4) ожидания относительно экономических перспектив развития страны в предстоящие 5 лет; 5) оценки респондентами экономических условий для того, чтобы покупать товары длительного пользования. На основании ответов респондентов на каждый из пяти вопросов балансовым методом рассчитываются частные индексы, средняя арифметическая из которых представляет собой совокупный индекс. Математически это можно представить следующим образом [Curtin 2002: 4]:

$$CSI_t = \sum_{j=1}^5 (P_{jt}^f - P_{jt}^u) 100 + 100 \quad (1)$$

где:

CSI_t — индекс потребительских настроений (Consumer Sentiment Index) в момент времени t ;

P_{jt}^f — доля в выборке позитивных (favorable) ответов на вопрос j в момент времени t ;

P_{jt}^u — доля в выборке негативных (unfavorable) ответов на вопрос j в момент времени t .

По своей методологической природе ИПН, как и любой другой обобщенный индекс, представляет собой величину, искусственно полученную в результате обработки ряда эмпирических данных, своего рода «наиндивидуальную целостность» [Левада 2000: 346]. Это означает, что любые личностные различия в данном случае нивелируются, хотя формула расчета ИПН (1) может быть выражена и в категориях индивидуальных ответов [Curtin 2002: 5]:

$$CSI_t = \sum_{j=1}^5 \sum_{i=1}^n \frac{x_{ijt}}{n} (100) + 100 \quad (2)$$

где:

CSI_t — индекс потребительских настроений (Consumer Sentiment Index) в момент времени t ;

$x_{ijt} = 1$, если дан позитивный ответ на j вопрос i -респондентом в момент времени t ;

$x_{ijt} = -1$, если дан негативный ответ на j вопрос i -респондентом в момент времени t ;

$x_{ijt} = 0$ для всех других ответов на j вопрос i -респондентом в момент времени t .

На основе формулы (2) можно рассчитать и индивидуальные индексы для каждого респондента:

$$CSI_{it} = \sum_{j=1}^5 x_{ijt} (100) + 100 \quad (3)$$

где:

CSI_{it} — индекс потребительских настроений (Consumer Sentiment Index) i -респондента в момент времени t .

Значения индивидуального индекса (как и обобщенного) могут изменяться в пределах от 0 до 200. Индекс равен 0, если ответы респондента на все базовые вопросы являются негативными и 200 в случае, когда все ответы положительны.

От чего зависит индивидуальный индекс? Очевидно, что оценки и ожидания отдельного потребителя обусловлены внешними и внутренними факторами. Под внешними факторами подразумевается общая социально-экономическая ситуация в стране, которая «едина» для всех, но, естественно, преломляется в сознании каждого человека специфическим образом в зависимости от его индивидуальных социально-демографических характеристик, совокупность которых и образует внутренние факторы. Иными словами, эти внутренние факторы есть не что иное, как дифференцированное проявление эффекта «социально-экономического» времени у отдельного индивида.

$$CSI_{it} = f(E_t, \Omega_t) \quad (4)$$

где:

E_t - внешние факторы (общая социально-экономическая ситуация) в момент времени t ;

Ω_t — внутренние факторы (совокупность индивидуальных социально-демографических характеристик) в момент времени t .

Поскольку, как было показано ранее, совокупный индекс потребительских настроений как раз и отражает общую социально-экономическую ситуацию в стране в конкретный момент времени, то из этого логически следует, что отклонения в значениях индивидуального индекса от обобщенного у отдельного респондента вызваны его личными социально-демографическими характеристиками. Математически это означает, что, если $E_t = CSI_t$, то формула (4) принимает вид:

$$CSI_{it} - CSI_t = f(\Omega_t) \quad (5)$$

Социально-демографические характеристики включают в себя целый спектр показателей – пол, возраст, уровень образования, доход, место проживания, статус занятости и т.д. Мы предлагаем рассмотреть еще и показатель когорты по году рождения с целью протестировать, существует ли влияние эффекта когорты на потребительские ожидания. Под эффектом когорты понимаются «те различия в социальных характеристиках членов когорт, которые наблюдаются между разными когортами при сравнении их характеристик за длительный период и объяснимы различным восприятием социальной реальности и исторических событий, которые застают их в разном возрасте и в различном социальном положении» [Головин 2004: 86]. Иными словами, люди одного и того же года рождения проходят процесс социализации и накапливают жизненный опыт в одинаковых социально-экономических, общественно-политических и культурных условиях исторического времени. Вместе с тем, условия социализации, безусловно, различаются в зависимости от других характеристик - пола, уровня образования, места проживания, социального и имущественного статуса и т.д. Именно поэтому в нашем исследовании мы планируем учесть максимально возможное число социально-демографических показателей, включив их в регрессионную модель для того, чтобы выявить «чистое» влияние эффекта когорты. Нельзя сбрасывать со счетов и зависимость эффекта когорты от

сугубо демографических показателей (например, численность когорт, уровень рождаемости и смертности и т.п.). Эта информация будет использоваться для анализа и интерпретации как результатов описательной статистики, так и регрессионного моделирования. Таким образом, зависимость, которая подлежит тестированию, принимает (на основе детализации формулы 5) следующий вид:

$$CSI_{it} - CSI_t = f(\textit{gender}, \textit{age}_t, \textit{educ}_t, \textit{income}_t, \textit{empl}_t, \textit{settlm}_t, \textit{cohort}) \quad (6)$$

где:

gender – пол респондента;

age_t – возраст респондента в момент времени *t*;

educ_t - уровень образования в момент времени *t*;

income_t - уровень дохода в момент времени *t*;

empl_t – статус занятости в момент времени *t*;

settlm_t – место проживания респондента в момент времени *t*;

cohort – принадлежность респондента к когорте по году рождения.

Другой вариант заключается в том, чтобы использовать в качестве зависимой переменной не отклонение индивидуального индекса от обобщенного, а само значение индивидуального индекса для каждого респондента, при этом используя совокупный индекс потребительских настроений в качестве прокси-переменной, заменяющей показатель времени (формула 7). Таким образом, содержательно решается проблема идентификации (т.е. разделения эффектов возраста, периода и когорты) – на основании теоретических представлений о характере потребительских ожиданий и результатов эмпирического тестирования, позволяющих, на наш взгляд, использовать ИПН как квинтэссенцию конкретного временного момента:

$$CSI_{it} = f(CSI_t, \Omega_t) \quad (7)$$

Обратимся теперь к рассмотрению концептуального определения самого термина «когорта». В социологическом понимании, восходящим своими истоками к теории поколений К.Мангейма и подходам, предложенных Н.Райдером, когорта представляет собой группу людей, процесс социализации которых происходит в одних и тех же условиях исторического периода. Иными словами, представители одной когорты накапливают свой жизненный опыт сквозь призму восприятия одних и тех же исторически и социально значимых событий.

Но возникает вопрос – что подразумевается под социализацией и существуют ли, и если да, то каковы, хронологические рамки этого процесса? В самом широком понимании социализация означает процесс формирования личности, т.е. индивида как социального существа. В ходе этого процесса происходит освоение существующих в обществе представлений, ценностей, норм, ролей, навыков и т.д., на основе которых и формируются

установки, являющиеся основой мотивации поведения людей в любой сфере общественной жизни.

Можно выделить два подхода к решению вопроса о том, какие фазы жизненного пути человека являются важными в процессе формирования личности. Гипотеза «социализационного лага» (a socialization hypothesis), выдвинутая Р.Инглехартом в рамках теории межпоколенческой перемены ценностей, говорит о том, что «состояние социально-экономической среды и ценностные приоритеты не соотносятся между собой непосредственно: между ними вклинивается существенный временной лаг, ибо базовые ценности индивида в значительной степени отражают условия тех лет, которые предшествовали совершеннолетию» [Инглехарт 1997: 10]. Эта гипотеза, как указывает автор, базируется на одном из самых распространенных концептов социальной науки, ... проходящим через литературу от Платона до Фрейда ... о базовой структуре человеческой личности, которая обычно складывается к моменту достижения индивидом зрелости и относительно мало меняется в дальнейшем». [Там же]. Это означает, что в жизни индивида существуют т.н. «формативные годы» (formative age), т.е. те, которые являются наиболее значимыми для его личностного становления.

Такой подход позволяет объяснить многие «странности» индивидуального поведения – например, «скряги, испытавшего бедность в юные годы и упорно продолжающего копить богатство много спустя после достижения материальной обеспеченности» и др. [Там же]. В недавно опубликованной статье «Growing up in a Recession» («Выросший в рецессии») П.Гульяно и А.Спилимберго задаются вопросом – влияет ли макроэкономическая среда, окружавшая индивида в период его становления, на восприятие и предпочтения в различных сферах? Используя данные социологического опроса американцев с 1972 по 2010 гг. (General Social Survey), опроса населения 37 стран в рамках Всемирного обследования ценностей (World Value Survey) и опроса 1972 г. учащихся-старшеклассников (17-18 лет; National Longitudinal Survey of the High School Class) авторы тестируют гипотезу «восприимчивых годов» (impressionable years hypothesis), заключающуюся в том, что базис установок, предпочтений, характеристик восприятия и т.д. кристаллизуется в период ранней взрослости (young adulthood) и остается практически неизменным впоследствии [Giuliano, Spilimbergo 2013: 2]. Результаты показывают, что люди, пережившие в юности существенные макроэкономические шоки (рецессия, кризис и т.д.), в большей степени придерживаются статусных и коррупционных стратегий успеха, нежели меритократических, поддерживают государственные меры по перераспределению национального богатства в целях ликвидации неравенства, чаще голосуют за партии левого толка. При этом влияние пережитых макроэкономических катаклизмов является «долгоиграющим» (long-lasting) [Там же: 27].

Сторонники данного подхода не отрицают возможности изменений в установках и ценностях взрослого человека (т.е. его ресоциализации, или вторичной социализации), но указывают на наличие внешних и внутренних обстоятельств, которые снижают вероятность глубоких личностных перемен (снижение активности, жизненного тонуса, интереса к событиям, далеким от собственной жизни, окружение друзьями, разделяющими подобные взгляды на мир и т.д.), тем самым подтверждая тезис о «возрастной стабильности» (aging-stability thesis) [Glenn 1980].

Н.А.Головин отмечает, что нельзя смешивать понятия ресоциализации и адаптации. Приспособление человека к изменяющимся внешним условиям, не влекущее за собой изменений в идентичности, приобретения новых ценностей и личностных качеств, отражает феномен адаптации, являющийся весьма распространенным в обществе. Однако в кризисных условиях, в эпоху глубоких перемен адаптация может приобретать "функциональную эквивалентность с процессом социализации и ресоциализации" [Головин 2004: 21-22].

Представители второго подхода отрицают наличие доминантных годов в формировании личности, указывая, что социализация происходит на протяжении всей жизни, в течение которой человек остается открытым новым идеям и впечатлениям, корректируя или изменяя свои установки в ответ на меняющиеся жизненные обстоятельства (*lifelong openness hypothesis*). Одним из первых эта идея была высказана социальным психологом О.Бримом [Brim 1966; 1980], а затем стала составной частью активно развивающейся в последние годы «психологии развития на протяжении жизненного цикла» (*life-span developmental psychology*), которую профессор Института Макса Планка Пол Балтес называет в качестве «теоретической перспективы» исследований [Baltes 1987: 622]. Идея заключается в непрерывной эволюции человека, от рождения до смерти, поскольку люди на всем протяжении жизни сталкиваются с вызовами, возможностями и ситуациями, которые служат источником внутреннего развития, различающегося своей направленностью, характером и мощностью. При этом Балтес трактует развитие не как движение по нарастающей (*incremental growth*), а как процесс, в котором совмещаются периоды роста (*growth – gain*) и спада (*decline – loss*) [Там же: 613].

Преимущество первого подхода заключается в том, что на основании существования формативного периода в жизни индивида становится возможным выделение когорт и их содержательное разграничение в рамках эмпирического исследования. Следующим шагом в рамках этого подхода является поиск ответа на вопрос о том, к какому именно возрасту относятся формативные годы. У Инглехарта этот период обозначен как «*pre-adult years*» [Inglehart 1990: 68]¹³, что переводят как годы, предшествующие совершеннолетию. Под совершеннолетием в данном случае понимается именно «содержательная» зрелость, зрелость, в трактовке М.С.Науэн это «период с позднего юношеского до раннего взрослого возраста» [Науэн 2006: 138], а не только формально-юридический статус, отражающий наступление полной гражданской дееспособности. В работе Р.Дэлтона предпринята попытка оценить влияние экономической среды в различные возрастные периоды становления личности на формирование ее ценностей. В качестве общеэкономического индикатора используется сезонно сглаженный индекс ВВП, информационной базой исследования служат данные опроса 1973 г. населения семи европейских стран, а в качестве вышеуказанных возрастных точек выделяются 10 лет (как отражение периода 8-12 лет), 15 лет (13-17 лет) и 20 лет (18-22 года).¹⁴ Автор на основе регрессионного моделирования приходит к выводу, что наиболее сильное влияние

¹³ "A substantial time lag is involved because, to a large extent, one's basic values reflect the conditions that prevailed during one's pre-adult years" [Inglehart 1990: 68]

¹⁴ Используется среднее значение сезонно сглаженного индекса ВВП за 5-летний период. Например, для когорты, возраст членов которой в 1973 г. был в диапазоне от 51 до 55 лет, оценка формативного возраста, обозначенного как 10 лет, делается через использование среднего значения ВВП за 1928-1932 гг., т.е. когда члены этой когорты были в возрасте от 8 до 12 лет. [Dalton 1977: 471].

экономической среды на формирование личности наблюдается в возрастной период 8-12 лет [Dalton 1977]. Однако в исследовании не учитывается конкретно-исторический аспект социализации, а также страновая специфика. К примеру, Дания, занимала нейтралитет в первой мировой войне и пережила гораздо более мягкую оккупацию во время второй мировой, нежели другие европейские страны, жители которых участвовали в данном опросе. [Abramson 2011: 4] Соответственно, и социализация населения этих стран проходила в разных условиях. Это говорит о том, что при выделении формативного возраста необходимо учитывать особенности социально-экономической, правовой и культурно-исторической среды.

П.Гульяно и А. Спилмберго в уже упомянутой работе тестируют различные возрастные интервалы в качестве «восприимчивых годов» (при контроле многих других переменных) и приходят к выводу о наибольшей значимости периода 18-25 лет, когда формируется большинство установок и ценностей [Giuliano, Spilimbergo 2013: 13]¹⁵.

Н.Головин, исследуя процессы политической социализации, выделяет фазы развития личности с учетом российской специфики, базируясь на традиционном для отечественных социальных наук принципе участия человека в трудовой деятельности, критических точках возраста, выявленных в результате опроса экспертов-социологов, а также с учетом биопсихосоциального подхода [Головин 2004: 21-22].

С учетом вышеизложенного в нашем исследовании мы определили формативный период как 15-24 года, вехами которого являются начало трудоспособного возраста, окончание (в советское время) 8-летней школы (15 лет), совершеннолетие, увеличение правовой ответственности, приписка к Вооруженным Силам (16 лет)¹⁶; призыв в армию, право голосования, право вступления в брак, адаптация к послешкольной жизни (18 лет), окончание вуза, вступление на путь самостоятельной деятельности, бракосочетание (22-23 года), начало профессиональной карьеры, модальный возраст рождения у женщин первого ребенка (24-25 лет, в постсоветском обществе наблюдается «откладывание» рождения).

В рамках второго подхода к пониманию процесса социализации содержательное разграничение когорт в рамках эмпирического исследования весьма затруднительно, можно даже сказать, что почти невозможно. С целью некоторого приближения к реализации данного подхода мы планируем проанализировать влияние важнейших исторических событий (обозначив их хронологически в виде совокупности переменных) на формирование потребительских настроений и уровня оптимизма в отношении развития страны в целом. В данном случае можно отследить, конечно, события только общественной, но не индивидуальной жизни, вследствие чего отражение процесса непрерывной социализации является, безусловно, неполным. Вместе с тем включение данной переменной в качестве независимой в тестируемое уравнение (формулы 6-7) позволяет содержательно рассмотреть когорту как группу лиц, переживших ряд общественно значимых событий не только в свои формативные годы, но и на всем протяжении жизненного цикла.

¹⁵ Для формирования политических убеждений предстает важным еще и возраст 26-33 лет.

¹⁶ В постсоветской России это относится к возрасту 14 лет, но поскольку в обследовании удельный вес когорт, выросших после развала СССР, меньше в сравнении с другими, мы сочли целесообразным не опускать нижнюю возрастную границу формативного периода.

Проведение когортного анализа выдвигает особые требования к данным, главными из которых являются 1) полнота информации и 2) лонгитюдность. Иными словами, идеальным источником являются панельные обследования на одну и ту же тему, проводимые в течение довольно длительного времени. При отсутствии таковых возможный выход состоит в конструировании так называемых «синтетических панелей», т.е. конвертации данных одномоментных опросов в «квази-лонгитюдный дизайн». В этом случае становится возможным выделить когорты и проследить динамику их мнений в течение жизненного цикла (или хотя бы какого-то его длительного отрезка). При этом такие опросы должны проводиться с определенной регулярностью на протяжении относительно долгого времени и по единообразной методологии.

Этим требованиям удовлетворяет база данных, собранная в ходе реализации проекта «Индекс потребительских настроений» с 1996 по 2008 гг.¹⁷ Социологические опросы для измерения ИПН проводились Левада-центром¹⁸ 1 раз в 2 месяца (6 раз в год), начиная с мая 1996 г., по специально спроектированной многоступенчатой стратифицированной выборке, репрезентирующей мнение взрослого (16 лет и старше) населения страны. Общее число респондентов в каждой волне – 2100 чел. Для достижения лучшей репрезентативности данные взвешиваются по полу, возрасту, уровню образования, региону, типу населенного пункта и политическим предпочтениям (голосованию на последних выборах). Общая статистическая погрешность выборки не превышает 3 процентных пункта. В каждой волне задавались не только базовые вопросы для построения ИПН, но и дополнительные, позволяющие выявить причины формирования тех или иных мнений. Таким образом, имеются 72 волны опросных данных регулярной периодичности, начиная с мая 1996 г. и заканчивая июнем 2008 г.¹⁹, когда проект в силу разных причин прекратил свое существование. В течение нескольких последующих месяцев опросы с целью измерения ИПН Левада-центром не проводились, а с декабря 2008 г. возобновились на ежемесячной основе уже в рамках их собственного инициативного обследования. Поэтому за последующий период мы использовали массивы, переданные Левада-центром в Единый архив экономических и социологических данных (ЕАЭСД). К сожалению, не во всех переданных в архив массивах, наличествуют базовые вопросы для построения ИПН – они есть только в 6-ти массивах за 2009 год (февраль, май, июнь, июль, август, сентябрь) и в двух за 2010 год (ноябрь и декабрь). Надо сказать, что с декабря 2008 г. был немного изменен дизайн общероссийской выборки – сократился ее объем (до 1600 чел.), а начальный возраст респондентов повысился до 18-ти лет. Несмотря на это обстоятельство, а также то, что опросы потребителей с целью измерения ИПН периодически проводятся и другими социологическими службами, мы сочли целесообразным после июня 2008 г. использовать данные именно Левада-центра, во-первых, чтобы сохранить преемственность, а во-вторых, технически возможно сопоставить и совместить две выборки.

¹⁷ Подробнее о проекте, истории его возникновения и результатах см. [Ибрагимова, Николаенко 2005].

¹⁸ Именно в Левада-центре были сделаны в 1993 г. первые пробные шаги по измерению ИПН в России, подробнее см. [Ибрагимова Николаенко 2005: 14-18].

¹⁹ В марте 2008 г. опрос не проводился.

Таким образом, все данные первичных опросов с мая 1996 г. по сентябрь 2009 г.²⁰ были «слиты» в объединенный массив (общее количество респондентов составило 182 507 чел.), который и послужил базой для последующего анализа.

Операционализация данных

Для того, чтобы содержательно разграничить когорты, агрегировав их в интервальные группы по году рождения, необходимо: 1) выделить наиболее общественно значимые события, которые могли повлиять на установки когорт; 2) связать эти события с временными периодами; 3) соотнести эти временные периоды с группами людей, переживших эти события в свои формативные годы. Поскольку формативные годы определяются нами как 10-летний период (15-24 года), то и временные периоды должны быть такой же продолжительности с тем, чтобы исключить «пересечение» когорт в рамках их формативных годов. Хотя изначально понятно, что этапы и периоды российской истории XX в. невозможно содержательно однозначно «уложить» в указанные временные интервалы, а сам исторический процесс характеризуется, как правило, многонаправленностью, тем не менее, мы попытались, с определенными допущениями, выделить такие более-менее однородные периоды.

Посмотрим на выделенные когорты с точки зрения конкретно-исторических условий их социализации (таблица 1). Люди, родившиеся в 1902-1911 гг., объединены в первую когорт (понятно, что их совсем немного – в объединенном массиве лишь 79 чел.). Годы их интенсивной социализации совпали с переломными событиями в истории страны – Октябрьской революцией и установлением советской власти на местах, в том числе в результате Гражданской войны и политики «военного коммунизма». Конфискационный характер этой политики вызывал резкий отпор на местах, вылившийся в широкомасштабные антиправительственные крестьянские выступления. Лишь реальная угроза потери власти заставила большевиков постепенно, начиная с 1921 г., пойти на уступки, вылившиеся в новую экономическую политику. Однако уже в конце 1926 – начале 1927 гг. было начато наступление на НЭП, когда развернувшийся хлебозаготовительный кризис явился толчком для возвращения в систему управления жестких административных методов.²¹

Таблица 1

Исторические периоды и поколения²² российского общества XX в.

Когорты по годам рождения (в скобках указан номер когорты)	Годы социализации (формативные годы)	Возраст в начальный год исследования	Возраст в последний год исследования
---	---	---	---

²⁰ Мы исключили 2010 год из анализа, поскольку за этот год имеется только два массива с необходимыми данными, что нивелирует принцип непрерывности и регулярности, являющийся краеугольным камнем концепции мониторинга ИПН.

²¹ Дальнейшая судьба этого поколения, в основном адаптировавшегося к советскому общественному строю, изучена на примере людей 1906 года рождения советским демографом Б. Ц. Урланисом и описана им в книге «История одного поколения» [Урланис 1968].

²² В данном случае поколения понимаются как совокупность равного числа когорт по году рождения.

		(1996 г.), лет	(2009 г.), лет
1902 – 1911 (К1)	1917 – 1926	85 – 94	98 – 107
1912 – 1921 (К2)	1927 – 1936	75 – 84	88 – 97
1922 – 1931 (К3)	1937 – 1946	65 – 74	78 – 87
1932 – 1941 (К4)	1947 – 1956	55 – 64	68 – 77
1942 – 1951 (К5)	1957 – 1966	45 – 54	58 – 67
1952 – 1961 (К6)	1967 – 1976	35 – 44	48 – 57
1962 – 1971 (К7)	1977 – 1986	25 – 34	38 – 47
1972 – 1981 (К8)	1987 – 1996	15 – 24	28 – 37
1982 – 1991 (К9)	1997 – 2006	5 – 14*	18 – 27

* не участвовали в опросе

Когорта, объединившая людей 1912-1921 годов рождения, представляет собой, по сути, первое поколение советских людей. Они пережили в детстве лишения, связанные с Гражданской войной, а в годы социализации – процессы индустриализации, коллективизации, ликвидации безграмотности, интенсивной урбанизации и массовой трудовой мобилизации. «Десятки миллионов женщин были привлечены к труду, а дети отправлены в детские ясли и сады. Семья продолжила терять свое социализирующее значение» [Головин 2004: 123]. Иными словами, личностное становление этих людей пришлось на период формирования экономических, социальных, политических и идеологических основ советского общества. Политическим выражением этого периода стала Конституция СССР 1936 г., идеологическим – «Краткий курс истории ВКП(б)» (1938). Итогом этого периода стало «сталинское дисциплинирование общества», определившее новые условия повседневной жизни вплоть до начала оттепели [Там же: 122].

Юность и молодость людей, родившихся в 1922-1931 гг. (когорта № 3), пришлось на довольно однородный с точки зрения исторических условий период, главным содержанием которого была война – необъявленная война на Дальнем Востоке 1939 г., советско-финская война, начало второй мировой войны (1 сентября 1939 г.) и сама Великая Отечественная, победа в которой имела экзистенциальное значение. Это поколение в свои формативные годы пережило тяготы и лишения военного времени, потерю родных и близких (не только на фронтах, но и в тылу, в оккупации, а также в результате массовых сталинских репрессий накануне войны), постоянное напряжение всех сил в довольно молодом возрасте, но выстояло, выжило, что позволяет называть их «поколением победителей».²³ «Война не только сплотила общество, но и придала советской идентичности новый смысл, внеся в ее содержание победу над фашизмом как заслугу перед всем человечеством» [Головин 2004: 133].

Люди 1932-1941 годов рождения (когорта № 4) пережили войну в детстве, а интенсивную социализацию прошли уже в период послевоенного восстановления экономики, начала «холодной войны», возникновения ядерной угрозы, ужесточения политического режима, нового витка сталинских репрессий, восстановления «железного занавеса», борьбы с «космополитизмом» и широкого наступления против «западного влияния» на отечественную культуру.

²³ Головин называет его «поколением защитников Родины» [Головин 2004: 133].

Формирование мировоззрения людей, объединенных в пятую когорту, пришлось на период хрущевской «оттепели». Разоблачение культа личности Сталина, демократизация политического режима, экономические реформы, освоение целины, достижения науки и техники (полет в космос, освоение Севера), ослабление идеологического давления в сфере культуры и т.д. – все эти важнейшие общезначимые события и процессы повлияли и во многом сформировали «шестидесятническое» самосознание²⁴. И хотя хронологически конец «оттепели» связывается с отставкой Н.С.Хрущева в 1964 г., многие авторы говорят о «славном десятилетии» или о том, что эпоха 1960-х гг. содержательно продолжалась с 1957 по 1967 г. [Воронков 2005: 177-178]. Иными словами, реформаторские идеи этого периода (при всей их непоследовательности) повлияли на формирование не только «детей войны», но и людей, родившихся уже после ее окончания, вплоть до начала 50-х гг. Они и объединены нами в социальную общность лиц 1942-1951 годов рождения.

Годы социализации людей, рожденных в 1952-1961 гг. (когорты № 6), пришлись главным образом на период «стабилизации жизни советского общества», связанные с приходом к власти Л.И.Брежнева, положившего конец всякой критике и самокритике. В 1967 г. по случаю 50-летнего юбилея советской власти им было провозглашено наступление в стране «развитого социализма». Этот период ознаменован и попытками реформы в экономике, связанной с именем А.Н.Косыгина (расширение самостоятельности предприятий, изменение ценовой политики, сокращение директивных плановых показателей и акцент на прибыли и рентабельности, широкое использование методов материального стимулирования и т.д.). Однако события Пражской весны 1968 г., явившиеся толчком для ужесточения внешнеполитического курса, привели к активизации сопротивления проводившимся реформам и их открытому «торпедированию» в начале 1970-х гг.

Личностное становление людей 1962-1971 годов рождения совпало с периодом, получившим позже название «застоя». Наблюдается переход "...от мобилизационной экономики с ее жесткой трудовой дисциплиной к демобилизационной, хотя и по-прежнему плановой" [Головин 2004: 124], когда стало возможным появление «несунов», различных дисциплинарных вольностей, развитие метода приписок на фоне официального «движения за коммунистическое отношение к труду». Двоемыслие, несоответствие «разговоров на кухне» и в публичной сфере стало практически нормой. К началу 1980-х гг. усилились стагнирующие явления в экономике, дефицит товаров достиг невиданных масштабов, несмотря на значительные капиталовложения в сельское хозяйство (в 1982 г. была принята Продовольственная программа) и значительный импорт продовольствия. К истощению экономики вели и попытки расширения советской сферы влияния на различных континентах, финансирование неэффективных режимов, а также афганская война, начавшаяся введением советских войск в эту страну в декабре 1979 г. и растянувшаяся на долгие десять лет. Одновременно в 70-е гг. активизируются выступления против системы и, соответственно, борьба с инакомыслием (Хельсинская группа, восстание на «Сторожевом» 1975 г. под руководством В.Саблина, масштабная

²⁴ Подчеркнем, что речь здесь идет не только и не столько о «шестидесятниках» (как указывает Н.Головин, этот термин «закрепился за представителями творческой интеллигенции, поддержавшими в 1950-е и 1960-е гг. своим творчеством критику культа личности» [Головин 2004: 134]), а о поколении людей, чьи формативные годы пришлись на период «оттепели».

еврейская эмиграция, высылка из страны многих представителей творческой интеллигенции и т.д.).

Можно предположить, что седьмая когорта, пожалуй, более неоднородна, чем все другие²⁵, поскольку период интенсивной первичной социализации людей 1968-1971 годов рождения (последние годы выделенного интервала когорты), а также лиц, рожденных в последующее десятилетие (1972-1981 гг. – когорта № 8) пришелся уже на время масштабной трансформации советского и постсоветского общества, начало которой хронологически относится к апрелю 1985 г. (Пленум ЦК КПСС и приход к власти М.С.Горбачева), а фактически – к 1987 г., когда на январском Пленуме ЦК КПСС была провозглашена перестройка как направление дальнейшего развития страны. Последующие годы характеризуются насыщенностью историческими событиями поистине кардинального характера, что позволяет говорить о целостной смене условий социализации. Реформы политических институтов, отмена ст. 6 Конституции СССР о руководящей роли КПСС, проведение альтернативных выборов депутатов в 1989 г. на Съезд народных депутатов СССР, а в 1990 г. – в Верховный Совет СССР, политика гласности и возможность публичной полемики, принятие законов о кооперативах, об индивидуальной трудовой деятельности, совместных предприятий с иностранным участием, политика «нового мышления» в международных делах, падение Берлинской стены, путч 1991 г. и распад СССР – даже из самого перечня (причем далеко неполного) произошедших за 4-5 лет событий ясно, что речь идет о трансформации всего общественного устройства. Однако последующие события, особенно в экономической сфере, были еще более радикальными, часто именуемыми «шоковой терапией» – либерализация цен в январе 1992 г., последовавшая за ней гиперинфляция и обесценивание сбережений населения, ликвидация товарного дефицита, ваучерная приватизация, либерализация внешней торговли и т.д. Иными словами, формативные годы рассматриваемой когорты пришлись на период перехода от общества всеобщего распределения на уравнилельных принципах к рыночной экономике со всеми ее плюсами и минусами.

Самая молодая когорта в нашей выборке объединяет людей 1982-1991 годов рождения. В силу своего возраста они не участвовали в первых волнах исследования, но и к 2009 г. самым старшим из них было лишь 27 лет. Это люди, которые в своем сознательном возрасте уже не застали советскую систему, для которых принципы рыночной конкуренции являются повседневными, а их взросление пришлось на относительно благоприятный период экономической и политической стабилизации 2000-х годов.

Рассмотрим выделенные когорты с точки зрения их социально-демографических характеристик (табл. 2). Наблюдаемое смещение гендерного распределения в сторону женщин в старших когортах связано с существующим значительным разрывом в ожидаемой продолжительности жизни между мужчинами и женщинами. По уровню образования закономерность также вполне очевидна: чем моложе когорта, тем выше ее

²⁵ Хотя неверно было бы думать о гомогенности сознания представителей других выделенных когорт. Большой однородностью, наверное, отличается лишь когорта «победителей» – людей, участвовавших в Великой Отечественной войне, выживших и одержавших историческую победу.

суммарный образовательный уровень.²⁶ Но здесь необходимо подчеркнуть, что было бы ошибкой ставить уровень образованности в зависимость от возраста – вследствие совершенствования в последние десятилетия системы школьного и профессионального образования речь идет именно об эффекте когорты и исторического периода, а не возраста. По типу поселения картина предстает в разрезе когорт практически однородной и соответствует ситуации в целом по выборке. По уровню дохода более обеспеченными являются средние и молодые когорты, наименее обеспеченными же выступают не самые старшие когорты, а люди, родившиеся в 1932-1941 гг. – т.е. те, кто сложный в экономическом плане период середины 90-х гг. встретил в предпенсионном и раннем пенсионном возрасте.

Таблица 2

Социально-демографический профиль когорт

	<i>Выделенные когорты (в скобках указаны годы рождения)*</i>								В целом по массиву
	К2 (1912-1921)	К3 (1922-1931)	К4 (1932-1941)	К5 (1942-1951)	К6 (1952-1961)	К7 (1962-1971)	К8 (1972-1981)	К9 (1982-1991)	
Численность когорт, чел.**	2 088	14 301	22 925	20 876	32 087	31 257	32 241	16 638	172 492
<i>Социально-демографические характеристики</i>									
<i>Пол:</i>	<i>% по столбцам</i>								
мужской	28,5	36,7	42,1	45,0	46,5	47,6	48,8	50,8	45,7
женский	71,5	63,3	57,9	55,0	53,5	52,4	51,2	49,2	54,3
<i>Образование:</i>									
ниже среднего	79,8	79,1	67,5	45,5	35,6	28,8	35,7	62,5	46,6
среднее, среднее специальное	16,6	16,3	25,1	42,6	52,0	56,6	51,7	32,5	42,8
высшее, в т.ч. и незаконченное	3,7	4,6	7,4	11,9	12,4	14,6	12,6	5,0	10,6
<i>Тип поселения:</i>									
Москва и Санкт-Петербург	14,9	10,3	9,8	10,8	9,8	9,7	9,2	9,0	9,8
большие города	18,7	20,5	22,5	25,5	25,5	25,6	27,2	26,0	25,0
малые города	37,3	36,8	37,3	39,1	40,7	40,1	39,4	40,2	39,3
село	29,1	32,4	30,4	24,5	24,0	24,6	24,2	24,7	25,9
<i>Квинтильные группы по уровню среднедушевого дохода:</i>									
1-я (с наименьшими доходами)	9,1	11,0	13,9	19,6	23,4	25,0	21,4	21,7	20,1
2-я	22,5	26,0	29,1	20,7	17,8	17,6	16,3	15,4	20,0
3-я	28,0	34,2	31,3	19,6	15,9	15,3	14,5	16,2	19,9
4-я	29,0	21,6	17,0	19,5	20,8	19,4	20,5	21,4	20,0

²⁶ Исключение составляет только когорта, объединяющая людей 1982-1991 годов рождения, где доля лиц с образованием ниже среднего составляет 62,5% - но это связано с тем обстоятельством, что многие респонденты из этой когорты в момент опроса еще окончили школу.

5-я (с наибольшими доходами)	11,4	7,2	8,6	20,5	22,2	22,8	27,3	25,2	19,9
------------------------------------	------	-----	-----	------	------	------	------	------	------

*в таблице не приводятся данные по когорте 1 из-за ее малочисленности (79 чел.)

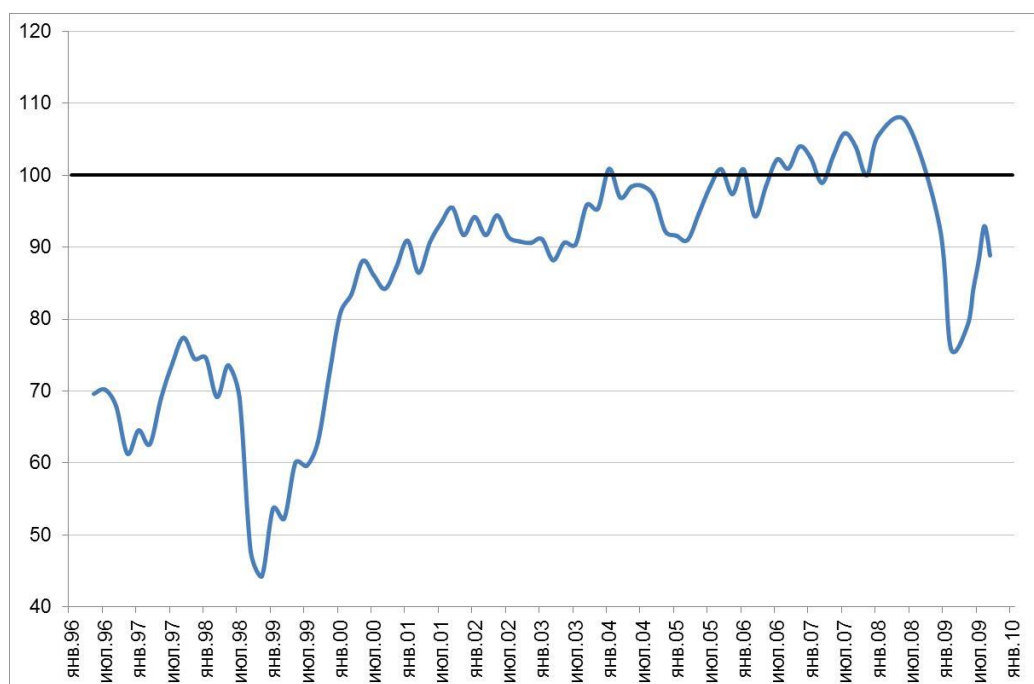
** Численность указана с учетом коэффициентов взвешивания

Гипотезы и результаты исследования

Прежде чем сформулировать гипотезы исследования, обратимся к характеристике общей динамики потребительских настроений в целом и в разрезе возрастных/когортных групп – это послужит отправной точкой для дальнейших предположений.

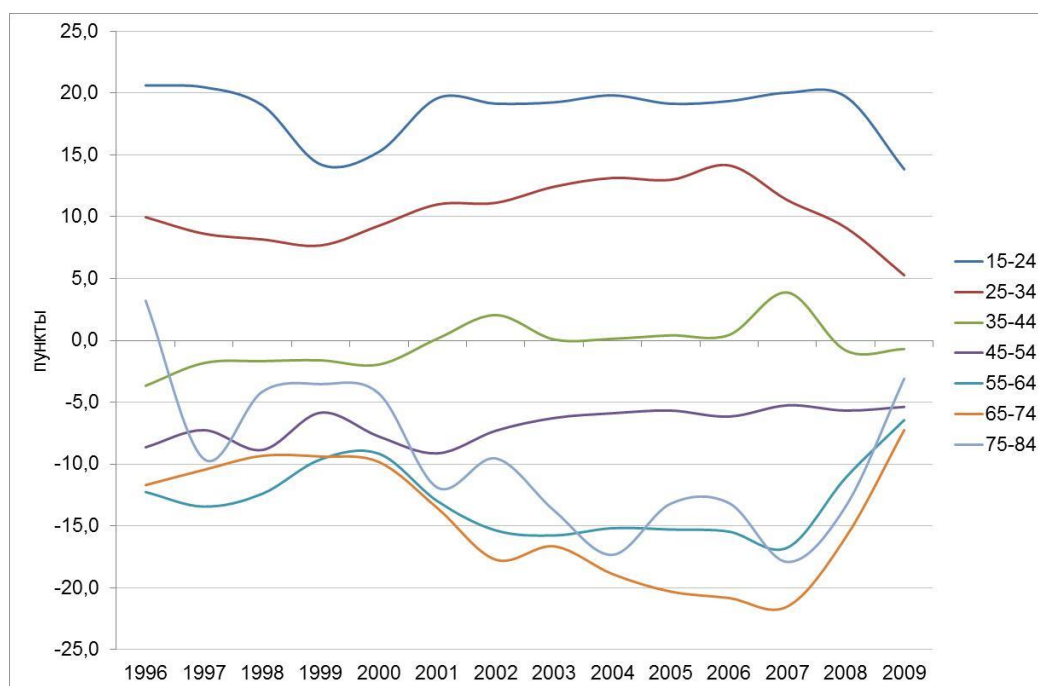
Если взглянуть на общую динамику потребительских настроений за 13-летний период, то можно выделить несколько этапов. В 1996 г. преобладали пессимистические настроения в обществе (общий уровень индекса был ниже 70 пунктов), но затем начавшееся было в относительно успешном 1997 г. улучшение ожиданий прервалось кризисом 1998г. Однако процесс восстановления был довольно быстрым - с конца 1999 г. начался уверенный рост потребительских оценок и ожиданий, а значения ИПН в первой половине 2000-х гг. вышли на новый уровень, равный в среднем 92-93 пунктам. Летом 2004 г. наблюдалось некоторое ухудшение настроений, вызванное «мини-кризисом» в банковской системе, после чего траектория динамики индекса выровнялась и вплоть до осени 2008 г. была умеренно восходящей, а значения ИПН даже превысили пороговую отметку в 100 пунктов. В результате кризиса 2008 г. произошла резкая смена баланса в сторону преобладания негативных оценок и ожиданий (значения индекса снизились до уровня 1997 г.). И хотя некоторое улучшение настроений наблюдалось уже в конце весны 2009 г., достигнуть докризисных показателей удалось только к середине 2012 г. Иными словами, этот кризис, в отличие от 1998 г., был затяжным и более глубоким по своим последствиям.

Рис.1. Динамика индекса потребительских настроений, 1996-2009 гг.



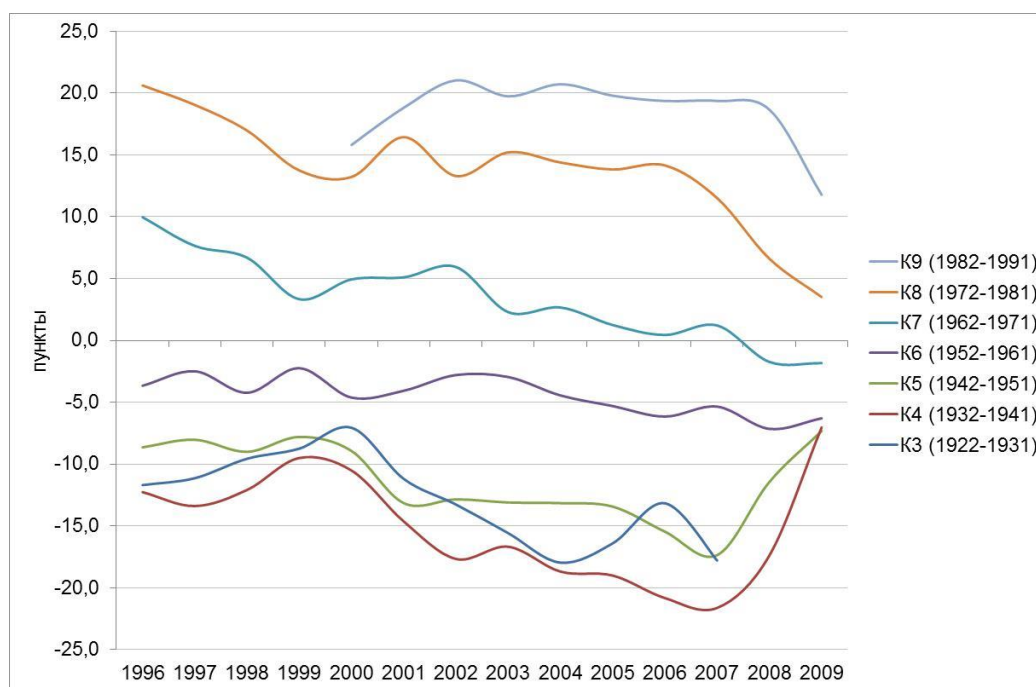
На рис. 2 представлена динамика отклонений ИПН по возрастным группам от значений ИПН в целом по выборке. Сразу бросается в глаза очевидное – молодые люди оптимистичнее лиц старшего возраста. Однако есть нюансы. Во-первых, разрыв между отдельными возрастными группами не одинаков – между людьми 35-44 лет и 25-34 лет он максимален, тогда как в более старших возрастах видимых различий меньше. Во-вторых, более пессимистичными предстают не самые пожилые люди, а группа 65-74 лет. В-третьих, кризис 2008 г. был ощутимее по своим последствиям для людей моложе 40 лет. В-четвертых, оценки и ожидания людей 35-44 лет фактически отражают динамику совокупного ИПН в целом по выборке.

Рис. 2. Динамика отклонений ИПН по возрастным группам от значений ИПН в целом по выборке, 1996 – 2009, среднегодовые значения



Посмотрим теперь на такой же график, но в разрезе когорт, которые, в отличие от «жестких» возрастных групп, являются «плавающими», т.е. сдвигающимися по времени в объединенном массиве (рис.3). Наибольший разрыв наблюдается между когортами 1962-1971 и 1972-1981 годов рождения. Это, думается, связано с тем, что люди, рожденные в 1962-1971 гг., частично прошли социализацию в советский период, а затем, в свои более поздние формативные годы, столкнулись с совершенно новыми конкретно-историческими условиями, вызванными перестройкой и последующим реформированием общества. Разрыв в оценках и ожиданиях представителей самых старших когорт невелик, но, тем не менее, наиболее пессимистичным предстает не военное поколение, а «дети войны», чье становление пришлось на период позднего сталинизма.

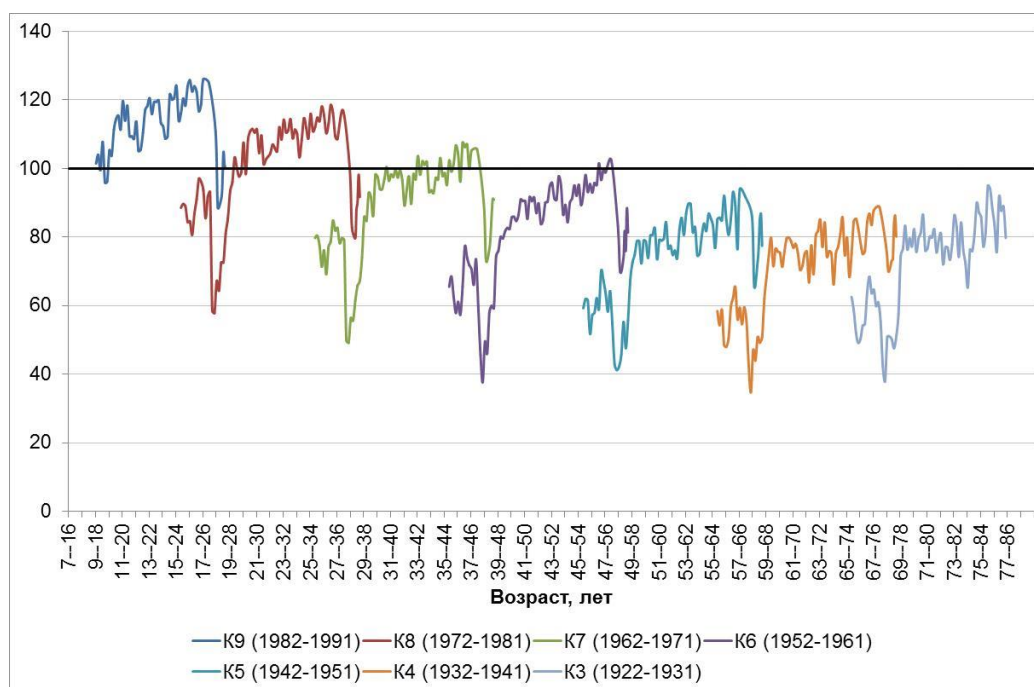
Рис. 3. Динамика отклонений ИПН по когортам от значений ИПН в целом по выборке, 1996 – 2009, среднегодовые значения*



* когорта № 2 (1912-1921) не представлена вследствие ее малочисленности по отдельным годам.

Посмотрим на профиль ИПН по возрасту в разрезе когорт – т.е. на изменение потребительских оценок и ожиданий по мере «старения» людей различных годов рождения (рис.4). Если у самой молодой когорты (1982-1991 г.р.) значения индекса на протяжении всего исследуемого периода находятся существенно выше пороговой отметки в 100 пунктов, то уже у их предшественников (людей 1972-1981 г.р.), оптимизм «просыпается» после 30 лет. Очевидно, что в данном случае необходимо учитывать эффект периода – к примеру, 25-летие людей 1981 и 1971 годов рождения приходится на совершенно разные с точки зрения конкретно-исторических условий годы (2006 г. и 1996 г. соответственно). Бросается в глаза и то, что, несмотря на общую схожесть профилей, кривые, отображающие изменения по возрасту представителей трех самых старших когорт, находятся почти в одном диапазоне значений индекса (тогда как у последующих поколений эти диапазоны уже отличаются). Другими словами, люди, которые на начальный период исследования (1996 г.) были в возрасте 45 лет и старше, более похожи в своих потребительских настроениях, нежели их молодые современники. Можно предположить, что это связано с различной степенью адаптации представителей выделенных когорт к изменившимся условиям, т.е. дифференцированным социализационным воздействием постсоветского периода на разные поколения.

Рис. 4. Профиль ИПН по возрасту в разрезе различных когорт, 1996-2009



На основании всего вышеизложенного сформулируем нашу основную гипотезу.

H1. Эффект когорты в формировании потребительских ожиданий значим, но зависимость будет нелинейной, т.е. приращение оптимизма/пессимизма в отношении экономического и социального развития страны происходит неравномерно от одной когорты к другой.

Для этого сначала обратимся к самой простой модели множественной регрессии в соответствии с формулой (6), включив в нее в качестве предикторов только количественную переменную возраста и совокупность дихотомических переменных, отражающих принадлежность к когортам. Самые старшие когорты (K1 (1902-1911) и K2 (1912-1921)) вследствие своей малочисленности были удалены из массива. В качестве базовой категории была взята самая молодая когорта (K9 – 1982-1991 г.р.). Регрессионный анализ осуществлялся на основе пошагового подхода (stepwise regression)²⁷.

²⁷ Суть пошагового подхода состоит во включении или удалении из уравнения регрессии предикторов, основываясь на серии F-тестов. При проверке значимости введенного фактора определяется, насколько уменьшается сумма квадратов остатков и увеличивается величина множественного коэффициента корреляции. Одновременно используется и обратный метод, т.е. исключение факторов, ставших незначимыми на основе t-критерия Стьюдента. Фактор является незначимым, если его включение в уравнение регрессии только изменяет значение коэффициентов регрессии, не уменьшая значительно суммы квадратов остатков и не увеличивая их значения. Если при включении в модель соответствующего факторного признака величина множественного коэффициента корреляции увеличивается, а коэффициент регрессии не изменяется (или меняется несущественно), то данный признак существенен и его включение в уравнение регрессии необходимо.

**Регрессионная модель зависимости потребительских настроений
от возраста и когорты**

*(зависимая переменная – отклонения в значениях индивидуального индекса
потребительских настроений от совокупного ИПН; N = 170324; период – 1996-2009)*

№ модели	R ²	Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты В	t-статистика	Значимость	Степень мультиколлинеарности
			В	Стандартная ошибка				VIF (variance influence factor) ²⁸
1	0,086	(константа)	28,667	,243		117,769	,000	
		Возраст	-,660	,005	-,293	-126,586	,000	1,000
8 ²⁹	0,094	(константа)	29,689	,387		76,670	,000	
		Возраст	-,566	,007	-,251	-77,345	,000	1,985
		Принадлежность к когортам (база – К9 (1982-1991 г.р.)						
		К8 (1972-1981)	-,964	,326	-,010	-2,961	,003	2,017
		К7 (1962-1971)	-5,775	,304	-,057	-18,973	,000	1,720
		К6 (1952-1961)	-8,270	,296	-,083	-27,982	,000	1,654
		К5 (1942-1951)	-10,105	,340	-,085	-29,702	,000	1,542
		К4 (1932-1941)	-7,947	,355	-,070	-22,356	,000	1,824

Отклонения в значениях индивидуального индекса потребительских настроений от совокупного на 8,6% объясняются переменной возраста, при этом зависимость обратная, т.е. с каждым прожитым годом оптимизм уменьшается на 0,66 пункта (таблица 3, уравнение 1). Включение переменной когорты повышает долю объясненной дисперсии до 9,4% (для такой большого массива это неплохой показатель), что свидетельствует о значимости эффекта когорты. Наблюдается нелинейная зависимость – самой пессимистичной предстает когорта людей 1942-1951 г.р., значения ИПН которых более чем на 10 пунктов ниже, чем у представителей самой молодой когорты. Затем следуют шестая (1952-1961 г.р.) и четвертая (1932-1941 г.р.) когорты, разрыв у которых по сравнению с базовой категорией составляет около 8 пунктов. Люди 1972-1981 г.р., т.е. те, чьи формативные годы пришлись фактически на постсоветский период, по уровню потребительского оптимизма близки к своим самым молодым современникам. Что

²⁸ VIF – фактор роста дисперсии, значение которого, близкое к 1, означает отсутствие мультиколлинеарности для переменной х.

²⁹ Всего было построено 8 регрессионных уравнений, в таблице приведены параметры последнего уравнения (под №8), в котором отсутствует когорта 3 (1922-1931 г.р.) – программа ее исключила на основе алгоритма пошагового подхода к регрессии.

касается же лиц 1962-1971 г.р., то они по своим оценкам и ожиданиям ближе к соседствующей с ней старшей когорте, нежели младшей. Скорее всего, это связано с тем, что эти люди, в отличие от более молодого поколения, не совсем нашли себя в новом обществе и не очень-то надеются на полную самореализацию в будущем. Находясь на этапе первой половины либо середины своего жизненного цикла (т.е. будучи в среднем моложе 40 лет), такое несоответствие желаемого и действительного ощущается ими особенно остро.

Здесь уместно обратиться к исследованию Ю.А.Левады, посвященному анализу динамики мнений внутри выделенных им пятилетних «поколенческих» групп (когорт). Данные показывают, что именно по границе людей, родившихся в 1965-1969 гг. либо 1960-1964 гг. (III и IV когорты у Ю.Левады) происходит смена установок по отношению к социально-экономической реальности.³⁰ Например, за пять наблюдаемых им лет (с 1993 по 1998 г.) «демонстративная ностальгия» по прошлому, выражаемая «в достаточно общей и потому универсально-привлекательной форме («если бы все оставалось так, как было до....»)) усилилась во всех группах, за исключением молодых. Соответствующий индекс вырос во всех когортах, начиная с III (1965-1969 г.р.), а заметно снизился только в I и II когортах (1970-1979 г.р.) [Левада 1999: 20-21]. Также в молодых когортах преобладает предпочтение рынку (значение соответствующего индикатора меньше 100), а люди, рожденные в 1964 г. и ранее, выбирают плановую экономику, причем эти симпатии за наблюдаемые пять лет усиливались. И позитивное отношение к реформам сохраняется к 1998 г. лишь у тех, кому в этот период менее 40 лет [Там же: 22]. Иными словами, именно люди, формативные годы которых пришлись на период «застоя», являются первым поколением, оказавшимся перед вызовом экономической и политической ресоциализации в 90-е гг.

Посмотрим теперь на значимость эффекта когорты в формировании потребительских настроений, включив в уравнение более широкий спектр социально-демографических характеристик в соответствии с формулой (6). В качестве предикторов, помимо возраста и принадлежности к когортам, использовались также следующие переменные:

- пол (1-мужской, 0 – женский);
- высшее образование (да/нет);
- проживание в Москве или Санкт-Петербурге (да/нет)³¹;
- среднедушевой доход (взята в виде переменной децильных доходных групп, где 1 – группа с наименьшим среднедушевым доходом, 10 – с наибольшим)³²;

³⁰ См. таблицу 3 в Приложении.

³¹ Опыт измерений показывает, что именно население мегаполисов более чутко, более резко, более, так сказать, явственно реагирует на любые изменения в экономической и политической жизни страны, что отражается на динамике и темпах изменений потребительских настроений [Ибрагимова, Николаенко 2005: 51]. Именно поэтому в качестве индикатора «типа поселения» была взята переменная, отражающая проживание в одной из двух столиц.

³² Предварительная проверка формы зависимости ИПН от дохода (измеренного как совокупность 10-ти дихотомических переменных, отражающих принадлежность к децильным группам) показала, что она является линейной, хотя и не прямопропорциональной. Поэтому включение в регрессионную модель одной переменной, отражающей номер децильной доходной группы, является оправданным.

- статус занятости: работает (1) или нет (0)³³.

Таблица 4

**Регрессионная модель зависимости потребительских настроений
от социально-демографических характеристик**

*(зависимая переменная – отклонения в значениях индивидуального индекса
потребительских настроений от совокупного ИПН;
N = 170324; период – 1996-2009, R² = 0,142)*

Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандарти- зованные коэффици- енты В	t-статис- тика	Значи- мость	Степень мульти- коллинеар- ности
	В	Стандарт- ная ошибка				VIF (variance influence factor)
(константа)	11,288	,467		24,161	,000	
Возраст	-,542	,008	-,241	-70,643	,000	2,072
Среднедушевой доход по децильным группам	3,111	,034	,230	91,245	,000	1,131
Пол (мужской - 1)	,754	,187	,010	4,022	,000	1,023
Наличие высшего образования	-1,430	,446	-,008	-3,209	,001	1,028
Проживание в Москве или С.-Пб	-,828	,337	-,006	-2,457	,014	1,069
Занятость (работает – 1)	-,696	,220	-,009	-3,158	,002	1,425
<i>Принадлежность к когортам (база – К9 (1982-1991 г.р.)</i>						
К8 (1972-1981)	-1,592	,352	-,016	-4,525	,000	2,179
К7 (1962-1971)	-5,509	,337	-,055	-16,346	,000	1,994
К6 (1952-1961)	-8,100	,328	-,081	-24,676	,000	1,944
К5 (1942-1951)	-10,218	,356	-,087	-28,680	,000	1,637
К4 (1932-1941)	-6,980	,358	-,062	-19,502	,000	1,826

Построенная модель объясняет 14,3% дисперсии, при этом переменная когорты остается значимой (таблица 4). Наблюдается положительная взаимосвязь потребительского оптимизма с уровнем среднедушевого дохода и полом респондента. Мужчины немного оптимистичнее женщин, при этом, как показывает анализ, они проявляют больше оптимизма в оценках сегодняшних реалий (касательно личного благосостояния и ситуации на потребительском рынке), нежели в ожиданиях относительно будущего

³³ Статус занятости в данном случае определялся на основе самоидентификации респондента, т.е. его ответов на вопрос о том, каково Ваше основное занятие.

[Ибрагимова, Николаенко 2005: 42]. Влияние фактора дохода на потребительские настроения гораздо сильнее, чем других социально-демографических характеристик: переход респондента из одной в другую, более высокую децильную группу, повышает оптимизм на 3,1 пункта. Такая закономерность характерна и для потребителей экономически развитых стран: чем выше уровень личного благосостояния людей, тем оптимистичнее их оценки настоящего и будущего.

Из тех предикторов, которые имеют обратную связь с зависимой переменной, наибольший коэффициент (не считая переменной когорты, которую мы рассмотрим отдельно) дает образование. Это означает, что наличие высшего образования у респондента уменьшает в среднем оптимизм на 1,4 пункта, тогда как проживание в столицах – на 0,8, а наличие работы – на 0,7 пункта. Объяснение такой ситуации представляется следующим. Люди, обладающие этими характеристиками (одной или в совокупности), как правило, более информированы (вследствие своей территориальной локализации), способны, благодаря более высокому уровню их человеческого капитала, к адекватному и грамотному анализу окружающих рыночных реалий, которые зачастую далеко не радужны, а включенность в рынок труда обеспечивает реальными знаниями о производстве, безработице, динамике доходов и экономической ситуации в целом.

Что касается переменной когорты, то тип ее зависимости с уровнем потребительского оптимизма сохраняется (как и в предыдущем уравнении), т.е. включение дополнительных социально-демографических характеристик не меняет нелинейный характер функции, более того, и значения коэффициентов остались почти прежними. Если говорить о конкретных когортах, то сохраняется некоторое особенное положение людей 1962-1971 г.р. – они ближе по своим настроениям к более старшей когорте, чем к своим молодым современникам. Безусловно, каждое поколение уникально по-своему, но это отличается тем, что оно практически полностью социализировалось (окончание школы, армия, поступление и даже окончание вуза, начало трудовой деятельности) в рамках советских реалий, тогда как взрослая жизнь пошла уже за пределами советского строя. И нужно было найти в этом новом, фундаментально меняющемся мире «какую-то новую форму существования, потому что возникало огромное количество валентностей — экономических, социальных, карьерных. Ведь 90-е были очень рискованным временем: с одной стороны, фантастические карьеры, с другой стороны, какие-то невероятные драмы и падения... И при этом огромное число людей были поставлены — или их поставили — в ситуацию элементарного выживания...» [Куренной 2014]. Конечно, приспособляться к новым обстоятельствам пришлось всем, но поколению, о которым сейчас идет речь, пришлось несколько сложнее вследствие того этапа жизненного цикла, на котором они находились. По сути, у них возникла необходимость не только в адаптации, но и в ресоциализации, повторного самоопределения себя в новой реальности.

Обращает на себя еще внимание отсутствие среди оставшихся переменных после выполнения пошаговой регрессии (и в первой, и второй моделях) когорты людей 1922-1931 г.р. Это означает, что они по своему уровню потребительского оптимизма близки к категории, которая является базовой – в данном случае эта самая молодая когорта (1982-1991 г.р.). Чтобы убедиться в этом, была построена дополнительная регрессионная модель, где базовой являлась когорта 1952-1961 г.р. Такой выбор обусловлен тем, что

оценки и ожидания ее представителей наиболее приближены, как следует из анализа общей динамики настроений, к «среднему» уровню, т.е. значениям ИПН в целом по массиву. Как видно из табл. 4 (см. Приложение), в этом случае коэффициенты у переменных, отражающих принадлежность к самой старшей (1922-1931 г.р.) и самой молодой (1982-1991 г.р.) когортам с учетом стандартной ошибки практически равны. Это означает, что по уровню своего потребительского оптимизма (относительно базовой когорты) представители военного поколения и «поколения пехт» весьма близки, т.е. «деды» более схожи в своих оценках текущих реалий и ожиданиях относительно будущего со своими внуками и правнуками, чем с детьми. Факт, безусловно, весьма любопытный и заставляет задуматься о процессе смены поколений и характере событий, пережитых ими в процессе социализации, т.е. о взаимосвязи с историческим процессом.

Дискуссия вокруг этой проблемы идет уже несколько столетий, исходным пунктом в которой является вопрос о том, что первично – биологически обусловленная генеалогическая смена поколений или внешние события и обстоятельства. В большинстве работ второй половины 19 в. смена поколений рассматривалась в качестве движущей силы исторического процесса, т.е. как первичный фактор (О.Конт, Ж.Дромель, Дж.Милль, Г.Феррари, О.Лоренц). Альтернативная точка зрения, согласно которой смена поколений выступает следствием исторических событий, была впервые четко сформулирована немецким философом В.Дальтеем в работах, опубликованных в 60-70-е годы 19 в. [Савельева, Полетаев 1997: 364-365]. Позже эта гипотеза была развита К.Мангеймом – поколения им рассматриваются как общности, отражающие разные этапы человеческой жизни с точки зрения социализации и наличия определенных социокультурных характеристик. Достигнутый после второй мировой войны консенсус состоит в том, что «подавляющее большинство исследователей склоняется к мысли о том, что поколение формируется событием, т.е. является производным исторических изменений. Вместе с тем, однажды сформировавшись, социальное поколение определяет черты конкретного периода истории, т.е. становится первичным фактором исторического процесса». [Савельева, Полетаев 1997: 366]. Но остается вопрос о сроках «жизни» поколений и связанных с ними циклами. Распространенным в литературе является цикл, состоящий из двух поколений и основанный на вечном конфликте отцов и детей, хотя многие историки оперируют циклами, состоящими из четырех поколений. Однако, как указывают И.Савельева и А.Полетаев, «к середине XX в. сформировалось понимание того, что систематическое деление исторического процесса на поколения-интервалы вряд ли приемлемо с научной точки зрения» [Савельева, Полетаев 1997: 370], однако идея цикличности по-прежнему привлекает к себе внимание исследователей. В 90-е гг. XX в. довольно большую популярность не только в научных, но и в практико-ориентированных кругах получила теория поколений, созданная экономистом и демографом Нейлом Хоувом совместно с историком и драматургом Вильямом Штраусом и изложенная в наиболее полном виде в их второй книге «Четвертый поворот» («The Fourth Turning», 1997).

Ключевая идея данной теории состоит в том, что общество в своей истории проходит чередующиеся этапы кризиса и подъема, сопровождающиеся сменой поколений, каждое из которых отличается своими ценностными установками и моделями поведения. На основе анализа американского социума со времен Колумба авторы выделяют четыре

архетипа, называя их «пророками», «кочевниками», героями» и «художниками» [Strauss, Howe 1997: 105]. Одна из причин того, почему эти типы повторяются, состоит в том, что «молодое поколение пытается исправить или компенсировать те черты старшего поколения, которые кажутся ему чрезмерными у людей среднего возраста, находящихся у власти» [Исаева 2011: 292], поэтому «одно поколение не похоже на поколение, воспитавшее его, а имеет больше общего с поколением, воспитавшим поколение родителей» [Strauss, Howe 1997: 79]. Концепция довольно схематична и условна (вряд ли выделенные архетипы остаются неизменными на протяжении столетий), да и сама идея спиралевидного развития не нова, но, тем не менее, дает пищу для размышлений.

Люди, родившиеся в первой половине интервала 1922-1931 гг., принадлежат к «поколению победителей» (в терминах Штрауса и Хоува – к «героям»), которое вошло в историю благодаря своему коллективному военному триумфу, для которых жизнь является непрерывной борьбой за созидание, и при этом вера в идеалы «светлого будущего» непоколебима (что, конечно, связано с историческими условиями их социализации). По уровню оптимизма, как было сказано ранее, к ним близки люди самой молодой когорты (1982-1991 г.р.) – представители поколения «миллениума», или как их еще обозначают, поколения «игрек», «пехт». Для них, выросших в эпоху высоких технологий (не случайно их порой называют «поколением большого пальца»³⁴) характерна высокая контактность, которая реализуется в социальных сетях и блогах, склонность к командной игре, несмотря на существование в виртуальной реальности, поскольку именно сети, как отмечает Н.Хоув, используются ими как инструмент создания сообществ. «Поколение Миллениума» полностью перевернуло социальную задачу информационных технологий, с тем, чтобы вновь обрести сообщество, группу... Они подвергаются серьезному испытанию, потому что они все время оказываются под пристальным вниманием друг друга, чужого взгляда. Но потребность в сообществе заставляет идти на эти издержки. Они еще очень молоды, все работает скорее на уровне инстинктов, которые говорят им: добиваться изменений надо эволюционным путем, на условиях взаимной поддержки и взаимной заботы. Они стремятся к консенсусу и солидарности,... хотят строить, а не разрушать» [Альбац 2011]. В условиях ослабления общественных институтов и усиления кризисных явлений в экономике для возрождения страны могут вновь потребоваться «герои» - и поколение Y, по мнению координатора проекта «Теория поколений в России-Rugenerations» Евгении Шамис, «может ими стать для других поколений, несмотря на то, что сами не всегда хотят быть героями» [Соколова 2010]. Не случайно, одной из тенденций нового времени является возникновение и активизация молодежных движений с политическим и общественным подтекстом. Однако детально и корректно говорить о сущностных чертах людей 1982-1991 г.р. еще рано - в последний год исследуемого нами периода им не было еще и 30-ти лет.

В своей работе мы попытались реализовать и другой подход к выделению когорт, проанализировав влияние общественно значимых событий, пережитых людьми на протяжении своей жизни. Для этого был создан набор дихотомических переменных, которые в своей последовательности отражали каждый прожитый человеком год жизни. Значение переменной равно 1, если респондент пережил указанный год в возрасте 15 лет и

³⁴ ...от привычки набирать эсмэски одним большим пальцем руки, в которой находится мобильный телефон.

старше (поэтому начальным годом является 1937 г., т.е. тот год, когда достигли 15-летия люди самого старшего возраста в базе - 1922 г.р.³⁵), при этом учитывался еще и год проведения опроса (например, если опрос датируется 1997 годом, то последующие годы людьми еще не были прожиты). Всего таких переменных получилось 70 (с 1937 по 2008 год включительно), которые были включены в регрессионную модель наряду с указанными ранее социально-демографическими характеристиками. Понятно, что в данном случае переменная, отражающая принадлежность индивида к той или иной когорте по году рождения, уже не участвовала в анализе. В ходе пошаговой регрессии многие переменные-годы автоматически (на основе проверки значимости) были удалены. Из оставшихся в конечной модели 18-ти переменных некоторые из них (как правило, близлежащие) получились «парными» вследствие высокой мультиколлинеарности. В этом случае был оставлен тот год (переменная), который в уравнениях пошаговой регрессии появлялся раньше (как правило, такая переменная имеет и более высокие значения коэффициентов в паре годов). В итоге модель выглядит следующим образом (см. табл. 5):

Таблица 5

**Регрессионная модель зависимости потребительских настроений
от социально-демографических характеристик и пережитых событий**
(зависимая переменная – отклонения в значениях индивидуального индекса
потребительских настроений от совокупного ИПН;
 $N = 170324$; период – 1996-2009, $R^2 = 0,143$)

Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандарти- зованные коэффици- енты В	t-статис- тика	Значи- мость	Степень мульти- коллинеар- ности
	В	Стандарт- ная ошибка				VIF (variance influence factor)
(константа)	12,468	,619		20,133	,000	
Возраст	-,648	,025	-,288	-25,700	,000	22,418
Среднедушевой доход по децильным группам	3,105	,034	,229	91,109	,000	1,131
Пол (мужской - 1)	,760	,187	,010	4,056	,000	1,024
Наличие высшего образования	-1,646	,452	-,009	-3,645	,000	1,057
Проживание в Москве или С.-Пб	-,825	,337	-,006	-2,449	,014	1,069
Занятость (работает – 1)	-,562	,220	-,007	-2,550	,011	1,428
<i>Пережитые годы в возрасте от 15 лет и старше</i>						

³⁵ Годы, пережитые людьми в детстве, исходя из содержательно-концептуальных предпосылок, нами не учитывались.

1939	5,307	,873	,016	6,080	,000	1,226
1945	3,831	,632	,026	6,060	,000	3,292
1948	3,602	,618	,029	5,830	,000	4,378
1953	2,512	,504	,025	4,981	,000	4,442
1958	2,601	,492	,029	5,286	,000	5,351
1967	-1,240	,421	-,015	-2,945	,003	4,873
1973	-1,012	,400	-,013	-2,528	,011	4,705
1982	-1,984	,444	-,024	-4,469	,000	5,227
1986	-1,949	,453	-,022	-4,305	,000	4,779
2005	,743	,265	,008	2,810	,005	1,438

Обращает на себя внимание следующее. 1) Наблюдаются положительные значения коэффициентов первых пяти годов-переменных (1939-1958), затем довольно резкий спад и уход в область отрицательных значений и восстановление позитивной связи с зависимой переменной в 2005 году. Это означает, что люди, пережившие события 1939-1958 гг. в возрасте от 15 лет и старше (т.е. 1924-1943 годов рождения), по уровню своего потребительского оптимизма выше, чем последующие когорты. 2) Максимальное положительное влияние на оценки людьми настоящего и будущего имеют годы, так или иначе связанные с военным периодом нашей истории: 1939 г. – расширение западных границ СССР, начало второй мировой войны, советско-германский пакт о ненападении, советско-финская война; 1945 г. - историческая победа в Великой Отечественной войне; 1948 г. – трудно выделить какое-то знаковое событие, но общая обстановка так или иначе была связана с начавшейся чуть ранее «холодной войной». 3) В группе годов, негативно влияющих на уровень потребительского оптимизма, выделяются 1982 г. и 1986 г.. Первый из них ассоциируется с агонизирующим этапом эпохи застоя и смертью Л.И.Брежнева, второй – с началом кардинально нового периода, вошедшего в историю под названием «перестройка». 4) Из всего постсоветского периода в регрессионной модели присутствует только 2005 год, причем с положительным коэффициентом. Это не случайно: по многим экономическим параметрам этот год был знаковым – например, в сфере личных денежных доходов населения был достигнут уровень 1991 г. (в реальном выражении), объем ВВП сравнялся с соответствующим показателем дореформенного года и т.д.³⁶

Основываясь на близости значений коэффициентов переменных, отражающих влияние пережитых людьми годов (в возрасте 15 лет и старше) на уровень потребительского оптимизма, можно попытаться эмпирически выделить поколения как «форму социальной связи и фокус символической солидарности действующих индивидов» [Дубин 2005: 63]. В этом определении понятия «поколение», данном Б.В.Дубиным, акцентируется внимание именно на социологической трактовке термина, подразумевающей группу людей, родившихся в одно время и имеющих общий жизненный опыт, ориентации или настроения. Это тот компонент, который, как указывает В.Семенова, отличает понимание

³⁶ Уровень и образ жизни населения России в 1989–2009 годах: докл. к XII Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 5–7 апр. 2011 г. / Г. В. Андрущак, А. Я. Бурдяк, В. Е. Гимпельсон и др. ; рук. авт. колл. Е. Г. Ясин ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. С. 10-12.

данного термина от демографического понятия «когорта», как «людей, рожденных в одно время и составляющих структуру населения» [Семенова 2005: 81]. Иными словами, важна не просто временная, но, по К.Мангейму, «историческая локализация» общности. Поэтому подход к дифференциации поколений, основанный не на возрастных различиях, а взаимосвязи с историческими событиями или процессами, представляется абсолютно оправданным: «естественно, что границы между такими условными поколениями будут размытыми, но основным критерием будет эффект влияния исторического события на большинство генерации, родившейся на протяжении определенных десятилетий» [Семенова 2005: 83]. Подчеркнем, что мы оставляем за рамками нашего внимания в данном исследовании анализ специфики каждого поколения – он требует комплексного эмпирического изучения – и остановимся лишь на его одной составляющей, связанной с общеэкономическими настроениями.

Первое наблюдаемое поколение образуется историческими событиями 1939-1948 гг., которые, будучи пережитыми людьми в возрасте 15 лет и старше, положительно влияют на уровень потребительского оптимизма. Соответственно, это люди 1922-1933 годов рождения³⁷. Их формативные годы пришлись на предвоенный и военный период, которые с точки зрения условий социализации, как отмечает Н.Головин, можно считать довольно однородными, требующими постоянной мобилизации и дисциплинирования общества [Головин 2004: 132]. В.Семенова, основываясь на «исторической локализации жизненного опыта» индивидов, называет их «околовоенным» поколением, прошедшим все тяготы этого времени, но оставшегося верным идеалам коммунистического строительства, отличающимся эмоциональным отношением к Родине (т.е. речь идет о смысловом замещении властного символа «государство» символом «Родины» как конструкта массового сознания), а также идентифицирующим себя с социальным целым [Семенова 2005: 94]. Правда, определяемые ею временные рамки этого поколения чуть шире – с 1920-х гг. вплоть до первой половины 1940 х гг. [Семенова 2005: 88]. Н.Головин называет это поколение «поколением защитников Родины», и относит к нему когорты 1919-1933 г.р., отмечая высокую степень их политического единства [Головин 2004: 133-134].

Следующее поколение формируется историческими событиями 1950-х – первой половины 1960-х гг. (в регрессионную модель вошли 1953 г. и 1958 г. из этого периода, причем с положительным знаком). Соответственно, это люди 1934-1951 годов рождения³⁸ - т.е. те, кто пережили войну в детстве (только часть входящих в это поколение когорт), и чья социализация пришлась в основном на период «оттепели». С одной стороны, они "меньше поражены экзистенциальным страхом военных лет и в меньшей степени затронуты сталинским дисциплинированием общества" [Головин 2004: 135], с другой – это поколение больше внутренне дифференцировано, «фрагментировано по своему социальному опыту..., самое духовно активное и рефлексизирующее поколение как относительно себя и своего места в обществе, так и относительно общества в целом» [Семенова 2005: 99]. Влияние пережитых ими в формативный период исторических годов

³⁷ К этому поколению, скорее всего, принадлежат и люди более старшего возраста (старше 1922 г.р.), однако в имеющейся базе их доля чрезвычайно мала, поэтому говорить что-то конкретно в данном случае затруднительно.

³⁸ Верхнюю границу интервала точно определить сложно – ясно только, что люди, которым в 1967 г. было 15 лет (т.е. 1952 г.р.), сюда уже не входят (если судить по значениям коэффициентов регрессионной модели).

на уровень потребительских настроений положительно, но этот оптимизм более «тихий» в отличие от предыдущего поколения.

Третье наблюдаемое поколение образуется событиями второй половины 1960-х – 1970-х гг. и объединяет когорты 1952-1966 годов рождения. Многие исследователи называют его поколением «застоя», хотя временные границы входящих в него когорт могут и немного различаться: Левада относит к ним родившихся с середины 40-х до конца 60-х годов (1944-1968 гг.) [Левада 2005: 44], Головин – людей 1953-1964 г.р. [Головин 2004: 144]. Наиболее точной характеристикой времени, на которое пришлась социализация этого поколения, является, пожалуй, выражение «никаких перемен». В этой связи неудивительно, что влияние этого исторического периода на уровень потребительского оптимизма людей, переживших его в свои формативные годы, предстает негативным, хотя и в меньшей степени, чем последующий исторический период.

Новая историческая реальность эпохи перестройки сформировала и соответствующее поколение, объединяющее людей 1967 – 1972 годов рождения. (Эти границы определены нами на основании близости значений коэффициентов переменных, представляющих годы, пережитые людьми в возрасте от 15 лет.) Детство этих людей пришлось на спокойный и в определенной степени социально защищенный период застоя, а наиболее важные для социализации юношеские и ранние взрослые годы – уже на период перестройки. Иными словами, в жизненном опыте этих людей «в качестве смыслового ядра всегда остается «сравнение» [Семенова 2005: 100]. В. Семенова на основе изучения лексических форм самопрезентации поколения (свободных высказываний представителей поколения относительно своего поколения) делает вывод о том, что этой генерации присущи синдромы раннего разочарования и ностальгии по прошлому. «В коллективном сознании неотрефлексированы цели собственного (или коллективного) дальнейшего движения. Это привело к раннему психологическому кризису, вследствие которого наметился поворот к более понятным целям прошлого, доперестроечного периода». [Семенова 2005: 102]. Вместе с тем люди этого поколения деятельны, активны, предприимчивы, неплохо приспособились к изменившимся условиям, добившись определенного успеха в жизни. Но порой «они не понимают ни того, за что борются, ни того, что выйдет из их усилий» [Там же]. Видимо, этой «потерянностью» и объясняется отрицательный максимум влияния пережитых ими годов в процессе социализации на уровень потребительских настроений.

В регрессионной модели из последующих годов присутствует только 2005 год, причем влияние его на зависимый показатель положительно, а разница в значениях нестандартизованных коэффициентов с предыдущей переменной-годом довольно значительна (2,7 пункта). Это позволяет говорить о новом поколении людей, время рождения которых относится к середине 1980-х – началу 1990-х гг. В литературе их называют «поколением относительной стабилизации» (Головин) или «послеперестроечным поколением» (Семенова), чья социализация пришлась на относительно благополучный период 2000-х годов. Людей этой генерации отличает «ясное представление о целях своей социальной активности как созидательной, самостоятельной деятельности, направленной на достижение личного успеха и

благополучия», «ориентация на гедонизм и раскрепощенность», «активистская окраска патриотизма вместо пассивно окрашенной «любви и преданности» [Семенова 2005: 104].

Возникает вопрос о поколении людей, рожденных в период с 1973 г. – первой половины 1980-х гг., чьи годы активной социализации (конец 80-х – 90-е гг.) оказались не включенными в регрессионную модель. Причины такой ситуации не очень пока понятны, но ясно, что речь идет о людях, формирование личности которых пришлось на период постсоветской кризисной трансформации общества. Они в основном привержены принципам рынка и экономической конкуренции, а советское прошлое для них просто незначимо [Левада 2005: 59].

Заключение

Цель данной работы состояла в том, чтобы выявить влияние эффекта когорты на формирование потребительских настроений. Под эффектом когорты понимаются различия в условиях и социализации и жизненном опыте людей, аккумулированные на массовом уровне. Исследование показало, что принадлежность индивида к когорте действительно является одной из значимых детерминант потребительских настроений, однако обнаруженный нелинейный характер связи означает, что приращение оптимизма/пессимизма в отношении экономического и социального развития страны происходит неравномерно от одной когорты к другой.

Регрессионный анализ показывает, что самой пессимистичной (при контроле других социально-демографических факторов) предстает когорта людей 1942-1951 годов рождения, тогда как представители самой старшей когорты в выборке (1922-1931 г.р.) гораздо оптимистичнее, и в этом смысле более схожи в своих оценках текущих реалий и ожиданиях относительно будущего со своими внуками и правнуками, чем с детьми. Обнаруживается и особое положение людей 1962-1971 г.р., которые практически полностью социализировались (окончание школы, армия, поступление и даже окончание вуза, начало трудовой деятельности) в рамках советских реалий, тогда как взрослая жизнь пришлось уже на постсоветский период. Эти люди по своим оценкам и ожиданиям ближе к соседствующей с ней старшей когорте, нежели младшей.

В начале статьи нами уже говорилось о теоретических подходах к проблеме поколений и трудностях их эмпирической дифференциации. Включение в регрессионную модель в качестве предикторов переменных, отражающих пережитые людьми (в возрасте 15 лет и старше) годы в их хронологической последовательности, позволило не только выявить влияние исторических событий на формирование потребительских настроений, но и попытаться на этой основе определить временные границы поколений. Изначально это не являлось нашей задачей, однако исследование показало, что такой индикатор, как индекс потребительских настроений, может быть одним из инструментов ее решения. Дальнейшее направление исследований видится нам именно в верификации выделенных границ поколений с помощью дополнительных индикаторов и анализе специфики генераций («паттерна поколений») на основе привлечения различных социологических

данных (как количественных, так и качественных), исторических свидетельств и других источников.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица 1³⁹

Результаты оценки регрессионных уравнений для совокупного индекса потребительских настроений (сезонно сглаженные переменные)

	Уравнение 1	Уравнение 2	Уравнение 3
Период оценивания	01.1997 – 06.2010	01.1997 – 06.2004	07.2004 – 06.2010
Независимые переменные	Coeff./ t-st.	Coeff./ t-st.	Coeff./ t-st.
Const.	110,3 86,5	107,4 54,8	103,6 28,4
Отношение официального числа безработных к числу зарегистрированных свободных мест	-4,72 -12,0	-4,51 -9,9	-7,04 -5,8
Выпуск 5-ти базовых отраслей, 12- месячные темпы прироста	0,84 9,0	0,56 3,9	1,36 17,8
Индекс потребительских цен, 12-месячные темпы прироста	-0,34 -14,2	-0,30 -12,8	0,72 3,5
R ² DW (коэфф. Дарбина-Уотсона)	0,826 0,4	0,856 0,6	0,885 1,2

Таблица 2

Результаты оценки регрессионных уравнений для индекса произошедших изменений в материальном положении потребителей (сезонно сглаженные переменные)

	Уравнение 1	Уравнение 2	Уравнение 3
Период оценивания	01.1997 – 06.2010	01.1997 – 06.2004	07.2004 – 06.2010
Независимые переменные	Coeff./ t-st.	Coeff./ t-st.	Coeff./ t-st.
Const.	66,5 56,4	60,9 49,6	79,26435 36,5
Реальные личные располагаемые доходы на душу населения, 12- месячные темпы прироста	1,37 14,4	1,34 14,7	0,732 3,7
R ² DW (коэфф. Дарбина-Уотсона)	0,565 0,4	0,712 0,6	0,161 0,3

³⁹ Регрессионные модели, представленные в таблицах 1-2, рассчитаны С.А.Николаенко.

Динамика социальных установок по пятилетним когортам *

Пятилетние когорты**	Согласны ли Вы, что лучше было бы... как до 1985 г.? индекс***			План или рынок? (Какая экономическая система кажется Вам более правильной?) индекс****			Нужно ли продолжать реформы? индекс*****		
	1993 г.	1998 г.	изменение	1993 г.	1998 г.	изменение	1993 г.	1998 г.	изменение
I 1975-1979 г.р.(K8)	98	81	-17	77	82	+5	110	129	+19
II 1970-1974 г.р.(K7, K8)	96	80	-16	59	67	+8	137	124	-13
III 1965-1969 г.р. (K7)	80	110	+30	89	76	-7	138	104	-34
IV 1960-1964 г.р.(K6, K7)	88	98	+10	94	110	+16	137	101	-36
V 1955-1959 г.р.(K6)	97	119	+22	95	104	+9	129	105	-24
VI 1950-1954 г.р.(K5, K6)	89	106	+17	102	121	+19	139	89	-50
VII 1945-1949 г.р.(K5)	128	121	-7	109	136	+27	125	92	-33
VIII 1940-1944 г.р.(K4, K5)	129	140	+11	135	144	+9	109	86	-23
IX 1935-1939 г.р.(K4)	127	140	+13	121	155	+34	116	76	-40
X 1930-1934 г.р.(K3, K4)	136	150	+14	125	118	-7	104	67	-37
XI 1925-1929 г.р.(K3)	131	139	+8	119	154	+35	109	81	-28

* Источник: [Левада 1999: 21].

** по Ю.Леваде обозначены римскими цифрами, в скобках указаны номера когорт, выделенные в нашем исследовании

*** Индекс = «согласен» (%) – «не согласен» (%) +100

****Индекс = % предпочитающих плановую экономику - % предпочитающих рыночную экономику +100

***** Индекс = «продолжать» (%) – «прекратить» (%) +100

**Регрессионная модель зависимости потребительских настроений
от социально-демографических характеристик**

*(зависимая переменная – отклонения в значениях индивидуального индекса
потребительских настроений от совокупного ИПН;
N = 170324; период – 1996-2009, R² = 0,142)*

Независимые переменные	Нестандартизованные коэффициенты		Стандарти- зованные коэффици- енты В	t-статис- тика	Значи- мость	Степень мульти- коллинеар- ности
	В	Стандарт- ная ошибка				VIF (variance influence factor)
(константа)	3,526	,997		3,537	,000	
Возраст	-,550	,021	-,244	-26,377	,000	15,278
Среднедушевой доход по децильным группам	3,111	,034	,230	91,245	,000	1,131
Пол (мужской - 1)	,753	,188	,010	4,017	,000	1,023
Наличие высшего образования	-1,460	,452	-,008	-3,229	,001	1,058
Проживание в Москве или С.-Пб	-,827	,337	-,006	-2,456	,014	1,069
Занятость (работает – 1)	-,689	,221	-,009	-3,118	,002	1,434
<i>Принадлежность к когортам (база – К6 (1952-1961 г.р.)</i>						
К9 (1982-1991)	7,876	,663	,058	11,870	,000	4,189
К8 (1972-1981)	6,360	,512	,063	12,413	,000	4,620
К7 (1962-1971)	2,518	,365	,025	6,890	,000	2,344
К5 (1942-1951)	-2,047	,390	-,017	-5,246	,000	1,963
К4 (1932-1941)	1,270	,535	,011	2,373	,018	4,083
К3 (1922-1931)	8,346	,712	,061	11,717	,000	4,800

Литература

- Альбац, Е. 2011. Они выросли в циничной среде. Историк Нейл Хоув — The New Times // The New Times. № 02 (197) от 24 января 2011 года. <http://newtimes.ru/articles/detail/33302>
- Воронков В. 2005. Проект «шестидесятников»: движение протеста в СССР // *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. С. 168-200.
- Глотов М. Б. 2004. Поколение как категория социологии. *Социологические исследования*. 10: 42–49.
- Головин Н. Л. 2004. *Теоретико-методологические основы исследования политической социализации*. СПб.: Издательство СПбГУ.
- Дубин Б. В. 1995a. О поколенческом механизме социальных сдвигов. В сб.: Заславская Т. И. (отв. ред.) *Куда идет Россия? Альтернативы общественного развития*. М.: Аспект-Пресс; 237–247.
- Дубин Б. В. 1995b. Социальный статус, культурный капитал и разрыв поколений. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*: 1: 12–16.
- Дубин Б.В. 2005. Поколение: смысл и границы понятия. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое литературное обозрение; 61-79
- Ибрагимова Д.Х. 2014. Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996-2010): теоретико-методологические основы исследования. *Экономическая социология*: Т.15. № 2. 99-118.
- Ибрагимова Д. Х., Николаенко С. А. 2005. *Индекс потребительских настроений*. М.: Поматур.
- Инглехарт Р. 1997. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества. *Политические исследования*. 4: 6 – 32.
- Исаева М.А. 2011. Поколения кризиса и подъема в теории В. Штрауса и Н. Хоува. *Знание. Понимание. Умение*. 3: 290-295.
- Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. 1998. Межгенерационный сдвиг индивидуального оптимизма/пессимизма в современном российском обществе. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 1 (2): 113–120.
- Куренной В. (2014) От 1990-х к 2000-м: пути и путь. Новая дискуссия на «Гефтере» философа и публициста Бориса Межуева и культуролога, философа Виталия Куренного. 05.02.2014. <http://gefter.ru/archive/11257>
- Левада Ю. А. 2005. Поколения XX века: возможности исследования. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое литературное обозрение; 39–60.
- Левада Ю. А. 2000. Человек приспособленный. В кн.: Левада Ю. *От мнений к пониманию: социологические очерки 1993–2000*. М.: Московская школа политических исследований; 467–488.
- Левада Ю. А. 1999. Пятилетние группы — пятилетние сдвиги (опыт ретроспективного анализа). *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2: 19–24.

- Науэн М. С. 2006. Метод когортного анализа в социологии. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 9 (3): 137–144
- Савельева И. М., Полетаев А. В. 1997. Смена поколений. В кн.: Савельева И. М., Полетаев А. В. *История и время: в поисках утраченного*. М.: Языки русской культуры; 360–371.
- Семенова В. В. 2005. Современные концепции и эмпирические подходы к понятию «поколение» в социологии. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое литературное обозрение; 80–107.
- Соколова Н. (2010) Поколение Игрек // журнал «Профиль» №34(685) от 20.09.2010. <http://rugenations.su/2010/10/01/%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B5%D0%BA/#more-725>
- Урланис Б. Ц. История одного поколения (Социально-демографический очерк). М., 1968
- Уровень и образ жизни населения России в 1989–2009 годах: докл. к XII Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 5–7 апр. 2011 г. / Г. В. Андрушак, А. Я. Бурдяк, В. Е. Гимпельсон и др. ; рук. авт. колл. Е. Г. Ясин ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011.
- Шанин Т. 2005. История поколений и поколенческая история. В сб.: Левада Ю. А., Шанин Т. (ред.). *Отцы и дети: поколенческий анализ современной России*. М.: Новое литературное обозрение; 17–39.
- Шанин Т. 1997. Постскрипtum: Вопросы выбора. В кн.: Шанин Т. *Революция как момент истины: Россия 1905–1907 — 1917–1922 годы*. Пер. с англ. Е. М. Ковалева. М.: Весь мир.
- Abramson (2011). Critiques and Counter-Critiques of the Postmaterialism Thesis: Thirty-four Years of Debate // CSD Working Papers, Center for the Study of Democracy, UC Irvine. <http://escholarship.org/uc/item/3f72v9q4>
- Adams F. 1964. Consumer Attitudes, Buying Plans, and Purchases of Durable Goods: A Principal Components, Time Series Approach. *The Review of Economics and Statistics*. 46 (4): 347–355.
- Attanasio O. P. 1998. Cohort Analysis of Saving Behavior by U.S. Households. *The Journal of Human Resources*. 33 (3). Summer: 575–609
- Baghestani H. 1992. Survey Evidence on the Muthian Rationality of Inflation Forecasts of US consumers. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. May: 173–186.
- Baltes P. (1987) Theoretical Propositions of Life-Span Developmental Psychology: On the Dynamics Between Growth and Decline // *Developmental Psychology*, 1987, Vol. 2.1, No. 5, 611-626.
- Baltes P. B., Reinert G. 1969. Cohort Effects in Cognitive Development of Children as Revealed by Cross-sectional Sequences. *Developmental Psychology*. 1 (2): 169–177.
- Blossfeld H.-P. 1986. Career Opportunities in the Federal Republic of Germany: A Dynamic Approach to the Study of Life-Course, Cohort, and Period Effects. *European Sociological Review*. 2 (3). December: 208–225.
- Brim, O. G.,(Jr). (1966) Socialization through the life-cycle. In: Brim, O. G.,(Jr)., & Wheeler, S. (eds). *Socialization after childhood: Two essays*. New York: Wiley.

- Brim, O.G. and Kagan, J. (1980). Constancy and Change: A view of the issues // In: Constancy and Change in Human Development (ed. by Brim, O.G. and Kagan, J.) (Cambridge, MA: Harvard University Press). Pp. 1-25.
- Carroll C. 2003. Macroeconomic Expectations of Households and Professional Forecasters. *The Quarterly Journal of Economics*. 118 (1): 269–298.
- Carroll C., Dunn W. 1997. Unemployment Expectations, Jumping (S, s) Triggers, and Household Balance Sheets. (eds. B. S. Bernanke, J. Rotemberg). *NBER Macroeconomics Annual* 12; 165–230. URL: <http://www.nber.org/chapters/c11039.pdf>
- Carroll C., Fuhrer J., Wilcox D. 1994. Does Consumer Sentiment Forecast Household Spending? If So, Why? *The American Economic Review*. 84 (5): 1397–1408.
- Curtin R. 2000. *The Structure of Consumer Confidence: Comparisons between the United States and Russia*. URL: <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=24781>
- Curtin R. 2002 Surveys of Consumers: Theory, Methods, and Interpretation. NABE 44th Annual Meeting, September 30, 2002, Washington, DC. <http://www.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=26396>
- Curtin R. 2003. Unemployment Expectations: The Impact of Private Information on Income Uncertainty. *Review of Income and Wealth*. 49 (4): 539–554.
- Curtin R. 2010. Inflation Expectations: Theoretical Models and Empirical Tests. In: Sinclair P. (ed.). *Inflation Expectations*. London: Routledge; 34–36.
- Dalton R. (1977) Was There A Revolution?: A Note on Generational Versus Life Cycle Explanations of Value Differences // *Comparative Political Studies* 1977, Vol. 9, # 4: 459 – 473
- Das M., Soest A. van. 2000. *Expected Versus Realized Income Expectations: A Test of the Rational Expectations Hypothesis*. URL: <http://fmwww.bc.edu/RePEc/es2000/1750.pdf>
- Deaton A., Paxson C. 1994. Saving, Aging, and Growth in Taiwan. In: Wise D. (ed.). *Studies in the Economics of Aging*. Chicago: University of Chicago Press; 331–362
- Easaw J., Garratt D., Heravi S. 2005. Does Consumer Sentiment Accurately Forecast UK Household Consumption? Are There Any Comparisons To Be Made With The US? *Journal of Macroeconomics*. 27: 517–532.
- Giuliano P., Spilimbergo A. 2013. Growing up in a Recession // *The Review of Economic Studies* (Advance Access published December 25, 2013) <http://restud.oxfordjournals.org/content/early/2013/12/25/restud.rdt040.full.pdf>
- Glenn N. 2005. *Cohort Analysis*. 2nd rev. ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications (Quantitative Applications in the Social Sciences Series).
- Glenn, N. 1980. Values, Attitudes and Beliefs. In O.G. Brim and Kagan, J. (eds) *Constancy and Change in Human Development* (Cambridge, MA: Harvard University Press). Pp. 596-640
- Grant A. P., Thomas L. B., Jr. 1999. Inflationary Expectations and Rationality Revisited. *Economic Letters*. 62: 331–338.
- Halvorsen E. 2003. A Cohort Analysis of Household Saving in Norway. Discussion Papers No. 354, August 2003 Statistics Norway, Research Department. URL: <http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/DP/dp354.pdf>
- Heim J. 2010. The Impact of Consumer Confidence on Consumption and Investment Spending. *The Journal of Applied Business and Economics*. 11 (2). August: 37–54.

- Heckman J., Robb R. 1985. Using Longitudinal Data to Estimate Age, Period and Cohort Effects in Earnings Equations. In: Mason W. M, Fienberg S. E. (eds) *Cohort Analysis in Social Research*. New York: Springer; 137–150.
- Howrey P. 2001. The Predictive Power of the Index of Consumer Sentiment. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1: 175–216.
- Inglehart R. Culture shift in advanced industrial society. Princeton: Princeton University Press, 1990.
- Juster T., Wachtel P. 1972. Anticipatory and Objective Models of Durable Goods Demand. *The American Economic Review*. 62 (4): 564–579.
- Katona G. 1968. Consumer Behavior: Theory and Findings on Expectations and Aspirations. *The American Economic Review*. 58 (2). Papers and Proceedings of the Eightieth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1968); 19–30.
- Katona G. 1975. *Psychological Economics*. New York: Elsevier.
- Kwan, Cotsomitis 2004 Kwan A., Cotsomitis J. 2004. Can Consumer Attitudes Forecast Household Spending in the United States? Further Evidence from the Michigan Survey of Consumers. *Southern Economic Journal*. 71 (1). July: 136–144
- Ludvigson S. 2004. Consumer Confidence and Confidence Spending. *Journal of Economic Perspectives*. 18 (2): 29–50.
- Mannheim K. 1952. *The Problem of Generations*. In: Mannheim K. (ed.). *Essays on the Sociology of Knowledge*. New York: Oxford University Press; 276–321.
- Mason K. O. et al. 1973. Some Methodological Issues in Cohort Analysis of Archival Data. *American Sociological Review*. 38 (2): 242–258.
- Mishkin F. et al. 1978. Consumer Sentiment and Spending on Durable Goods. *Brookings Papers on Economic Activity*. 1: 217–232.
- Moylan C. 2010. Cyclical Indicators for the United States. Third International Seminar on Early Warning and Business Cycle Indicators. Moscow, Russian Federation, November 17-19, 2010. http://www.bea.gov/papers/pdf/US_Cyclical_Indicators_Moscow.pdf.
- Noble N., Windsor Fields T. 1982. Testing the Rationality of Inflation Expectations Derived from Survey Data: A Structure-Based Approach. *Southern Economic Journal*. 49 (2): 361–373.
- Ryder N. 1965. The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*. 30 (6): 843–861.
- Shorrocks A. F. 1975. The Age-Wealth Relationship: A Cross Section and Cohort Analysis. *Review of Economics and Statistics*. 57 (2). May: 155–163.
- Souleles N. 2004. Expectations, Heterogeneous Forecast Errors, And Consumption: Micro Evidence Form. The Michigan Consumer Sentiment Surveys. *Journal of Money, Credit and Banking*. 36 (1). February: 39–72.
- Strauss, W., Howe, N. 1997. *The Fourth Turning: An American Prophecy — What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*. N. Y. : Broadway Books
- Thomas L. B., Jr. 1999. Survey Measures of Expected U.S. Inflation. *Journal of Economic Perspectives*. 13 (4): 125–144.