



DOI: 10.19181/inter.2024.16.2.2
EDN: FJOYWW

Метафорические основания поколенческого воображаемого городской российской молодежи¹

Ссылка для цитирования:

Нартова Н. Метафорические основания поколенческого воображаемого городской российской молодежи // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2024. Т. 16. № 2. С. 29–49. <https://doi.org/10.19181/inter.2024.16.2.2> EDN: FJOYWW

For citation:

Nartova N. (2024) Metaphorical Foundations of the Generational Imaginary of Urban Russian Youth. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 16. No. 2. P. 29–49. <https://doi.org/10.19181/inter.2024.16.2.2>



Нартова Надежда

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: nnartova@hse.ru

Концепт поколения не теряет своей актуальности на протяжении многих десятилетий, более того — в условиях размывания традиционных социальных стратификаций приобретает особую значимость при обсуждении проблематики социальной идентичности. Поколенческая оптика активно используется не только в академическом, но и в политическом, медийном, маркетинговом дискурсах. Приписываемое в публичной дискуссии название когорты становится ее именем, порой стигмой или брендом, но при этом не всегда рекрутируется и используется самими индивидами для описания своего поколения. Применяемые в поколенческих именах метафоры структурируют понимание поколения, его особенностей и места в социально-историческом процессе. Особый интерес представляет молодежь, которая активно выстраивает картину мира и определяет собственное поколение. В фокусе статьи метафорические основания поколенческого воображаемого современной российской молодежи. На основании материалов

¹ В статье использованы материалы исследований, осуществлённых в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

61 качественного интервью с городской образованной молодежью среднего класса в Санкт-Петербурге были выделены четыре ключевые метафорические концепции поколения, одна из которых общая для всей исследованной молодежи, три — когортно специфичные. Общая включает в себя метафору «технологические изменения». Когортно специфичные, отражающие и разницу жизненных этапов, и поколенческие особенности, представлены метафорой «обманутые надежды» среди 30-летних, метафорой «дети 90-х» среди 25-летних и метафорой «движение вперед» среди 20-летних.

Ключевые слова: молодежь; поколение; метафора; поколенческое воображаемое; качественные методы

Введение

Полагаю, не будет преувеличением сказать, что проблема поколений является частью культурного и интеллектуального беспокойства уже не одно столетие. Так, одно из классических произведений русской литературы — роман Ивана Тургенева «Отцы и дети» — было опубликовано в 1862 году и описывает различия между старым и новым поколениями дворянства накануне реформ по отмене крепостного права, значимых для России. И хотя, вероятно, не многие россияне возвращаются к тексту после прохождения школьной программы, название романа стало нарицательным для описания сдвигов в социокультурном пространстве — различий в ценностях, нормах и образе жизни между старшими и младшими поколениями.

Концепт поколения основательно вошел в нашу жизнь, он не только не устаревает, но и становится все более актуальным, поскольку «старые» коллективные идентичности, такие как класс или социальное происхождение, размываются, и поколение становится новым классификационным маркером [Corsten, 1999: 249–250]. Например, Виктория Семенова, исследуя российские поколения в пореформенный период, указывала, что во время кризиса всех советских идентичностей «солидарность с людьми своего поколения» оставалась единственной значимой солидарностью с большими социальными группами [Семенова, 2002: 184–185]. Поколенческая рамка особенно важна для исследований молодежи, поскольку позволяет рассматривать происходящие с ней процессы в более широкой временной, исторической и социально-культурной перспективе, чем дает возможность исследователям быть более чувствительными и аналитически точными [Woodman, Leccardi, 2015].

Концепт «поколение» активно используется не только в академических, но и в политических, медийных, маркетинговых дебатах. Приписываемое когорте в публичной дискуссии название становится ее именем, порой стигмой или брендом. «Миллениалы» стали символом современного городского образа жизни, ассоциируемого с использованием сервисов доставки и кофе



на вынос, а слово «бумер» превратилось в ироничное имя старшего поколения, характеризуемого «устаревшими представлениями» и общей «отсталостью».

Однако публичные, присвоенные институциями имена не всегда воспринимаются и используются самими индивидами для описания своего поколения. Российские исследования [Семенова, 2002; Максимова, 2014] показывают, что аналитически сконструированные названия поколений отличаются от тех, которые сами люди используют в своих самопрезентациях. Поколенческие дискурсивные конструкции, подчеркивают Вирпи Тимонен и Катрина Конлон, формируются в повседневности на основе интерпретации индивидами современности, а также сходств и различий между когортами [Timonen, Conlon, 2015: 2].

При этом человеческое мышление метафорично, то есть «концептуальная система человека структурирована и определена с помощью метафоры» [Лакофф, Джонсон, 2023: 25], когда постижение одной вещи происходит в терминах другой [Лакофф, Джонсон, 2023: 60]. Такой перенос касается и такого абстрактного культурного понятия, как поколение. Метафоры творят реальность, а не просто обеспечивают возможность концептуализации существующей реальности [Лакофф, Джонсон, 2023: 172]. Таким образом, в зависимости от метафорического наполнения поколение будет перформативно конституировать себя, тем самым определяя и свой образ действия.

В таком контексте особенно интересна молодежь. Будучи всегда под пристальным вниманием других — от исследователей до маркетологов, которые ее определяют, классифицируют, категоризируют и каким-то образом номинируют, — сама молодежь субъектна и активна в выстраивании собственной картины мира [Omelchenko, 2021]. Поэтому встает вопрос, какими именами она маркирует себя и своих ровесников. Иными словами, в фокусе статьи метафорические основания поколенческого воображаемого современной российской молодежи. Изучение собственных «поименований» позволит не только разбить гомогенизирующую внешнюю номинацию поколений, но и даст возможность понять, через какие метафоры молодежь структурирует свой опыт.

Опираясь на качественные интервью с молодыми образованными петербуржцами в возрасте 18–35 лет, собранные в 2023 году, в статье я рассматриваю категории, в которых молодежь определяет себя как поколение, контексты этих категорий и, соответственно, способы структурирования социально-исторического процесса и определения своей позиции в нем.

Теоретические основания исследования

Ключевую рамку понимания поколения задал Карл Мангейм, определив поколение через общность совместно проживаемого когортой исторического опыта и, как следствие, выработанных перспектив мышления и действия. Для Мангейма важно, что «поколение как реальность» зарождается, когда расположенные на одной ступени жизни современники разделяют не только

общую судьбу, но и связанные с ней идеи и концепты [Мангейм, 2000: 38]. При этом Мангейм подчеркивает, что поколение или его единицы формируются не «только свободным участием множества индивидов в одних и тех же, хотя бы и по-разному интерпретируемых, событиях, но, кроме того, тождественными реакциями, определенным родовым сходством в поведении и формировании общих навыков» [Мангейм, 2000: 38]. Таким образом, Мангейм подчеркивал, что поколение появляется не через одновременность проживания когортой определенного исторического периода, а посредством формирования общих разделяемых форм проживания и интерпретации: «подразумевается способность смотреть на вещи под тем же углом зрения, наделять понятия особенными для этой группы смысловыми нюансами, испытывать психологические и интеллектуальные импульсы в характерной для этой группы конфигурации. Далее, это означает усвоение формообразующих принципов интерпретации новых впечатлений и событий, отвечающих предустановленному группой шаблону» [Мангейм, 2000: 38].

Майкл Корстен развивает и специфицирует тезисы Мангейма, указывая, что общность взглядов и интерпретаций поколений вырабатывается в рамках «культурных кругов», под которыми он понимает временные и случайные встречи людей одного возраста в разных социальных контекстах, в первую очередь это относится к молодежи в формативный период [Corsten, 1999: 262]. Корстен указывает, что общности производят себя как поколения через установление семантического порядка — самотематизацию, то есть путем формулирования одинаковым образом определенных тем, используя схожие критерии для интерпретации своего опыта [Corsten, 1999: 262]. Через разделяемые темы, значения, интерпретации, поколенческие дискурсы примиряют личную и социальную идентичности, поскольку в них «члены (молодежного) поколения могут распознать свой собственный типичный образ жизни» [Corsten, 1999: 264].

Виктория Семенова методологически и эмпирически развивает подход Корстена и указывает, что «языковые коды являются способом проявления групповой идентичности, по этим символическим основаниям происходит узнавание “своих” и формируется самоидентификация “мы-поколение”» [Семенова, 2009: 103]. Выделяя лексические формы самопрезентации своего поколения среди россиян разных когорт, Семенова не только определяет смыслообразующие составляющие поколенческих культур, но и показывает динамическую трансформацию лексических конструкций у разных поколений. Автор подчеркивает, что «языковые тематизации разных поколений сосуществуют как полифоническая организация временной перспективы и новые поколения в своей повседневной практике тематизируют мир по-своему, с учетом новой исторической перспективы» [Семенова, 2009: 103].

При этом для классической теории поколений именно синхронное переживание этапа жизни и исторических событий является основанием для формирования ментальных структур поколения [Corsten, 1999: 254], тогда как другие типы различий практически не учитываются. Теория поколений, особенно в молодежных исследованиях, представлялась альтернативой



классовому подходу, однако именно из-за нечувствительности к различиям внутри поколений и, как следствие, излишней генерализации и гомогенизации подвергалась существенной критике [Roberts, France, 2021].

Поколенческие идентичности и модели поведения не вырабатываются в структурно нейтральной среде. Пьер Бурдьё указывает, что «представления агентов меняются в зависимости от их позиции (и связанных с ней интересов) и от их габитуса, понимаемого как система схем восприятия и оценивания, как когнитивные и развивающие структуры, которые агенты получают в ходе их продолжительного опыта в какой-то позиции в социальном мире. Габитус есть одновременно система схем производства практик и система схем восприятия и оценивания практик. В обоих случаях эти операции выражают социальную позицию, в которой он (габитус) был сформирован» [Бурдьё, 2007: 75]. Исследователи подчеркивают, что важно видеть отличия в классовых позициях в общем контексте различий в положении поколений, поскольку позиции будут определять ресурсы, возможности и свободу действий для реагирования на различные кризисы, которые формируют реакцию поколений [Moreno, Urraco, 2018: 6]. Это значит, что позиции, занимаемые агентами, будут влиять на видение себя как поколения, формируя тем самым специфичные единицы поколения, которые потенциально могут существенно различаться в рамках когорт. Как отмечают Стивен Робертс и Алан Франс, «габитус может существовать отдельно без теории поколений, но не наоборот» [Roberts, France, 2021: 781].

Более того, за саму номинацию поколений, определение их границ и характеристик может разыгрываться символическая борьба не только среди влиятельных агентов, таких как государство, медиа, наука, но и между, и внутри поколений. Бурдьё подчеркивает, что «в обществе всегда существует конфликт между разными символическими властями, стремящимися навязать свое видение легитимных делений, то есть создавать группы. Символическая власть в этом смысле есть власть worldmaking» [Бурдьё, 2007: 83]. В условиях неравенства, в том числе межпоколенческого и внутрипоколенческого, возможность определения самого поколения становится одним из оснований для перераспределения власти, ресурсов и влияния как на институциональном уровне [Семенова, 2009], так и в повседневной жизни [Boyle, 2023]. Например, номинирование молодежи как пассивной девальвирует ее политически [Manning, 2013], а определение ее как «цифровой» повышает ее статус в управлении новыми технологиями и меняет вектор трансляции навыков с нисходящего «от старших к младшим» на восходящий «от младших к старшим» [Correa, 2014].

Бурдьё подчеркивает исключительное значение категоризации: «слова, названия конструируют социальную реальность в той же степени, в какой они ее выражают, и являются исключительными ставками в политической борьбе, в борьбе за навязывание легитимного принципа видения и деления» [Бурдьё, 2007: 79]. При этом понятийная система в основе своей метафорична [Лакофф, Джонсон, 2023: 188]. Разные метафоры могут структурировать разные аспекты одного концепта. Джордж Лакофф и Марк Джонсон указывают,

что «категоризация является естественным способом отождествления вида объекта или опыта при помощи высвечивания одних свойств, преуменьшения других и сокрытия третьих. Каждое измерение дает возможность высвечивать те или иные свойства. Для того чтобы высветить некоторые свойства, необходимо преуменьшить или сократить другие; именно это происходит всякий раз, когда мы категоризируем что-либо» [Лакофф, Джонсон, 2023: 188]. Таким образом, «проблему представляет не истинность или ложность метафоры, а вытекающие из нее способы восприятия и следствия, а также санкционируемые ею действия» [Лакофф, Джонсон, 2023: 184]. Лакофф и Джонсон подчеркивают, что «метафоры могут творить для нас реалии, в особенности социальные реалии. Следовательно, метафора может стать ориентиром для будущих действий. Такие действия будут, конечно, соответствовать метафоре. Это, в свою очередь, будет усиливать способность метафоры обеспечивать связность опыта. В этом смысле метафоры могут быть самоисполняющимся пророчеством» [Лакофф, Джонсон, 2023: 182].

Джон Урри также подчеркивает конститутивную роль метафоры для производства и анализа социального: «все человеческое мышление, включая частные и абстрагированные практики науки и социальной науки, основано на метафоре», более того, он утверждает, что «выявление метафорического основания различных форм мышления — главная цель и задача социальной науки» [Урри, 2012: 38]. В своем анализе Урри демонстрирует, как метафоры порождают формы социального воображения, структурирующие не только теоретическую концептуализацию, но и политические решения и повседневную практику. Воспроизводство социального порядка или его изменения, согласно Урри, определяются сохранением старых или появлением новых метафор, то есть «новые значения и реальности зависят от разных типов метафорического мышления» [Урри, 2012: 38].

Таким образом, исследуя дискурс поколения как (само)рефлексию сформировавшейся в определенных исторических условиях возрастной когорты, мы должны не только держать в голове социально-экономические позиции говорящих, задающие рамки представлений, но и смотреть на формируемые поколенческие имена как метафоры, категоризирующие место поколения в более широком социально-историческом контексте и структурирующие поколенческое воображаемое.

Методология и эмпирическая база

Эмпирическую базу статьи составляют интервью, собранные Центром молодежных исследований НИУ ВШЭ — Санкт-Петербург в 2023 году в проекте «Поколенческая идентичность, жизненные выборы и устойчивость российской молодежи» (руководитель Е.Л. Омельченко). В рамках коллективного исследования изучалась молодежь Санкт-Петербурга в возрасте от 18 до 35 лет, работающая по найму в разных секторах экономики, а также самозанятые, предприниматели и временно нетрудоустроенные. Всего было собрано 92 интервью.



Гид полуструктурированного лейтмотивного интервью предполагал обсуждение широкого спектра тем: траектория жизни, жизненные события и выборы за последние три года, устойчивость и тактики совладания с трудностями, отношение к лидерству, представления о прошлом, настоящем и будущем России. Одной из ключевых тем интервью было обсуждение поколений. Информанту задавались вопросы о характеристиках его собственного поколения, о его границах, отличиях от предшествующих и последующих, о его видении будущего для своего поколения и т.д. Завершала этот блок просьба дать поколению имя, назвать его.

Именно ответы на последний вопрос стали объектом анализа в данной статье. Просьба о поименовании поколения предполагала от информанта относительно краткое резюмирование своих рассуждений, артикуляцию ключевого элемента в определении поколения. Однако, поскольку интервью — гибкий метод, где инструмент не является жесткой опросной структурой и интервьюер ведет разговор, учитывая и его ход, и другие обстоятельства, например, усталость информанта, данный вопрос прозвучал не во всех интервью. К тому же, несмотря на то что обсуждение поколений состоялось во всех интервью, ряд информантов затруднились с ответом на просьбу о наименовании поколения. В итоге в 24 интервью вопрос не был задан, 7 информантов не смогли ответить.

Таким образом, эмпирическую базу статьи составили ответы 61 информанта. Среди них 29 мужчин и 32 женщины. Более половины информантов — 35 человек — имеют высшее образование, 7 учатся в бакалавриате, 6 продолжают обучение в магистратуре и 4 учатся в аспирантуре/ординатуре, 9 человек имеют только школьное образование или СПО. Работает подавляющее большинство информантов (50 человек), при этом 45 из них заняты интеллектуальной деятельностью, а 5 — ручным трудом на производстве и в сервисе (бариста, промышленный альпинист, работники заводов). Все информанты проживают в Санкт-Петербурге.

Вопрос социальной структуры современного общества, включая российское, сложный и дискуссионный, определение и отнесение индивидов к тому или иному классу всегда будет сопровождаться оговорками и обладать долей условности. Тем не менее, опираясь на определение среднего класса Елены Здравомысловой с коллегами, включающее четыре параметра — «высшее образование, регулярную занятость, нефизический характер труда, управленческие позиции» [Здравомыслова и др., 2009: 16], — можно сказать, что в данной статье анализируются представления о поколении образованной городской молодежи среднего класса. Этот пункт важен, так как условия проживания (мегаполис), наличие высшего образования, занятость интеллектуальным, а не физическим трудом формируют опыт и перспективу, отличную от молодежи из других социальных сред.

Эмпирический материал анализировался следующим образом: сначала отбирались ответы на вопрос о названии поколения. Важно подчеркнуть, что эти ответы не были развернутыми нарративами, они не содержали обсуждения

поколений, а были краткими, состояли из нескольких предложений, иногда — из одного слова или фразы.

Затем была проведена процедура открытого кодирования, когда ответам присваивались коды на основании языка информанта, отражавшие ключевую идею его высказывания: «интернет», «информация», «мечта», «тяжелые 90-е», «потерянный взгляд», «дети легкого времени» и другие. Некоторые первичные коды повторялись, некоторые нет. Всего было выделено 32 уникальных кода. За границами внимания было оставлено небольшое количество ответов информантов, использующих для поименования поколения институционализированные имена (в основном «миллениалы»).

Далее схожие по смыслу коды группировались в коды второго порядка — категории. Всего было сформировано 16 категорий. Работа с категориями показала, что в них есть группы близких, которые тематически описывают феномен поколения схожим образом. Поэтому категории были объединены в темы. Первая из них включала категории, связанные с развитием технологий: «интернет», «информация», «цифровизация». Вторая тема объединяла категории, апеллирующие к 1990-м годам: «трудные времена», «особая социализация», «общее постсоветское наследие», «наличие опыта совладания». Третья тема связывала категории, отражающие существенные изменения социального контекста в настоящем: «критическое изменение реальности», «неопределенность в выстраивании планов», «вынужденность адаптации». К четвертой теме были отнесены категории, в которых артикулировалось движение: «переход от старого к новому», «перемены», «устремление к будущему», «переход во взрослость». Вне тематического объединения остались две категории, представленные единичными ответами и, соответственно, кодами: категория «эффективность» с кодами «работяги» и «успех» и категория «рутинное множество», базирующаяся на кодах «листья» и «просто люди». Эти две категории были исключены из последующего анализа.

В каждой из доминирующих четырех тем аналитически реконструировалась структурная метафора, которая связывала категории, отражающие разные ее аспекты, и эмпирически задавала «точку отсчета» использования соответствующих лексем в поименовании поколения в ответах информантов. Таким образом были сформулированы четыре метафоры: «технологические изменения», «обманутые надежды», «дети 90-х», «движение вперед».

В рамках содержательного анализа высказывания информантов анализировались как текст по всей базе. Только после выделения ключевых метафор последние были сопоставлены с полом и возрастом говорящих. Гендерных различий выявлено не было, а вот возрастные были. Внутри абстрактного «молодежного поколения», разные когорты, находящиеся на разных этапах как жизненного пути, так и осмысления себя как поколения, использовали разные метафоры. Это позволило говорить об эмпирических общих и специфичных метафорах.

Как любое качественное исследование, данная работа имеет свои ограничения. Во-первых, особенности эмпирического материала. Фокус только на ответах информантов на просьбу дать имя поколению выводил из анализа



предшествующие рассуждения информанта на поколенческую тему. Однако позволял работать с ними как с резюмирующими, отражающими ключевые элементы представлениями молодых мужчин и женщин. Во-вторых, сама процедура кодирования всегда является субъективным процессом — от прочтения до аналитической типологизации. В рамках качественного исследования это ограничение полностью не убрать, всегда возможны иные трактовки. В этом случае поэтапность работы с эмпирическим материалом дает возможность прийти к относительно обоснованным выводам. К тому же, более широкая дискуссия и результаты других исследований позволяет верифицировать их. В-третьих, методология работы с метафорой предполагает, что структурные метафоры непосредственно не артикулированы, но они порождают язык, которым описывается тот или иной феномен. Концепт поколения — это культурная категория, которая всегда является метафорической. Поэтому реконструкция метафорического основания поколенческого воображаемого — это аналитическое действие, безусловно интерпретативное, но тем не менее не являющееся исследовательским «внешним» присваиванием имени поколению.

Результаты

Анализ эмпирического материала позволил выделить четыре ключевые метафорические концепции поколения, артикулируемые городской образованной молодежью среднего класса, одна из которых общая для информантов разных возрастов, три — когортно специфичные. Общая включает в себя довольно ожидаемую метафору «технологические изменения». Когортно специфичные, отражающие и разницу жизненных этапов, и поколенческие особенности, представлены метафорой «обманутые надежды» среди 30-летних, метафорой «дети 90-х» среди 25-летних и метафорой «движение вперед» среди 20-летних.

Поколение «технологических изменений»

Метафора «технологические изменения» организует представление молодежи о самой себе как особом поколении, опыт жизни которого непосредственно связан с компьютеризацией и цифровизацией. Историческая перспектива структурируется появлением интернета, формирующим новую социальную реальность:

«Поколение, которое, наверное, там, в раннем возрасте, там, до ранней подростковойности росло в мире, скажем, без интернета, а потом начало расти в мире с интернетом. Мне кажется, что именно интернет в таком, как бы, вот одно это слово. Как бы после него очень многое поменялось, очень многое» (Инт. № 10², м., 24 года, помощник генерального директора).

² Нумерация интервью организована для эмпирической базы статьи, № 1–61.

Технологическая новизна организует формативный период, определяя поколение как пионера в использовании цифровой материальной и коммуникационной среды. Например, используется образ сенсорного телефона, который маркируется как шаг вперед по сравнению с кнопочным мобильным, но менее развитым по отношению к последующим технологиям:

«Там были такие телефоны, вот такой длинный, и у него был такой треугольный, по-моему, типа стилус. И вот еще красненький такой был, типа, телефон, но там вот это тоже надо было, типа, через стилус. Вот я бы назвала вот как раз такие вот, вот этим телефоном, двумя, не знаю, вот наше поколение. Ну, когда первый раз появились, типа, сенсорные телефоны и как будто вот, это вот именно мы, это именно наше поколение. Потому что дальше-то уже все, вышел айфон, типа, вот именно вот эти телефоны зацепило наше поколение, когда мы были там в восьмом классе, типа того» (Инт. № 24, ж., 24 года, менеджер).

Метафора технологических изменений позволяет подчеркнуть изменения, свидетелями которых стали молодые на протяжении детства-юности, а не сформированность технологической среды, в которой они живут сейчас. Именно процессуальность, постепенность компьютерных новаций формирует способ воображения поколения как переходного от старого мира к новому:

«Как я говорил, мы вот на сломе эпох. То есть у нас еще есть что-то архаичное, аналоговое такое, простое, ламповое, и вот сейчас молодое поколение, которое полностью уже такое цифровизированное и учится онлайн, уже вот совершенно непонятно. А мы где-то посередине между тем старым и современным» (Инт. № 42, м., 35 лет, безработный).

«Мое поколение более переходное, опять-таки как поколение старше. То есть, как мне кажется, следующее поколение и которые пойдут за ним, они будут кардинально от нас отличаться, потому что они уже как раз-таки с самого детства во всем информационном мире, во всех гаджетах» (Инт. № 3, м., 21 год, фрилансер, технический специалист).

Молодежь артикулирует себя как активного участника цифровых изменений, а не просто пассивного потребителя новых технологий:

«Блин, мы поколение, наверное, которое сделало интернет. Ну типа. Эээ. Да. Ну, это, наверное, надо чуть-чуть продлить, наверное. Кому сейчас до 40, может быть. Потому что сейчас до 40 поколение, которое именно наполнило интернет, как сказать, сделало его какой-то очень хорошей платформой для получения знаний, для получения вообще всего практически» (Инт. № 41, м., 26 лет, студент, QA-инженер).



Но при этом подчеркивается сложный характер жизненной навигации в информационной среде, в рамках которой поколение получает амбивалентный статус: с одной стороны, непосредственного производителя, создателя контента, с другой — «ограничителя», нацеленного на управление и регуляцию информации:

«Информационное, может, поколение, поколение информации, потому что переизбыток информации, поэтому, наверное, мы либо как бы продолжаем генерировать ее в том же количестве, поэтому информационное, либо потому что нам придется ее фильтровать в будущем времени, потому что это невозможное количество просто информации для человеческого мозга» (Инт. № 29, ж., 20 лет, студентка).

Метафора технологических изменений позволяет молодежи расположить свое поколение между аналоговым и цифровым миром. Поколение воображается как взрослевшее в условиях технологических новаций, но наличие иного, «доцифрового» опыта маркируется как предел его дигитализации — оно немного «устаревшее» по отношению к сегодняшним детям и подросткам.

Поколение «обманутых надежд»

Метафора «обманутые надежды» в определении поколения доминирует среди информантов 26–35 лет. Когорта 30-летних осмысливает свое поколение через растерянность, связанную с нарушением, разрушением жизненного пути современными событиями в России, которые стали контрастом к ранее ожидавшемуся будущему:

«Ну, потому что начинали мы, росли в одной стране, а потом внезапно поняли, что она немного другая. И у нас были какие-то свои надежды, мечты насчет всего этого, мы очень долго не верили в то, что происходит, и старались не думать про это, но потом оно нас всех пробило» (Инт. № 31, м., 27 лет, фрилансер).

Молодые, на их взгляд, раньше жили в благополучных условиях и оказались не готовы к произошедшим изменениям:

«Может быть, многие из нас остаются в России, как бы держа в уме вот это прекрасное детство, которое у многих было. Надеюсь, что как-то этот прекрасный мир детства можно будет восстановить, как-то себе присвоить» (Инт. № 50, ж., 28 лет, сотрудник библиотеки).

Динамика социальных трансформаций не позволяет поколению реализовывать выстроенный ранее жизненный сценарий. Молодые определяют себя через негативную неопределенность:

Интервьюер: «Хорошо, а какое имя вы бы могли дать своему поколению?»
Информант: «Имя? Я даже... „Неопределенность“ — это считается имя? <...> Потому что вот именно что мы в такое время живем, что там сначала коронавирус — люди не понимали, что делать, потом вой... СВО, опять же, и непонятно, что будет дальше. То есть нет понимания, что уже вот вроде хотя бы что-то пошло на позитив. То есть все равно все сидят в подвешенном состоянии и ждут, не дай бог, плохих новостей. Потому что хороших-то особо не ждут. Ждут все, что „ничего там не слышно про волну новую?“» (Инт. № 57, ж., 27 лет, студентка, организатор выставок).

Радикальные изменения, повлекшие за собой разочарования и разрушение надежд, формирует поколение с низким уровнем доверия к окружающему миру, когда в любой момент мечты и надежды могут быть разрушены:

«Потому что теперь ждешь подвоха. Вот теперь ты прям ждешь вот такого подвоха. То есть ты и раньше ощущал, что что-то может пойти не так, как ты бы хотел, а теперь ты это видел. Знание — сила, и ты всегда теперь это держишь в уме. Надеюсь, теперь мы научимся это держать в уме. Я сам хочу научиться. Что лучше иметь запасной аэродром. Не знаю. Ты теперь просчитываешь, как-то будешь просчитывать возможные риски, даже которые казались раньше невозможными» (Инт. № 40, м., 33 года, инженер).

30-летние определяют себя как поколение, вынужденное постоянно подстраиваться. Но эта перманентная адаптация к изменяющимся условиям несет не гибкость и устойчивость, а усталость:

«Потому что каждые несколько лет, там 2–3–4 года, приходится сделать новый шаг, подстраиваться к новым обстоятельствам. Раньше такого не было. Настолько, по крайней мере, такого не было. Раньше шаги измерялись все-таки десятилетиями, двадцатилетиями, если мы берем, допустим. Все равно, мне кажется, были какие-то более крупные. А сейчас у нас вот этот равномерный шаг, что вот одно, другое, третье, вкупе еще с этими событиями, под которые подстраиваться надо. То есть, мне кажется, так. И мы это все проходим в расцвете сил, скажем так» (Инт. № 34, м., 34 года, предприниматель).

Отсутствие ясных перспектив в жизни, возможности реализовать ранее намеченное, необходимость подстраиваться и отслеживать изменения делают поколение «тревожным»:

«Название? Люди, которые постоянно парятся. Из-за всего. Пусть это даже какие-то мелкие неурядицы, все равно для них это прям что-то такое очень серьезное. Но это реально, мне кажется, наше поколение,



они постоянно из-за чего-то тревожатся, парятся, постоянно в каких-то поисках себя и так далее и тому подобное. Ну вот то есть как-то раньше, в том плане, мне кажется, проще было» (Инт. № 60, ж., 31 год, в декрете).

Для молодых людей мир вдруг оказался не таким, в каком они росли, на что надеялись и на что рассчитывали, про что один из информантов иронично говорит так:

Интервьюер: *«А можешь ли ты как-то назвать свое поколение? Дать ему какое-то наименование, не знаю».*

Информант: *«Сложно. Было поколение „Пенси“. Это будет, пошутим, будет поколение „Добрый Кола“. <...> Я придумал: „Поколение и точка“ (смех). Угу. (Инт. № 38, м., 28 лет, инженер).*

30-летние локализуют свое поколение в настоящем, выстраивая поколенческое воображаемое через метафору обманутых надежд, когда картину мира и жизненные тропы разрушили социально-политические события в России. Молодежь мыслит себя зависимой от внешних обстоятельств, к которым необходимо постоянно тревожно подстраиваться. Данная когорта видит свое поколение обманутым в надежде на лучший мир, лишенным привычных оснований и стабильности и неготовым к наступившему настоящему.

Поколение «детей 90-х»

Информанты в возрасте 24–27 лет, то есть условно 25-летние, для номинации своего поколения использовали метафору «дети 90-х». Учитывая, что самые старшие информанты, оперировавшие этой метафорой, родились в 1996 году, а самые младшие — в 1999-м, такое апеллирование к историческому периоду, который они застали по касательной в раннем детстве, стало большой исследовательской неожиданностью.

Время «90-х» функционирует как культурно разделяемая метафора и задает рамку интерпретации по умолчанию:

«Ну, тут что-то из серии дети 90-х, вот что-то такое. Этим, наверное, можно многое объяснить» (Инт. № 25, ж., 25 лет, дизайнер).

При этом «90-е» расширяются на весь постсоветский период, не только отсылая к определенному социо-историческому моменту, но и определяя происходящее в современной России. Соответственно, их наследником становится и молодежь:

«Почему-то оттенок девяностых все-таки, особенно в России, да, сама понимаешь, он... Он до сих пор чувствуется везде. Хотя двадцать третий год уже, но он всегда есть. И вот мы тогда жили. Хоть и недолго» (Инт. № 2, м., 24 года, репетитор игры на гитаре).

90-е мыслятся как «тяжелое», полное неопределенности и лишений время, ставшее травмой родителей:

«И, помню, мама рассказывала с папой, да, то, что было очень тяжело, то есть ни денег не было, как бы, работы. Ну, короче, блин, как обычно в России, ни денег, ни работы. Вот, но еще сложнее было, плюс еще я появился, надо как-то кормить, там че-то делать, типа» (Инт. № 2, м., 24 года, репетитор игры на гитаре).

Травма, которая, в свою очередь, наложила отпечаток на детей: *«Дети родителей, переживших 90-е. Вот так вот»* (Инт. № 56, ж., 26 лет, руководитель), формируя особое поколение: *«Ребят, их могли недолюбить, и они... нежные, но умеют терпеть»* (Инт. № 45, ж., 27 лет, самозанятая).

И как собственный сложный опыт, когда самой молодежи пришлось пройти через трудности, изменение социальных контекстов, что существенным образом повлияло на формирование поколения:

*«Мне кажется, очень вполне. 90-е — это достаточно хороший период, ну, в смысле, в смысле у тебя сразу проходит ассоциация, большего не надо. Ты такой смотришь: какой мог человек в таких условиях вырасти и в такое время? Сначала ни *уя не получив, а потом получив до *уя. Ну, типа, в начале 2000-х, когда все понеслось. Вот тебе и выросла куча людей таких. *бнутиньких чуть-чуть»* (Инт. № 52, ж., 27 лет, начальник участка цеха).

Но при этом именно прошлые трудности закалили поколение, сделали его устойчивым к кризисам и изменениям, готовым к проживанию новых:

«Поколение 90-х. Не знаю, может быть, наверно, справимся — куда мы денемся. Это, как говорится, куда мы денемся с подводной лодки» (Инт. № 54, ж., 26 лет, инженер).

Использование лексемы «90-х» позволяет 25-летним презентировать себя как современников особого для страны периода в новейшей истории России. Метафора «дети 90-х» формирует поколенческое воображаемое вокруг травмы, унаследованной и собственной, связанной с переживанием трудных времен. Молодежь мыслит себя как имеющую особое прошлое, определяя себя как выживших в турбулентном периоде, а значит, готовых ко всему, что бы еще ни происходило.

Поколение «движения вперед»

Когорта 20-летних, то есть информанты в возрасте 19–25 лет, описывает свое поколение через метафору «движение вперед». С одной стороны, это движение связано с незавершившимся процессом взросления, когда воображаемая финальная точка вхождения в иной статус еще не достигнута:



«Мне кажется, мы не выросли. Мы не стали такими взрослыми-взрослыми, как наши родители. Но и детьми нас больше не назвать. Вот такие птенцы-переростки» (Инт. № 20, ж., 23 года, экономист).

Взрослость у современной молодежи, как показывают исследования, связывается со стабильностью, фиксированностью, стагнацией [Кравцова, Кузинер, 2022], поэтому маркирование себя как еще «незрелых» взрослых дает возможность для развития, изменений, динамики — как индивидуальных, так и поколения в целом:

«Поколение повзрослевших детей. Да. Да. Ну вот лично по себе я могу сказать, что вот я вроде как уже и взрослый, то есть я сам за себя отвечаю, я вот уже работаю, я стараюсь что-нибудь в своей жизни дальше делать, но при этом я в душе еще как-то ребенок все равно. То есть мне хочется повеселиться с друзьями, просто посмеяться, не знаю, подурачиться, вот» (Инт. № 11, м., 19 лет, бариста).

Но, с другой стороны, это движение связано с возможными изменениями, которые несет поколение. Заявляя о переменах, 20-летние подчеркивают агентный потенциал своего поколения, воображая последнее как способное к действию:

«Мне бы, наверное, очень хотелось сказать поколение перемен. Но, к сожалению, все как будто бы менялось до начала СВО и, возможно, до начала падения, но вот эти события, они как будто бы преступили все те изменения, которые весьма неплохо шли в нашей стране, вот. Поэтому, наверное, наверное, сейчас я могу назвать наше поколение что-то вроде первый шаг к изменениям» (Инт. № 21, ж., 25 лет, администратор).

20-летние отделяют себя от поколения родителей и поколения детей, маркируя себя как переходное поколение:

«То есть мы не такие, как наши родители, не такие, как дети, и мы как раз вот что-то между вот этими поколениями» (Инт. № 15, ж., 23 года, самозанятая).

«Просто что-то такое пограничное состояние, да» (Инт. № 5, м., 25 лет, преподаватель вуза).

Данная когорта оговаривает, что выросла в условиях относительной стабильности:

«Слушай, ну это переходное поколение. Опять же, если брать те же исторические факторы, о которых мы знаем, что тяжелые времена

строят сильных людей, сильные люди строят легкие времена, легкие времена сеют разруху, и снова появляются сильные люди после тяжелых времен. Я думаю, что мы вот это поколение легкого времени в какой-то степени» (Инт. № 1, м., 24 года, предприниматель).

Но для поколения 20-летних важно, что они разрывают связь с советским наследием, у них нет ограничивающей движение памяти о том времени, соответственно, они могут привнести новое:

«Я бы назвала нас Фреш. Фреш, да. Потому что мы уже точно никогда не были в СССР. Уже нечего вспоминать. Мы буквально из пепла какие-то восстали. И просто вот у нас страна на глазах строится. На глазах делается просто, в силах каждого что-то, ну, какую-то лепту вносить. У нас есть какая-то ответственность, я думаю» (Инт. № 19, ж., 22 года, студентка, инженер).

Стремление к изменениям через свободу, неподчинение, бунтарство включается в поколенческое воображаемое:

«Блин, ну, почему-то первое слово мне пришло на ум свободные, надо же, скорее, скорее всего, первое слово, которое приходи на ум, — это самое правильное? Вот почему, ну, я думаю, внутренне мое поколение более свободно, чем старшее поколение, но и чем младшее, потому что младшее, оно еще от родителей зависимо, наше поколение, вот мое, оно уже и от родителей не зависит, оно уже выросшее поколение, но при этом оно внутренне как будто бы более свободно. Мне кажется, у нас больше желания, что ли, не подчиняться, у нас больше развит дух бунтарства, чем у старшего поколения, которое более такое стабильное и сильнее переживает, наверно, высказывать свое какое-то мнение» (Инт. № 16, ж., 22 года, студентка, самозанятая).

У 20-летних нет плана, четкой стратегии, есть только желаемая цель:

Интервьюер: *«А какое имя ты бы могла дать своему поколению?»*

Информант: *«Имя? Мечта. <...> Мне кажется, что все живут мечтой. Соберутся ее воплотить в жизнь» (Инт. № 28, ж., 23 года, студентка).*

Но эти цели, личные и общественные, становятся основанием для движения вперед:

«Поиск, может быть, назвал бы я. Поиск. Потому что, ну, я считаю, что поколение это, ну, вообще, как бы вот просто вот это, ну, это понятно, что люди, которые только строят жизнь, они ищут. Это именно поиск. Поиск человека вокруг, человека, близкого тебе, для строения, для..., для строите..., ну, не строительства, слово такое,



строительство, для построения семьи. Поиск твоего дела, которое тебе будет нравиться. Поиск себя. Поиск своих, своих желаний, своих мечт. Поиск. Ну, поиск. Потому что мы закладываем в этом периоде, в этом возрасте, наверное, все основное, что потом будем реализовывать и с чем будем жить» (Инт. № 7, м., 25 лет, заместитель начальника отдела на заводе).

20-летние выстраивают свое нарождающееся поколение через метафору движения вперед. Метафора подчеркивает воображаемую потенциальную агентность поколения и его ориентацию в будущее. Она позволяет, с одной стороны, ухватить особенности этапа жизненного курса, связанного со взрослением и поиском себя, с другой — подсветить смену исторических поколений через разрыв с советской памятью и способностью к построению нового.

Заключение

Результаты интервью с образованной городской молодежью среднего класса показали, что в своем поименовании отдельные генерации внутри поколения используют разные метафоры. 30-летние выстраивают свое поколенческое воображаемое через метафору «обманутые надежды», которая акцентирует историческое положение поколения в настоящем времени, когда мечты и желания когорты не реализовались из-за социально-политических трансформаций. Когорта 24–27-летних определяет себя через метафору «дети 90-х», синхронизируя тем самым жизненный путь поколения с пережитым трудным периодом в истории страны. Отсылка к преодоленным тяжелым 90-м свидетельствует о стремлении этой группы молодежи конституировать образ себя как способных пережить любые сложности. 20-летние определяют свое нарождающееся поколение на основании метафоры «движение вперед», что акцентирует их желание продемонстрировать свой ресурс изменений, начинающихся с этой когорты. Однако результаты демонстрируют и общее в поколенческом воображаемом для всей исследуемой возрастной группы 18–35-летних, а именно формулу «технологические изменения», на основании которой поколение мыслится как переходное между аналоговым и цифровым мирами.

Результаты показывают, что условное «молодое поколение» не воображает себя унифицированно и гомогенно, даже в близкой по социальному положению группе. В зависимости от жизненного этапа, наличествующего опыта и ресурсов для осмысления поколения разные когорты на момент проведения исследования используют разные метафоры. 30-летние, уже имеющие за плечами некоторую прожитую жизнь, в условиях сильных социально-политических трансформаций переносят ответственность на внешние обстоятельства и маркируют себя как «обманутых». 25-летние пытаются вообразить себя как устойчивых через апелляцию к «прожитым» 90-м. 20-летние, находящиеся в самом начале жизненного пути, верят в способность

своего поколения двигаться к светлому будущему. Это значит, что, с одной стороны, исторический контекст влияет на определение и переопределение поколениями себя, с другой — что очень важно сохранять чувствительность к поколенческим изменениям и подвижкам в метафорическом языке, который никогда не окончательный. Поколенческое воображаемое меняется со временем, поскольку разные периоды жизни дают разные перспективы для оценки и интерпретации поколенческого общего.

Данное исследование развивает традицию изучения поколенческих самоидентификаций, заложенную Викторией Семеновой [Семенова, 2009] и продолженных Ольгой Максимовой [Максимова, 2014]. Несмотря на то, что методологически и аналитически исследования несколько различаются, наличие эмпирических данных с шагом в десять лет (у В. Семеновой материалы 2002 года, у О. Максимовой — 2013) позволяет сделать несколько важных сравнений.

Первое — по оси самых младших когорт, то есть нарождающихся, формирующихся поколений. Так, в 2002 году 20-летние обозначали свое поколение как «послеперестроечное, послепереломное, новое, другое, будущее», без ностальгии по прошлому [Семенова, 2009: 130], в 2013 году молодые демонстрировали высокую степень индивидуализма, связывая себя в первую очередь с развитием цифровых технологий и лишь в единичных случаях позиционируя себя в исторической перспективе как «постперестроечное поколение», «поколение новой эпохи, постперестройки, с новыми взглядами и амбициями» [Максимова, 2014: 249]. 20-летние горожане в 2023 году обозначают свое поколение не как априори новое, а как переходное, с которого потенциально начнутся изменения, — аккуратно упоминая текущую политическую ситуацию и подчеркивая полный разрыв с советским прошлым. Таким образом, наряду с особенностями жизненного этапа, ориентирующего молодежь в первую очередь на будущее в каждый исследуемый период, мы видим и изменения в наррации поколений: от поколения, пришедшего после случившихся социальных трансформаций, к поколению, с которого трансформации начнутся.

Второе — по оси 30-летних как когорты уже имеющих жизненный опыт и столкнувшихся на пути своего становления с социально-политическими кризисами. Семенова описывает коллективное самочувствие 30-летних в 2002 году как движение «от эйфории к разочарованию», когда возможности, открывшиеся перестройкой после периода позднего застоя, хотя и позволили поколению преуспеть, но не привели к формированию инновационной культуры — когорта была разочарована, пессимистична и пребывала в ностальгии по советскому прошлому [Семенова, 2009: 154–157]. В 2023 году среди 30-летних горожан среднего класса можно также наблюдать разочарование, хотя повод для него стал другой вектор социальных изменений — данное поколение мыслит себя обманутым в своих ожиданиях, когда возможности для реализации жизненных планов вдруг сократились. Семенова считает, что инновационный ресурс поколения, рожденного в 1960–1970-х годах, исторически не реализовался [Семенова, 2009: 154–157]. Смогут ли нынешние 30-летние реализовать свой потенциал или станут фрустрированным поколением — покажет время.



Подводя итог, хотелось бы отметить, что качественные исследования позволяют понять внутренние смыслы, метафоры, способы интерпретации поколений и сделать это очень чувствительно, улавливая нюансы в изменениях контекста, языка, возраста. А традиция исследований самоидентификаций поколений дает временную перспективу для отслеживания динамики, сравнений и оценки изменений. Поэтому анализ поколенческих нарративов никогда не финальная точка, а всегда продолжение исследовательского движения.

Благодарности

Я хотела бы поблагодарить моих коллег из Центра молодежных исследований, вместе с которыми мы реализовывали исследование, давшее эмпирический материал для данной статьи. И, конечно, я хотела бы поблагодарить всех молодых мужчин и женщин, согласившихся принять участие в нашем исследовании и поделившихся своими историями и мнениями.

Литература / References

- Бурдые П. Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. EDN: [QOECDF](#)
- Bourdieu P. (2007) *Sotciologia sotcialnogo prostranstva* [Sociology of Social Space]. Moscow: Institut eksperimentalnoj sociologii; St. Petersburg: Aleteya. (In Russ.)
- Здравомыслова Е., Роткирх А., Темкина А. Введение. Создание приватности как сферы заботы, любви и наемного труда // Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2009. С. 7–30. EDN: [XNGTSP](#)
- Zdravomislova E., Rotkirh A., Temkina A. (2009) Vvedenie. Sozdanie privatnosti kak sferi zaboti, lubvi i naemnogo truda [Introduction. Creating Privacy as a Sphere of Care, Love and Wage Labor]. In: *Novij bit v sovremennoj Rossii: gendernie issledovaniya povsednevnosti* [Gender Studies of Everyday Life in Contemporary Russia]. St. Petersburg: Izdatelstvo Evropejskogo universiteta v Sankt-Peterburge. P. 7–30. (In Russ.)
- Лаккофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: Издательство ЛКИ, 2023.
- Lakoff G., Johnson M. (2023) *Metafori, kotorimi mi zhivem* [Metaphors We Live By]. Moscow: Izdatelstvo LKI. (In Russ.)
- Максимова О. А. Самоидентификация и коллективная память поколений современного российского общества // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2014. Т. 156. № 6. С. 246–252. EDN: [TQALWW](#)
- Maksimova O. A. (2014) Self-Identification and Collective Memory of Generations in Contemporary Russian Society. *Uchenie zapiski Kazanskogo universiteta. Seria Gumanitarnie nauki* [Proceedings of Kazan University. Humanities Series]. Vol. 156. No. 6. P. 246–252. (In Russ.)
- Мангейм К. Очерки социологии знания. М.: ИНИОН РАН, 2000.
- Mannheim K. (2000) *Oчерki sotciologii znania* [Essays on the Sociology of Knowledge]. Moscow: INION RAN. (In Russ.)
- Семенова В. В. Социальный портрет поколений // Россия реформирующаяся / Под ред. Л. М. Дробизевой. М.: Academia, 2002. № 2. С. 184–212. EDN: [PDHLCV](#)
- Semenova V. V. (2002) *Sotcialnii portret pokolenia* [The Social Portrait of Generations]. In: L. M. Drobizheva (ed.) *Rossiya reformiruyushchayasya* [Reforming Russia]. Moscow: Academia. No. 2. P. 184–212. (In Russ.)

Семенова В. В. Социальная динамика поколений: проблема и реальность. М.: РОСПЭН, 2009. EDN: QOKHWP

Semenova V.V. (2009) *Sotcialnaya dinamika pokolenij: problema i realnost* [Social Dynamics of Generations: Problem and Reality]. Moscow: ROSPEN. (In Russ.)

Урри Дж. Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия. М.: Издательский дом ВШЭ, 2012.

Urry J. (2012) *Sotciologia za predelami obschestv: vidi mobilnosti dlya XXI stoletiya* [Sociology Beyond Societies. Mobilities for the Twenty-First Century]. Moscow: Izdatelskij dom VShE. (In Russ.)

Boyle K. A. (2023) Millennial Career-identities: Reevaluating Social Identification and Intergenerational Relations. *Journal of Intergenerational Relationships*. Vol. 21. No. 1. P. 89–109. DOI: <https://doi.org/10.1080/15350770.2021.1945989>

Correa T. (2014) Bottom-up Technology Transmission Within Families: Exploring How Youths Influence Their Parents' Digital Media Use with Dyadic Data. *Journal of Communication*. Vol. 64. No. 1. P. 103–124. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcom.12067>

Corsten M. (1999) The Time of Generations. *Time and Society*. Vol. 8. No. 2–3. P. 249–272. DOI: <https://doi.org/10.1177/0961463X99008002003>

Manning N. (2013) "I mainly look at things on an issue by issue basis": Reflexivity and Phronésis in Young People's Political Engagements. *Journal of Youth Studies*. Vol. 16. No. 1. P. 17–33. DOI: <https://doi.org/10.1080/13676261.2012.693586>

Moreno A., Urraco M. (2018) The Generational Dimension in Transitions: A Theoretical Review. *Societies*. Vol. 8. No. 3. P. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.3390/soc8030049>

Omelchenko E.L. (2021) Twenty Five Years of Youth Studies: Global Names — Local Trends. In: *Youth in Putin's Russia*. Cham: Palgrave Macmillan. P. 1–65 DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-82954-4_1

Roberts S., France A. (2021) Problematizing a Popular Panacea: a Critical Examination of the (Continued) Use of "Social Generations" in Youth Sociology. *The Sociological Review*. Vol. 69. No. 4. P. 775–791. DOI: <https://doi.org/10.1177/0038026120922467>

Timonen V., Conlon C. (2015) Beyond Mannheim: Conceptualising How People "Talk" and "Do" Generations in Contemporary Society. *Advances in Life Course Research*. Vol. 24. P. 1–9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.alcr.2015.03.001>

Woodman D., Leccardi C. (2015) Generation, Transitions, and Culture as Practice: a Temporal Approach to Youth Studies. In: *Youth Cultures, Transitions, and Generations. Bridging the Gap in Youth Research*. London: Palgrave Macmillan. P. 56–68. DOI: https://doi.org/10.1057/9781137377234_5

Сведения об авторе:

Нартова Надежда Андреевна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Центр молодежных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия. **E-mail:** nnartova@hse.ru. **ПИНЦ Author ID:** 782036; **ORCID:** 0000-0001-9026-3047; **ResearcherID:** K-6388-2015.

Статья поступила в редакцию: 14.02.2024

Принята к публикации: 06.06.2024

БАК: 5.4.4



Metaphorical Foundations of the Generational Imaginary of Urban Russian Youth³

DOI: 10.19181/inter.2024.16.2.2

Nadezhda Nartova HSE University, St. Petersburg,
E-mail: nnartova@hse.ru

The concept of generation has not lost its relevance for many decades; moreover, in the context of the erosion of traditional social classifications, it has acquired particular significance in the formation of social identities. Generational optics are actively used not only in academic debate, but also in political, media, and marketing. The names assigned to cohorts in public discussion become their name, sometimes a stigma or brand, but are not always recruited and used by individuals themselves to describe their generation. The metaphors used in generational names structure the understanding of a generation, its characteristics and place in the socio-historical process. Of particular interest is young people, who are actively building a picture of the world and defining their own generation. The article focuses on the metaphorical foundations of the generational imaginary of modern Russian youth. Based on the materials of 61 qualitative interviews with urban educated middle-class youth in St. Petersburg, four key metaphorical concepts of generation were identified, one of which is common to all the youth studied, three are cohort-specific. A common one involves the metaphor of “technological change”. Cohort-specific ones, reflecting both the difference in life stages and generational characteristics, are represented by the metaphor of “deceived hopes” among 30-year-olds, the metaphor of “children of the 90s” among 25-year-olds, and the metaphor of “moving forward” among 20-year-olds.

Keywords: youth; generation; metaphor; generational imaginary; qualitative methods

Author Bio:

Nadezhda Nartova — Candidate of Sociology, Senior Research, Centre for Youth Studies, HSE University, St. Petersburg, Russia. **E-mail:** nnartova@hse.ru. **RSCI Author ID:** 782036; **ORCID:** 0000-0001-9026-3047; **ResearcherID:** K-6388-2015.

Received: 14.02.2024

Accepted: 06.06.2024

³ This article is an output of a research projects implemented as part of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University).