

DOI: [10.14515/monitoring.2026.1.2909](https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.1.2909)

Ю. Н. Корешникова, И. А. Афанасьева, Д. А. Соломинова

**В МОЗАИКЕ ОБЩЕСТВА:
ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ
ХАРАКТЕРИСТИК АГЕНТНОГО НАСЕЛЕНИЯ**

Правильная ссылка на статью:

Корешникова Ю. Н., Афанасьева И. А., Соломинова Д. А. В мозаике общества: исследование социально-демографических характеристик агентного населения // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 1. С. 182—207. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.1.2909>.

For citation:

Koreshnikova Y. N., Afanaseva I. A., Solominova D. A. (2026) In the Mosaic of Society: A Study of the Socio-Demographic Characteristics of the Agent Population. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 182–207. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.1.2909>. (In Russ.)

Получено: 30.01.2025. Принято к публикации: 18.11.2025.

**В МОЗАИКЕ ОБЩЕСТВА: ИССЛЕДОВАНИЕ
СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАК-
ТЕРИСТИК АГЕНТНОГО НАСЕЛЕНИЯ**

*КОРЕШНИКОВА Юлия Николаевна — кан-
дидат педагогических наук, доцент, старший
научный сотрудник Института образования,
Национальный исследовательский универ-
ситет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия*

E-MAIL: koreshnikova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7566-0028>

*АФАНАСЬЕВА Ирина Анатольевна — канди-
дат наук в области искусства и дизайна (PhD),
доцент, научный сотрудник Институт образо-
вания, Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия*

E-MAIL: iaafanaseva@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-5109-5949>

*СОЛОМИНОВА Дарья Алексеевна — анали-
тик Института образования, Национальный
исследовательский университет «Высшая
школа экономики», Москва, Россия*

E-MAIL: dsolominova@hse.ru

<https://orcid.org/0009-0000-6960-4038>

Аннотация. Представленное в статье ис-
следование нацелено на составление со-
циально-демографического портрета аген-
тного человека. Под «агентностью» авторы
понимают способность человека высту-
пать активным действующим лицом, кото-
рое проявляет инициативу по изменению
среды, а не следует за ней пассивно. За-
прос на такие качества, по мнению авто-
ров исследования, актуализируется в ус-
ловиях высокой изменчивости окружающего
мира. Для достижения цели были проведе-
ны два выборочных обследования насе-
ления России по репрезентативной выбо-
рке. Первое реализовано методом личных
полужформализованных интервью, взятых

**IN THE MOSAIC OF SOCIETY: A STUDY OF THE
SOCIO-DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF
THE AGENT POPULATION**

*Yuliya N. KORESHNIKOVA¹ — Cand. Sci. (Ped-
ag.), Senior Research Fellow, Institute of Ed-
ucation*

E-MAIL: koreshnikova@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0001-7566-0028>

*Irina A. AFANASEVA¹ — PhD in Art and Design,
Research Fellow, Institute of Education*

E-MAIL: iaafanaseva@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-5109-5949>

*Daria A. SOLOMINOVA¹ — Analyst, Institute of
Education*

E-MAIL: dsolominova@hse.ru

<https://orcid.org/0009-0000-6960-4038>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Abstract. The study presented in this arti-
cle aims to create a socio-demographic pro-
file of the agentic individual. The authors de-
fine agency as a person's ability to act as an
active participant who takes the initiative to
change the environment, rather than pas-
sively follows it. The authors believe that the
demand for such qualities is heightened in a
highly volatile world. To achieve the goal if the
study, two surveys of the Russian population
were conducted using a representative sample.
The first one employs face-to-face, semi-struc-
tured interviews via tablets ($N=2,000$, Sep-
tember 2023). The second one is an online
survey ($N=4,00$, October 2023). Data analy-
sis revealed that women exhibit the greatest

с помощью планшетов (2000 человек, сентябрь 2023 г.). Второе проведено методом онлайн-опроса (4001 человек, октябрь 2023 г.). В ходе анализа данных показано, что женщины наибольшую инициативность проявляют в возрасте 35—44 лет, тогда как мужчин — в 25—34 лет. Большинство участников исследования, проявивших инициативу хотя бы в одной сфере, проживают в крупных городах Центрального федерального округа. Максимальная доля людей, проявляющих агентность, зафиксирована в группах со средним специальным или высшим образованием. Максимальной инициативой отличаются мужчины, живущие одни или в семьях из пяти и более человек, тогда как максимальный процент агентных женщин — в семьях по четыре человека. Также данные показали, что среднедушевой доход увеличивается с повышением уровня агентности.

Ключевые слова: агентность, самостоятельность, инициативность, социально-демографические характеристики, социальные структуры, семья, благосостояние

Благодарность. Исследование проводилось в рамках стратегического проекта НИУ «Высшая школа экономики» «Успех и самостоятельность человека в меняющемся мире» программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030».

Введение

Развитие цифровых технологий повлекло за собой переход от индустриального общества к цифровому. Как и в предыдущие времена, когда происходили значительные изменения в экономике и обществе, в настоящее время также наблюдается трансформация роли человека и видов деятельности, которые он осуществляет [Sutterlüty, Tisdall, 2019; Hirschi et al., 2017; Archer, 2003]. В индустриальном обществе для большинства людей акцент делался на физическую работу и механизацию производственных процессов, человек выступал скорее элементом системы, в задачи которого входило выполнять определенные функции. В современном цифровом мире важно умение работать с информацией и технологиями, что приводит к росту значимости креативных и аналитических

initiative at the age of 35—44, while men exhibit the greatest initiative at the age of 25—34. Most study participants who demonstrated initiative in at least one area live in large cities of the Central Federal District. The highest proportion of people demonstrating agency was found in groups with secondary vocational or higher education. Men living alone or in families of five or more demonstrated the highest levels of agency, while the highest percentage of women exhibiting agency was found in families of four. The data also showed that per capita income increased with increasing levels of agency.

Keywords: agency, independence, initiative, socio-demographic characteristics, social structures, family, well-being

Acknowledgments. This research is part of Strategic Project “Success and Self-Sustainability of the Individual in a Changing World”, which is part of Higher School of Economics’ development program under the “Priority 2030” academic leadership initiative.

профессий, в которых требуются высокая степень гибкости и непрерывное обучение [Murnane, Levy, 1996].

В цифровом обществе появляется больше возможностей удаленной работы и введения гибких графиков, благодаря чему работники могут сочетать множество обязанностей и заниматься несколькими проектами одновременно [Сорокин и др., 2025; van den Groenendaal et al., 2022]. Эти изменения также способствуют новому осмыслению концептов времени и пространства, поскольку сотрудники становятся более мобильными и способными выполнять свои задачи из любого места на планете, ключевым условием становится доступ к интернету.

Обобщая данные научных дискуссий, можно утверждать, что основными задачами человека в цифровом обществе являются активная адаптация к меняющимся условиям, непрерывное обучение и умение эффективно использовать цифровые технологии для достижения личных и профессиональных целей [van den Groenendaal et al., 2022; Himani Srihita et al., 2025].

В научной и экспертной литературе отмечается, что в условиях появления новых видов индивидуального поведения, структур и форм их взаимодействия особенно актуален вопрос о возможностях индивидуальной агентности (проактивного поведения) в социальных процессах [Кузьминов и др., 2019; Сорокин, 2023]. Аспекты индивидуального поведения человека и его взаимодействия с обществом активно обсуждаются в рамках дискуссий, связанных с концепцией агентности (англ. *agency*). Понятие «агентность» — одно из наиболее важных в современных социальных науках. В русскоязычном дискурсе синонимами могут служить инициативность, проактивность, предприимчивость, самостоятельность [Сорокин, Зыкова, 2021].

Концепция агентности получила широкое распространение, когда ученые выступили против неспособности структурализма учитывать влияние действий отдельных людей на социальные и политические структуры [Ahearn, 1999]. Энтони Гидденс впервые отметил, что люди способны создавать общество, точно так же как общество создает их, и определил агентность как способность совершать преднамеренное действие (о котором действующий знает или верит, что оно приведет к определенному результату) с точки зрения действующего лица [Giddens, 1984].

В цифровом мире особую роль приобретают теории, признающие индивидуальную агентность как способность человека трансформировать окружающую среду в зависимости от его потребностей; менять структуру, институты, а не только воспроизводить их [Заславская, 2002; Кузьминов и др., 2019; Сорокин, 2023]. В качестве примеров активных и позитивных форм проявления агентности можно рассматривать творческие инициативы субъектов или предложения, например, по развитию существующих методов работы (создание новых форматов мероприятий, развитие онлайн-платформ, оптимизация процессов управления проектами), что может приводить к изменению правил и процедур в существующих институтах и их изменению [Paloniemi, Collin, 2012; Vähäsantanen et al., 2009]. Агентность может проявляться и через критическую позицию, когда сотрудник выступает с альтернативными предложениями к руководству [Vähäsantanen, Billett, 2008; Fenwick, 2006] или принимает решение сменить место работы.

В условиях меняющихся требований окружающего мира к человеческому потенциалу возникает не просто исследовательский интерес, а практическая необходимость ответить на вопросы: кого можно считать агентными людьми и каковы их социально-демографические характеристики? Без ответа на них невозможно ни диагностировать, где сегодня формируются инициативные субъекты изменений, ни адресно поддерживать развитие такой способности в образовании, кадровой и социальной политике. Агентность в данном исследовании понимается не как бинарная характеристика (есть/нет), а как степень выраженности способности человека влиять на события и инициировать изменения. Любой человек принимает решения, агентных людей отличает масштаб воздействия. Они не только адаптируются к обстоятельствам, но и перестраивают их на уровне профессии, сообщества или более широких социальных практик. Изучение их портрета необходимо для понимания того, какие группы сегодня выступают драйверами общественных изменений.

Данная статья посвящена ответам на эти вопросы и ставит своей целью создание социально-демографического портрета агентного человека. Для достижения поставленной цели были собраны данные в ходе двух волн исследования, проведенного в рамках реализации стратегического проекта «Успех и самостоятельность человека в меняющемся мире» (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики») на репрезентативной выборке населения Российской Федерации.

Статья организована следующим образом: в первой части представлена теоретическая рамка исследования, далее приводится описание методологии, после чего представлены полученные результаты, в заключении — выводы и дискуссия.

Эволюция взглядов на агентность:

динамика теорий и социально-демографические факторы

На социальном уровне агентность рассматривается как важный элемент, обеспечивающий эффективное и адаптивное сочетание экономики с благосостоянием и благополучием людей [Eteläpelto et al., 2013]. Людям необходимо иметь возможность проявлять агентность при преодолении жизненных обстоятельств [Hitlin, Elder, 2007], возникающих как в профессиональной, так и в личной жизни. Агентность требуется для планирования жизни и принятия взвешенных и обдуманных долгосрочных решений, особенно в контексте переходов между уровнями образования, смены работы и иных сфер жизнедеятельности.

Основная часть дискуссий и разногласий между исследователями, работающими с концепцией агентности, касается вопроса о социальных и экономических структурах и их влияния на деятельность человека, а также степени проявления индивидуальной активности внутри этих структур [Hitlin, Elder, 2007]. Степень влиятельности этих дискуссий на научное и экспертное сообщество зависит от исторического периода и экономического устройства общества. По мере перехода от индустриального общества к цифровому увеличивается количество степеней свободы у человека, в связи с чем возрастает и запрос на агентность.

Постепенное преодоление детерминизма, присущего предшествующим теориям агентности, началось еще в XIX веке, с усилением индивидуализма. Джон Стю-

арт Милль и Макс Вебер подчеркивали важность человеческого выбора и значимость субъективного опыта, что уже в те времена служило основой для более проактивного понимания агентности [Mill, 1998; Weber, 1921].

В XX веке Пьер Бурдьё и Энтони Гидденс внесли свои коррективы в эту концепцию, развивая теории двойственной природы структуры [Bourdieu, 2017; Giddens, 1984]. П. Бурдьё ввел понятие «габитус», которое обозначает внутреннюю predisposition индивида к агентности, формирующуюся под воздействием культурных и социальных условий [Bourdieu, 2017]. Агентность воспринимается как целенаправленное действие, осознанное и продуманное. Э. Гидденс, в свою очередь, развил теорию «структуриации», акцентирующую внимание на взаимосвязи между агентами и структурами, утверждая, что изменения структуры являются следствием индивидуального действия, ненаправленного на изменения структуры, то есть изменения институтов представляют собой вторичный эффект от повседневных практик. Эта концепция подчеркивает динамичность взаимодействия, где агентность не статична, а постоянно переосмысливается и трансформируется в зависимости от изменения социальных условий [Giddens, 1984].

Маргарет Арчер отмечает необходимость учитывать активную роль индивидов в формировании социальных реалий. Одним из ключевых элементов ее подхода является идея о том, что агентность и структура находятся в динамическом взаимодействии. По мнению М. Арчер, индивиды не просто являются продуктами социальных структур, они действуют на основе своих собственных целей, интересов и понимания мира, что создает пространство для выбора и изменений. Это означает, что люди могут оспаривать и переосмысливать социальные нормы и структуры, в которых они существуют [Archer, 2003].

С течением времени взгляды на отношения между человеком и социальными структурами претерпевали значительные изменения, отводя все более активную роль индивидуумов в этих взаимодействиях. По мере перехода от индустриального общества к цифровой эпохе росла возможность для личной свободы и агентности, что подчеркивало важность человеческого выбора и субъективного опыта. Исследователи, начиная с Джона Стюарта Милля и Макса Вебера, а также более поздние теоретики, такие как Пьер Бурдьё и Энтони Гидденс, подчеркивали динамичность этого взаимодействия, акцентируя внимание на том, что индивиды не только подвержены влиянию структур, но и активно формируют их своими действиями и решениями. Важной фигурой в этом контексте является Маргарет Арчер, которая утверждает, что агентность человека неразрывно связана с его социальным контекстом, и выявляет необходимость анализа взаимосвязей между индивидуальными действиями и структурными условиями [Archer, 2003]. Различия между подходами заключаются в том, что Э. Гидденс пишет о взаимном влиянии агента и структуры, тогда как М. Арчер акцентирует внимание на автономии агента и возможности его выбора вне ограничений структурных условий. Таким образом, современное понимание агентности предполагает, что личность играет ключевую роль в переосмыслении и изменении социальных норм и структур, подчеркивается растущий запрос на активное участие человека в процессе формирования своей социальной реальности. Вариативность проявляется в способности выбирать различные стратегии поведения даже в ограниченных структурах,

преодолевая нормы и создавая новые модели взаимодействия. Индивидуальные практики становятся источником изменений, поскольку позволяют людям адаптироваться к новым условиям, экспериментировать и формировать альтернативные сценарии развития общества.

Авторы данной статьи придерживаются мнения, что агентность и социальные структуры находятся в динамичном взаимодействии, где индивиды активно конструируют свою реальность и имеют возможность оспаривать существующие нормы и структуры в зависимости от меняющихся социальных условий. Наиболее близки авторам положения, сформулированные А. Бандурой в рамках социально-когнитивной теории [Bandura, 2006]. Согласно этой теории, люди вносят свой вклад в условия жизни, а не просто являются их продуктом. Социально-когнитивная теория отвергает двойственность между человеческой активностью и социальной структурой. Позиция А. Бандуры заключается в том, что действие человека — следствие двух групп факторов: личностных характеристик и внешних условий. Все три компонента (действие, личностные характеристики и внешние факторы) взаимно влияют друг на друга [Bandura, 2006].

Именно эта теория стала фундаментом для концепции исследования, представленного в настоящей статье, а также послужила основой для разработки инструментов сбора данных.

На сегодняшний день понятие «агентность» остается дискуссионным и имеет различные трактовки. Исследователи сферы образования подчеркивают принципиальную ценность вовлеченности для концептуализации понятия «агентности» [Reeve, 2013; Sutterlüty, Tisdall, 2019]. С точки зрения других теоретических рамок, люди, которые предлагают идеи, но не вовлекаются в их воплощение, не могут считаться полностью агентными в широком смысле — необходима включенность в работу [Hirschi et al., 2017]. В то же время активное участие в реализации чужих инициатив, помощь и поддержка проектов тоже не являются абсолютными проявлениями агентности [Smith, Ulvik, 2017]. Агентность стоит рассматривать как спектр поведения, включающий как инициативность в генерировании идей, так и способность включаться в практическую деятельность по их реализации [Hirschi et al., 2017].

Инструмент оценки проявлений агентности

Агентность оценивалась на основании наличия у респондентов предложений идей или способов действия, а также личностных и деятельностных характеристик, свойственных агентным людям. В качестве обоснования отнесения обозначенных качеств к концепции агентности использован корпус как российских, так и зарубежных исследований [Bandura, 2006; Giddens, 1984; Lautamo et al., 2021; Со рокин, 2023]. В инструмент оценки были включены различные сферы, в которых человек может проявлять агентность, а именно: трудовая и образовательная деятельность, социальное окружение — семья, а также друзья и знакомые. Наличие у респондентов предложений, идей или способов действия, а также деятельностных характеристик можно рассматривать как интегральный показатель агентности, поскольку этот показатель отражает ключевые ее компоненты: действие, проявление личностных характеристик (инициативности, способности к планированию и при-

нятию решений) и взаимодействие с внешними условиями и факторами. Такой показатель фиксирует не только готовность к действию, но и проявление внутренней мотивации и способности адаптироваться к социальной среде, что является сущностью агентности в социальных науках и психологии [Bandura, 2006; Giddens, 1984; Сорокин, Зыкова, 2021; Сорокин, Афанасьева, 2025]. Примером неагентности является состояние пассивности, или подчиненности обстоятельствам, при которой человек практически не проявляет самостоятельности или инициативы. Например, случай, когда работник годами терпит неудовлетворительные условия труда, не предпринимая попыток изменить ситуацию, является примером неагентности.

В качестве социально-демографических характеристик, описывающих агентного индивида, в настоящем исследовании были выбраны следующие: пол [Панов, 2014; Штылева, 2008], возраст [Садкова, 2019], образование [Сорокин и др., 2025; Морозова, 2024; Гасинец, Капуза, Добрякова, 2022; Рожкова и др., 2021], место жительства (регион) [Антипина, Хомутов, 2024], количество членов семьи [Баландина, 2008; Думитрашку, 1991], уровень дохода [Сорокин, 2023], место работы [Сорокин, Афанасьева, 2025; Сорокин, 2023; Эфендиев, Балабанова, Сорокин, 2011]. Эти параметры могут существенно влиять на возможности и способности индивидов действовать как агенты в своем социальном окружении. Далее приведем обоснование этой позиции через анализ исследований именно российских авторов, поскольку культурные и социальные особенности могут влиять на результаты подобных исследований.

Гендерные различия могут приводить к различиям в доступности ресурсов и возможностей, включая образование и трудовую занятость [Панов, 2014; Штылева, 2008]. В то же время возраст влияет на жизненный опыт, свободу выбора и социальную активность: молодежь может активнее использовать новые технологии, тогда как пожилые люди могут иметь больше опыта и знаний, хотя иногда сталкиваются с ограничениями в силу возраста [Садкова, 2019].

Образование открывает двери новым возможностям, влияя на самооценку и уверенность индивида в своих действиях [Рожкова и др., 2021]. Кроме того, место работы может предлагать различные ресурсы поддержки, которые способствуют развитию агентности: от карьерного роста до сети социальных контактов [Сорокин, 2023; Эфендиев, 2011].

Разные регионы могут обеспечивать различный уровень доступа к ресурсам. Городская жизнь часто предоставляет больше возможностей для социальной активности и самореализации, в отличие от сельских районов, где такие возможности могут быть ограничены [Антипина, Хомутов, 2024].

Количество членов семьи и уровень дохода также могут рассматриваться как значимые факторы агентности [Баландина, 2008; Думитрашку, 1991]. Чем больше людей в семье, тем больше взаимозависимостей и компромиссов в принятии решений, что может ограничивать индивидуальные действия [Баландина, 2008; Думитрашку, 1991]. Уровень дохода влияет на доступ к ресурсам, свободное время и возможности для участия в социальных и культурных мероприятиях, что, в свою очередь, может увеличивать или уменьшать агентность [Сорокин, 2023].

Таким образом, выбор указанных факторов обусловлен их непосредственным влиянием на возможности индивидов действовать осознанно и эффективно.

но в своей социальной среде. Эти характеристики не просто описывают контекст жизни человека, но и формируют его роль как агента изменений, что имеет значительные последствия для понимания процессов социальной динамики и индивидуальной активности в современном мире.

Стоит отметить, что существуют отдельные группы населения, склонные к большому проявлению агентности и самостоятельности, например, предприниматели (в том числе корпоративные), самозанятые и волонтеры [Сорокин и др., 2025; Коршунов, Ширкова, Сорокин, 2024]. Особую агентность демонстрируют работники, выполняющие свои обязанности в условиях гибких и альтернативных форм занятости — например, на платформах [Сорокин, Афанасьева, 2025]. Современные международные исследования показывают, что платформенная занятость требует таких компетенций, как самостоятельность, стрессоустойчивость, способность оперативно адаптироваться к запросам быстро меняющегося мира [van den Groenendaal et al., 2022]. Лица, занятые на цифровых платформах, сталкиваются со специфическими требованиями к человеческому потенциалу, связанными с необходимостью проявления индивидуальной агентности и проактивного поведения в профессиональной деятельности [Himani Srihita et al., 2025].

В оптике теории агентности изучаются краудсорсинговые проекты, направленные на задействование потребителей, пользователей или партнеров. В числе наиболее известных российских примеров можно привести проекты «Активный гражданин» (система опросов по улучшению жизни города)¹, «Футурейтинг» (портал о технологиях, образовании и культуре будущего)², «Знание.Вики» (онлайн-энциклопедия)³, форум «Сильные идеи для нового времени» (выявление и поддержка реализации общественно значимых инициатив)⁴ и др. Краудсорсинг предполагает участие людей, которые проявляют инициативу, готовы делиться своими знаниями и опытом, а также сознательно принимать участие в различных проектах. Этот механизм открывает возможность каждому желающему активно участвовать в проектах организации, помогая не только в решении текущих задач, но и в оптимизации и развитии бизнес-процессов. При этом краудсорсинг способствует развитию волонтерства, поскольку многие участники выполняют работу на добровольных началах, внося вклад в общественно значимые инициативы.

В настоящей статье в рамках темы агентности рассматривается ограничение, связанное с одним вопросом: «Предлагали ли вы новые идеи или способы действий своему окружению в рамках трудовой деятельности?», — что соответствует выбранной теоретической рамке [Bandura, 2006; Reeve, 2013; Sutterlüty, Tisdall, 2019; Кузьминов, Сорокин, Фрумин, 2019].

Новизна данного исследования объясняется, во-первых, тем, что связь всей совокупности факторов была оценена с агентностью как декларацией опыта предлагать свои идеи по изменению ключевых сфер деятельности человека, во-вторых, подходом к сбору данных, описанным в методологии исследования.

¹ Активный гражданин. URL: <https://ag.mos.ru/home> (дата обращения: 15.10.2025).

² Футурейтинг. URL: <https://futurating.com/> (дата обращения: 15.10.2025).

³ Знание.Вики. URL: <https://znanierussia.ru/articles> (дата обращения: 15.10.2025).

⁴ Форум «Сильные идеи для нового времени». URL: https://ideas-forum.ru/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 15.10.2025).

Методология исследования

Исследование состояло из двух волн. Первая волна была реализована в сентябре 2023 г. при помощи метода личного полужормализованного интервью с использованием планшетов. Для этого была спроектирована стратифицированная выборка на 2000 респондентов, в которой использовались следующие параметры: региональная принадлежность, тип населенного пункта (только города), возраст и уровень образования. В качестве параметров для стратификации использовались следующие характеристики:

- региональная принадлежность (федеральные округа; г. Москва и г. Санкт-Петербург были выделены в отдельные категории);
- тип городского населенного пункта (города более 1 млн человек, от 500 тыс. до 1 млн, от 100 тыс. до 500 тыс.);
- возраст (18—29 лет, 30—39 лет, 40—49 лет, 50—59 лет, 60 лет и старше);
- уровень образования (мягкие квоты, высшее образование и ниже).

Для формирования выборки было отобрано 50 регионов во всех восьми федеральных округах. Выборка населения, проживающего в городах, дополнительно распределялась по размеру города пропорционально численности постоянного населения всех возрастов по состоянию на 1 января 2023 г. (Росстат, 2023 г., городское население 0+). Расхождение между генеральной совокупностью и квотным заданием не превысило 0,5 %.

Вторая волна исследования была реализована в октябре 2023 г. при помощи онлайн-опроса. Выборка была построена на основе онлайн-панели, респонденты отбирались случайным образом после таргетирования на заданные критерии. Основным критерием выступил возраст респондентов — к участию в исследовании приглашались респонденты старше 18 лет. Объем выборки составил 4001 человек. В выборке присутствуют представители восьми федеральных округов, отклонений от генеральной совокупности по данному показателю нет.

Для расчета параметров по географическому признаку и возрасту использовался показатель численности населения по состоянию на 1 января 2023 г. (данные Росстата 2023 г.). Расхождение между генеральной совокупностью и квотным заданием не превысило 0,02 %. Для формирования выборки было отобрано 50 регионов во всех восьми федеральных округах.

Дополнительно выборка городского населения была сформирована, исходя из количества постоянно проживающих жителей всех возрастных групп на начало 2023 г. согласно данным Росстата (городское население, 0+):

- крупные города с населением свыше 1 млн человек;
- средние города с численностью от 500 тысяч до 1 млн человек;
- малые города с численностью жителей от 100 тыс. до 500 тыс. человек;
- небольшие населенные пункты с количеством жителей менее 100 тыс. человек.

Чтобы минимизировать возможные смещения выборки, обусловленные трудностями привлечения молодых респондентов со средним общим образованием, использовалась гибкая система квотирования уровня образования (высшее образование и ниже), соответствующая демографическим характеристикам каждого конкретного региона. Для расчетов использовались данные Переписи 2020 г.

Расхождение между генеральной совокупностью и квотным заданием не превысило 0,56 %.

Использование двух разных методов сбора данных (личные интервью и онлайн-опрос) позволяет сочетать их сильные стороны. Личные интервью с планшетами обеспечивают более высокий уровень доверия к данным, контроль за процессом опроса и включение групп с ограниченным доступом в интернет. Онлайн-опрос на панели дает возможность быстро и экономично охватить более широкий круг респондентов при сохранении контроля над выборкой. Совмещение методов повышает надежность выводов за счет взаимной проверки результатов. Совпадение результатов, полученных разными способами, позволяет исключить версию о том, что выводы обусловлены спецификой конкретного метода или конкретной выборки.

Можно отметить некоторые ограничения данного исследования. Во-первых, данные основаны на онлайн-опросах и самооценках участников, что может влиять на объективность результатов. Во-вторых, наблюдается невысокая представительность некоторых подгрупп населения, что может ограничивать обобщения представленных выводов. Проведенный анализ механизмов, связывающих агентность с социально-демографическими характеристиками, является первой попыткой в данной области и может быть продолжен в других исследованиях.

Социально-демографические характеристики участников исследования первой и второй волн с разным уровнем агентного потенциала

Для оценки индивидуальной агентности участникам исследования обеих волн задавался один и тот же вопрос:

«Были ли за последние два месяца следующие ситуации? [множественный выбор]

1. Вы предлагали новые идеи или способы действия своему окружению в рамках трудовой (для работающих) или образовательной (для учащихся) деятельности.
2. Вы предлагали новые идеи или способы действия в своей семье.
3. Вы предлагали новые идеи или способы действия среди своих друзей, знакомых, соседей».

Распределения ответов респондентов, принимавших участие в первой и второй волнах исследования, представлены в таблицах 1 и 2 соответственно.

Таблица 1. **Агентность участников исследования первой волны (N = 2000)**

Вопрос		Доля, %
Были ли за последние два месяца следующие ситуации?	Не предлагал ни для одной из сфер	47
	Предлагал хотя бы в одной сфере	20
	Предлагал в двух и более сферах	33
Итого		100

Таблица 2. Агентность участников исследования второй волны (N = 4001)

Вопрос		Доля, %
Были ли за последние два месяца следующие ситуации?	Не предлагал ни для одной из сфер	46
	Предлагал хотя бы в одной сфере	40
	Предлагал в двух и более сферах	14
Итого		100

Из таблиц 1 и 2 видно, что, по данным обеих волн исследования, процент людей, проявляющих инициативу хотя бы в одной сфере, не менее 50% (в первую волну — 53%, а во вторую — 54%).

В таблицах 3 и 4 представлено распределение участников исследования по типам населенного пункта для первой и второй волн соответственно.

Таблица 3. Распределение участников исследования первой волны по количеству сфер проявления инициативы и типу населенного пункта (N = 2000)

Населенный пункт	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
Москва	13	14	17
Санкт-Петербург	7	5	6
Город с населением от 1 млн чел., за исключением Москвы и Санкт-Петербурга	26	26	26
Город с населением 500 тыс. — 1 млн чел.	19	19	18
Город с населением 100—500 тыс. чел.	35	36	33
Итого	100	100	100

Таблица 4. Распределение участников исследования второй волны по количеству сфер проявления инициативы и типу населенного пункта (N = 4001)

Населенный пункт	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
Город с численностью более 1 млн чел.	34	37	42
Город с численностью 500 тыс. — 1 млн чел.	11	11	10
Город с численностью 100—500 тыс. чел.	23	22	22
Город с численностью до 100 тыс. чел.	32	30	26
Итого	100	100	100

По данным обеих волн можно заметить, что более высокий процент агентных людей сосредоточен в городах с населением 1) свыше 1 млн человек и 2) до 100 тыс. человек. Важно учесть, что в первой волне Москва и Санкт-Петербург не входят в число городов-миллионников, эти города рассматриваются отдельно. Доля респондентов, проявляющих инициативу в двух и более сферах, в Москве и Санкт-Петербурге примерно на 10% ниже, чем в других российских городах с населением свыше 1 млн человек. Распределение участников исследования по агентности и федеральным округам представлено в таблицах 5 и 6 для первой и второй волн соответственно.

Таблица 5. Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы и федеральным округам для первой волны исследования (N = 2000)

Федеральный округ	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
ЦФО	32	31	30
СЗФО	9	12	13
ЮФО	11	8	9
СКФО	4	5	4
ПФО	17	21	19
УФО	10	10	8
СФО	11	9	11
ДВФО	5	4	6
Итого	100	100	100

Таблица 6. Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы и федеральным округам для второй волны исследования (N = 4001)

Федеральный округ	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
ЦФО	27	26	28
СЗФО	10	8	9
ЮФО	12	13	15
СКФО	6	8	9
ПФО	21	20	19
УФО	8	8	6
СФО	11	12	9
ДВФО	5	5	5
Другое	0	0	0
Итого	100	100	100

Если сопоставить результаты, представленные в таблицах 3 и 5, то можно заметить, что максимальное число респондентов, проявляющих инициативу, прожи-

вают не в Москве и Санкт-Петербурге, но при этом в Центральном федеральном округе. На втором месте — Приволжский федеральный округ (по данным обеих волн исследования).

При сопоставлении таблиц 4 и 6 видно, что наиболее агентными являются жители крупных городов и Центрального федерального округа. Центральный федеральный округ лидирует по числу участников, не проявляющих инициативы, а также среди тех, кто демонстрирует инициативу в двух-трех сферах одновременно. Остальные округа демонстрируют менее контрастные показатели.

Возрастные диапазоны респондентов первой и второй волн не совпадают между собой, поэтому результаты представлены в таблицах 7 и 8 для первой и второй волн (соответственно).

Таблица 7. *Возраст участников первой волны исследования (N = 2000)*

Возрастная группа	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
18—29 лет	10	18	21
30—39 лет	18	20	28
40—49 лет	16	23	21
50—59 лет	15	14	16
60+ лет	41	25	14
Итого	100	100	100

Таблица 8. *Возраст участников второй волны исследования (N = 4001)*

Возрастная группа	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
18—24 лет	5	10	10
25—34 лет	12	20	23
35—44 лет	17	22	25
45—54 лет	17	16	18
55—64 лет	20	16	16
65+ лет	29	16	8
Итого	100	100	100

Анализ результатов показывает, что среди представителей пожилого возраста процент агентных людей значительно ниже и составляет около 15% от общей доли населения. Наибольшую агентность демонстрируют люди в возрасте от 30 до 39 лет по данным первой волны и от 35 до 44 лет — по данным второй (около 24% от общей доли населения в обеих волнах), далее с возрастом наблюдается сокращение доли людей, демонстрирующих агентность в двух и более сферах, и увеличение доли тех, кто не проявляет инициативу ни в одной из сфер, по данным обеих волн.

В таблице 9 представлено распределение по полу.

Таблица 9. **Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы в зависимости от пола (данные первой и второй волн)**

Волна	Пол	Количество сфер проявления инициативы		
		Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
1 волна	Мужской	42	44	48
	Женский	58	56	52
2 волна	Мужской	44	43	50
	Женский	56	57	50
Итого		200	200	200

Данные обеих волн показывают более высокий процент женщин среди агентных людей, за исключением второй волны, где среди наиболее агентных распределение практически равное (приблизительно 1: 1). Однако, по данным обеих волн, среди наименее агентных преобладают тоже женщины. Все различия статически значимые (критерий Манна — Уитни, $p < 0,001$). Тем не менее можно заключить, что наибольший уровень агентности проявляют именно женщины (около 54 % по отношению к 46 % агентного мужского населения по данным двух волн).

Далее рассмотрим, совпадает ли проявление агентности у мужчин и женщин по возрасту (см. табл. 10). Расчеты производились на данных второй волны.

Таблица 10. **Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы, полу и по возрасту (N = 4001)**

Возрастная группа	Мужчины			Женщины		
	Количество сфер проявления инициативы					
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
18—24 лет	7	10	11	4	10	9
25—34 лет	14	24	28	10	17	17
35—44 лет	19	25	25	15	20	25
45—54 лет	18	16	16	15	16	21
55—64 лет	19	14	17	21	17	16
65+ лет	23	11	3	35	20	12
Итого	100	100	100	100	100	100

Таблица 10 показывает, что наибольший процент мужчин с наивысшим уровнем агентности сосредоточен в возрастной группе 25—34 года, тогда как женщины демонстрируют наибольшую агентность в возрасте 35—44 года. У мужчин в возрасте 35—44 года максимальная доля соответствует одной и более сферам проявления инициативы (около 25 %), их процент меньше, чем в предыдущем возрастном диапазоне в категории две и более сферы проявления инициативы (около 28 %).

Что касается уровня образования, то по данным обеих волн у мужчин и у женщин наблюдается одинаковая тенденция независимо от количества сфер, в которых они проявляют инициативу. Максимальный процент людей, проявляющих агентность, — в категориях со средним специальным и высшим образованием (около 80 % от общей доли агентного населения). В таблице 11 приводится распределение по уровню полученного образования участников первой волны исследования, поскольку участникам второй волны этот вопрос не задавался.

Таблица 11. **Распределение участников первой волны исследования по количеству сфер проявления инициативы и уровню полученного образования (N=2000)**

Образование	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна, %	Две и три, %
Начальное или неполное среднее	3	3	1
Общее среднее	17	15	14
Среднее специальное или незаконченное высшее	50	44	42
Высшее	30	36	41
Два высших образования, магистратура, аспирантура, кандидат или доктор наук, МВА	0	2	2
Итого	100	100	100

В анкету второй волны был включен вопрос о количестве человек в семье. Результаты распределения числа детей по уровню агентности представлены в таблице 12.

Таблица 12. **Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы и количеству человек в семье (N=4001)**

Количество сфер проявления инициативы	Количество человек в семье, %				
	1	2	3	4	5 и более
Ни одной	59	50	40	36	38
Одна сфера	32	37	42	46	47
Две и три сферы	9	13	18	18	15
Итого	100	100	100	100	100

Из таблицы 12 видно, что доля агентных респондентов растет с повышением количества членов семьи. Если рассматривать людей, которые проявляют инициативу в одной сфере, то их процент увеличивается с 32 % до 47 % — от семьи, состоящей из одного человека, к семье, состоящей из пяти и более человек. При этом для категории «проявлял инициативу в двух и более сферах» тенденция повышения наблюдается от семьи из одного человека к семье из четырех человек,

далее фиксируется снижение. Можно сделать вывод, что семья может быть стимулом к проявлению агентной позиции.

Учитывая связь агентности с возрастом и полом, представляется интересным рассмотреть характеристики семей с разным количеством человек у наиболее агентных людей (см. табл. 13, 14) на основе данных второй волны исследования.

Таблица 13. Распределение наиболее агентных мужчин по возрасту и размеру семьи (N = 4001)

Возрастная группа	Количество человек в семье, %				
	1	2	3	4	5 и более
18—24 лет	21	10	9	8	13
25—34 лет	35	25	30	25	38
35—44 лет	29	16	25	34	31
45—54 лет	0	18	19	18	6
55—64 лет	6	25	17	13	6
65+ лет	9	6	0	2	6
Итого	100	100	100	100	100

Таблица 14. Распределение наиболее агентных женщин по возрасту и размеру семьи (N = 4001)

Возрастная группа	Количество человек в семье, %				
	1	2	3	4	5 и более
18—24 лет	0	6	12	11	19
25—34 лет	15	13	24	14	11
35—44 лет	7	16	23	47	39
45—54 лет	15	22	25	18	15
55—64 лет	33	21	15	4	8
65+ лет	30	22	1	6	8
Итого	100	100	100	100	100

Анализ таблиц 13—14 показывает, что наибольший процент участников (около 47 % от общей доли агентных женщин), проявляющих инициативу в более чем одной сфере, приходится на женщин в возрасте 35—44 года. Для мужчин максимальный процент проявления инициативы (около 34 % от общей доли) соответствует возрастной группе 25—34 года. Если посмотреть на категорию мужчин обозначенного возраста, то можно заметить, что доля агентных мужчин неустойчиво меняется (то увеличивается, то уменьшается) при увеличении количества человек в семье. Процент активных женщин устойчиво повышается с увеличением количества членов семьи до четырех человек, потом следует спад. Однако наблюдается следующее различие: максимальный процент агентных мужчин на-

блюдается в семьях с количеством человек от одного или более пяти (около 35 % и 38 % соответственно), тогда как максимальный процент агентных женщин (около 47 %) — в семьях по четыре человека.

Формируется следующая картина: агентные мужчины чаще одинокие или имеющие большие семьи. Максимальное количество агентных женщин — в семьях по четыре человека. Доля одиноких агентных женщин меньше, чем доля одиноких агентных мужчин.

Взаимосвязь между уровнем агентности и числом членов семьи может быть двунаправленной: не только социально-демографические характеристики влияют на агентность, но и сама агентность индивида способна влиять на семейную структуру, например через решения о размере семьи, распределении ролей или уровне вовлеченности в семейные процессы. Такой гипотезе стоит уделить внимание в дальнейших исследованиях.

Рынок труда — одна из главных сфер проявления агентности [Сорокин и др., 2025], выход на него связан прежде всего с получением дохода и обеспечением семьи. Поэтому уровень материального благополучия — ключевая социально-демографическая характеристика в контексте изучения агентности в трудовой деятельности. В таблице 15 представлены результаты ответов на вопрос «Как бы вы оценили материальное положение вашей семьи?» для первой и второй волн.

Таблица 15. Распределение участников первой и второй волн исследования по количеству сфер проявления инициативы и материальному положению семьи

Количество сфер проявления инициативы	Материальное положение, %												
	Не хватает на еду		Экономят на повседневных тратах		Сложно купить одежду		Сложно купить технику		Авто только в кредит		Авто и отпуск доступны		Затруднились с ответом, отказ
	Волна												
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
Ни одной	5	1	18	9	14	8	36	37	20	39	5	6	2
Одна сфера	3	1	8	5	13	7	38	29	30	48	6	10	2
Любые две	2	1	9	3	12	7	25	26	38	54	12	9	2
Все три сферы	3	0	8	4	3	1	24	19	47	58	14	18	1

Данные, представленные в таблице 15, показывают, что процент респондентов, относящихся к двум верхним категориям дохода, увеличивается с повышением уровня агентности (сравнение внутри каждой волны). Если проанализировать два нижних показателя дохода, то можно заметить, что людям, которые не проявляли инициативу ни в одной из сфер (как в первой, так и во второй волне), чаще не хватает денег на необходимые продукты питания, чем людям, которые проявляли инициативу в одной и более сфер (в соотношении около 1: 2 соответственно). Однако можно допустить и обратный эффект: повышение дохода ведет к увели-

чению уровня благополучия и улучшению психического здоровья, что положительно влияет на рост агентности (см. подробнее [Mylopoulos, Shepherd, 2020]). Интересно, что хотя во второй волне меньше агентных людей, число неагентных, относящихся к трем верхним категориям по уровню дохода, больше, чем таких же в первой волне. Возможно, это связано с тем, что первая волна реализовывалась методом личных полуструктуризированных интервью, а вторая волна проведена методом онлайн-опроса.

В таблице 16 представлены результаты объединения категорий, предложенных для разделения респондентов по уровню дохода:

- «бедные» — это категории, включающие ответы респондентов «Иногда не хватает денег на необходимые продукты питания» и «На еду денег хватает, но в других ежедневных расходах приходится себя ограничивать»;
- «средний доход» — это категории, включающие ответы респондентов «На ежедневные расходы хватает, но покупка одежды уже представляет трудности» и «На еду и одежду хватает, но покупка телевизора, холодильника и т. п. представляет трудности»;
- «богатые» — это категории, включающие ответы респондентов «Достаточно обеспечены материально, но для покупки автомобиля и дорогостоящего отпуска пришлось бы залезть в долги» и «Материально обеспечены, можем позволить себе дорогостоящий отпуск и покупку автомобиля».

Таблица 16. **Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы и уровню дохода**

Уровень дохода	Количество сфер проявления инициативы					
	Ни одной сферы проявления агентности (1 волна), %	Ни одной сферы проявления агентности (2 волна), %	Одна сфера проявления агентности (1 волна), %	Одна сфера проявления агентности (2 волна), %	Две и более сферы проявления агентности (1 волна), %	Две и более сферы проявления агентности (2 волна), %
Высокий	25	45	37	58	54	67
Средний	50	45	51	36	34	29
Низкий	23	10	11	6	11	4
Затруднились с ответом, отказ	2	0	1	0	1	0
Итого	100	100	100	100	100	100

Представленные результаты позволяют увидеть прямую связь между агентностью и уровнем дохода семьи: чем выше уровень агентности, тем выше уровень благосостояния. При этом для первой волны прослеживается тенденция, что к среднему классу относятся 50% участников исследования из тех, кто не проявлял инициативу или проявлял ее в одной сфере, тогда как для наиболее агентных доля людей среднего класса сокращается до 29%, при этом число богатых увеличивается до более чем 50%.

Среднедушевой доход участников исследования составил 38863 руб. при отсутствии проявления инициативы, 44863 руб. — при проявлении инициативы в одной сфере и 60268 руб. — при проявлении инициативы в двух-трех сферах. Данные показывают, что размер среднедушевого дохода связан с повышением уровня агентности.

В таблице 17 представлено распределение ответов на вопрос «Как изменилось благосостояние вашей семьи за последний год?» среди участников первой волны исследования.

Таблица 17. Распределение участников исследования по количеству сфер проявления инициативы и изменению благосостояния семьи за последний год (N = 2000)

Изменение благосостояния семьи за последний год	Количество сфер проявления инициативы		
	Ни одной, %	Одна сфера, %	Две и три сферы, %
Точно ухудшилось	12	9	9
Скорее ухудшилось	28	25	26
Осталось без изменений	49	42	35
Скорее улучшилось	10	19	24
Точно улучшилось	1	5	6
Итого	100	100	100

Анализ результатов, представленных в таблице 17, показывает, что самооценка уровня благосостояния более трети респондентов вне зависимости от уровня агентности ухудшилось или скорее ухудшилось. Однако процент агентных участников исследования, точно уверенных, что их благосостояние ухудшилось, статистически значительно ниже, чем у тех, кто не проявлял инициативу ни в одной из сфер (все различия статистически значимы, критерий Краскела — Уоллиса, $p < 0,001$). 49% респондентов, не проявляющих инициативу ни в одной из сфер, высказали мнение, что их материальное положение не изменилось, при этом среди агентных процент респондентов ниже и составляет 42% и 35% в зависимости от количества сфер, в которых была проявлена инициатива. Среди агентных выше процент уверенных, что их доходы увеличились. Другие эмпирические исследования также подтверждают, что высокая агентность коррелирует с успешностью на рынке труда и более высокими доходами [Murgia, Pulignano, 2019; Сорокин и др., 2025].

Заключение

Как видно из полученных результатов, социально-демографические характеристики, такие как пол, возраст и уровень образования, связаны с проявлением агентности. Это согласуется с положениями, выдвинутыми Э. Гидденсом, А. Бандурой, М. Арчер и другими исследователями о том, что агентность не является статичной, а изменяется в зависимости от контекста и социальных условий. Например, наибольший уровень агентности наблюдается у женщин в возрасте 35—44 лет и у мужчин в возрасте 25—34 лет.

В ходе исследования выявлено, что люди с более высоким уровнем образования проявляют большую агентность. Это открывает пространство для обсуждения того, как образовательная система и социальная инфраструктура могут поддерживать или, наоборот, ограничивать возможности развития агентности у различных групп населения. Чем более образован человек, тем больше у него шансов проявлять инициативу и активно участвовать в жизни своего сообщества [Сорокин и др., 2025], что согласуется с положениями П. Бурдьё, который подчеркивал важность социальной структуры для формирования индивидуальных действий [Bourdieu, 2017].

Также данные показали, что с увеличением уровня агентности растет размер среднедушевого дохода. Это подтверждает теоретические предположения о том, что экономические условия и индивидуальная способность к действию взаимосвязаны друг с другом [Bourdieu, 2017; Giddens, 1984]. Такой вывод согласуется с положениями социально-когнитивной теории, в рамках которой выполнен данный анализ. Согласно этой теории, активная позиция индивидов позволяет им не только преодолевать трудности, но и формировать окружение в соответствии с личными целями и амбициями.

Анализ связи агентности и количества членов семьи, с которыми проживают участники исследования, показал, что максимальное число агентных мужчин проживают либо одни, либо в семьях с количеством пять человек и более. У женщин наблюдается иная тенденция: доля женщин, проявляющих инициативу в одной или нескольких сферах, растет с увеличением числа членов семьи до четырех человек, а затем снижается.

Возможность проявления инициативы у одиноких мужчин может быть связана с их большей свободой выбора и отсутствием обязательств перед другими. Этим мужчинам легче управлять своим временем и ресурсами, что создает пространство для проактивного поведения и принятия рисков. Мужчины в больших семьях (пять и более человек) также могут проявлять высокий уровень инициативы, что, вероятно, объясняется необходимостью материального обеспечения и координировать жизнь более крупного семейного коллектива. В таких условиях их агентность проявляется в способности принимать волевые решения, оказывать влияние на других членов семьи и разрабатывать стратегии для улучшения общего благосостояния семьи — это касается и поддержки, и создания новых возможностей.

Что касается женщин, то результаты исследования могут свидетельствовать о наличии оптимального баланса между социальными связями и личной автономией. В семьях, воспитывающих до четырех детей, женщины реже испытывают ресурсное истощение и чаще чувствуют поддержку. Это создает условия для проявления инициативы, тогда как в семьях с большим числом детей высокая нагрузка может препятствовать реализации личных целей.

При этом можно подчеркнуть важность контекста: не только количество членов семьи, но и их роли и динамика взаимодействий связаны с различными уровнями агентности. Например, в более крупных семьях может существовать комплексная сеть поддержки и зависимостей, которая стимулирует или, наоборот, сдерживает проявление активных действий. Авторы статьи допускают и обратную взаимосвязь.

Анализ данных проведенного исследования подтверждает предположение, что тип населенного пункта, в котором проживают индивиды, связан с уровнем

агентности. Большинство респондентов, проявляющих инициативу в двух и более сферах, живут в крупных городах с населением свыше 1 млн человек. С точки зрения теории социального капитала, предложенной П. Бурдьё, различные типы населенных пунктов обеспечивают разные уровни доступа к ресурсам и связям [Bourdieu, 2017]. В крупных городах с их развитой инфраструктурой респонденты имеют доступ к большему разнообразию образовательных и профессиональных возможностей, что способствует формированию высокой агентности. Проживание в таких условиях позволяет людям легче наладить связи, которые служат поддержкой для их инициатив.

Интересно отметить, что крупные города Центрального федерального округа продемонстрировали самые высокие показатели инициативности, в то время как респонденты из Москвы и Санкт-Петербурга оказались менее активными по сравнению с другими городами-миллионниками, по данным первой волны исследования. Это может быть итогом не только доступности ресурсов, но и сложной социальной структуры этих мегаполисов, где, возможно, конкуренция и окружающая среда ограничивают индивидуальные проявления агентности.

Таким образом, полученные данные не только подтверждают существующие теоретические модели, но и выявляют новые аспекты агентности в условиях трансформирующегося социального контекста, открывая перспективы для дальнейших научных исследований и разработок. Это создает возможность формирования более сложных и многоуровневых моделей, учитывающих динамику изменений традиционных источников агентности и их влияния на качество жизни индивидов.

Исследование социально-демографических характеристик агентности может стать фундаментом для дальнейших теоретических и прикладных работ в социологии, психологии, образовании. Перспективы развития темы включают анализ качественных аспектов агентности, изучение роли культуры и институциональных условий, а также оценку воздействия государственной политики и национальных проектов на уровень агентности различных социальных групп.

Список литературы (References)

1. Антипина О. Н., Хомутов А. А. Как удовлетворенность жизнью зависит от типа населенного пункта? // Вопросы теоретической экономики. 2024. Т. 23. № 2. С. 103—115. https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2024_2_103_115.
Antipina O. N., Khomutov A. A. (2024) How Does Life Satisfaction Depend on the Type of Settlement? *Questions of Theoretical Economics*. Vol. 23. No. 2. P. 103—115. https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2024_2_103_115. (In Russ.)
2. Баландина Л. Я. Гендерные особенности индивидуальности детей из многодетных и однодетных семей // Пол и gender в интегральном исследовании индивидуальности человека. Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2008. С. 57—74.
Balandina L. Ya. (2008) Gender-Specific Personality Traits of Children from Large and Single-Parent Families. In: *Gender in the Integral Study of Human Individuality*. Perm: Perm State Humanitarian and Pedagogical University. P. 57—74. (In Russ.)

3. Гасинец М. В., Капуза А. В., Добрякова М. С. Агентность учителей в формировании учебного успеха школьников: роли и убеждения // Вопросы образования. 2022. № 1. С. 75—97. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2022-1-75-97>.
Gasinets M. V., Kapuza A. V., Dobryakova M. S. (2022) Teachers' Agency in Shaping the Educational Success of Schoolchildren: Roles and Beliefs. *Educational Studies Moscow*. No. 1. P. 75—97. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2022-1-75-97>. (In Russ.)
4. Думитрашку Т. А. Влияние внутрисемейных факторов на формирование индивидуальности // Вопросы психологии. 1991. № 1. С. 135—142.
Dumitrashku T. A. (1991) The Influence of Intra-Family Factors on the Formation of Personality. *Questions of Psychology*. No. 1. P. 135—142. (In Russ.)
5. Заславская Т. И. Структура российского общества через призму трансформационного процесса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 4. С. 7—13.
Zaslavskaya T. I. (2002) The Structure of Russian Society Through the Prism of the Transformation Process. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 7—13. (In Russ.)
6. Коршунов И. А., Ширкова Н. Н., Сорокин П. С. Запрос работодателей на самостоятельность сотрудников: анализ открытых вакансий // Социологические исследования. 2024. № 1. С. 85—96. <https://doi.org/10.31857/S0132162524010085>.
Korshunov I. A., Shirkova N. N., Sorokin P. S. (2024) Employers' Request for Employee Independence: Analysis of Vacancies on Recruiting Sites. *Sociological Studies*. No. 1. P. 85—96. <https://doi.org/10.31857/S0132162524010085>. (In Russ.)
7. Кузьминов Я. И., Сорокин П. С., Фрумин И. Д. Общие и специальные навыки как компоненты человеческого капитала: новые вызовы для теории и практики образования // Форсайт. 2019. Т. 13. № 2. С. 19—41.
Kuzminov Ya. I., Sorokin P. S., Froumin I. D. (2019) Generic and Specific Skills as Components of Human Capital: New Challenges for Education Theory and Practice. *Foresight and STI Governance*. Vol. 13. No. 2. P. 19—41. <https://doi.org/10.31857/S0132162524010085>. (In Russ.)
8. Морозова Е. В. Обучение студентов российских вузов предпринимательству как способ формирования агентности // Вопросы образования. 2024. № 1. С. 185—213. <https://doi.org/10.17323/vo-2024-17333>.
Morozova E. V. (2024) Entrepreneurial Education of Russian Universities' Students as a Way to Form Agency. *Educational Studies Moscow*. No. 1. P. 185—213. <https://doi.org/10.17323/vo-2024-17333>. (In Russ.)
9. Панов А. М. Гендерный анализ российского рынка труда // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 3. С. 235—247.
Panov A. M. (2014) Gender Analysis of the Russian Labor Market. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. No. 3. P. 235—247. (In Russ.)

10. Рожкова Л. В., Тугускина Г. Н., Супиков В. Н., Сеидов Ш. Г. Образование как фактор жизненного и профессионального успеха россиян // Социодинамика. 2021. № 10. С. 9—26. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2021.10.36629>.
Rozhkova L. V., Tuguskina G. N., Supikov V. N., Seidov S. G. (2021) Education as a Factor of Life and Professional Success of Russians. *Sociodynamics*. Vol. 10. P. 9—26. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2021.10.36629>. (In Russ.)
11. Садкова И. В. Особенности трудоустройства людей предпенсионного возраста // Human Progress. 2019. Т. 5. № 2. С. 1—9. <https://doi.org/10.34709/IM.152.3>.
Sadkova I. V. (2019) Features of Employment of People of Pre-Retirement Age. *Human Progress*. Vol. 5. No. 2. P. 1—9. <https://doi.org/10.34709/IM.152.3>. (In Russ.)
12. Сорокин П. С., Афанасьева И. А. Человеческая агентность как фактор успеха корпораций // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 4. С. 202—224. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2927>.
Sorokin P. S., Afanaseva I. A. (2025) Human Agency as a Factor in Corporate Success. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 202—224. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2927>. (In Russ.)
13. Сорокин П. С., Афанасьева И. А., Вятская Ю. А., Ковалёва А. Агентность студентов и выпускников вузов в сфере труда и занятости: связь с образовательным опытом и благополучием // Высшее образование в России. 2025. Т. 34. № 7. С. 133—152. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-7-133-152>.
Sorokin P. S., Afanaseva I. A., Vyatskaya Yu. A., Kovalyova A. (2025) Agency of Students and Graduates of Russian Universities in the Sphere of Labor and Employment: Educational Experience and Well-Being. *Higher Education in Russia*. Vol. 34. No. 7. P. 133—152. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-7-133-152>. (In Russ.)
14. Сорокин П. С., Зыкова А. В. «Трансформирующая агентность» как предмет исследований и разработок в XXI веке: обзор и интерпретация международного опыта // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 5. С. 216—241. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1858>.
Sorokin P. S., Zyкова A. V. (2021) «Transformative Agency» as a Subject of Research and Development in the 21st Century: A Review and Interpretation of International Experience. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 216—241. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1858>. (In Russ.)
15. Сорокин П. С. Проблема «агентности» через призму новой реальности: состояние и направления развития // Социологические исследования. 2023. № 3. С. 103—114. <https://doi.org/10.31857/S013216250022927-2>.
Sorokin P. S. (2023) The Problem of “Agency” Through the Prism of a New Reality: Conditions and Perspectives. *Sociological Studies*. No. 3. P. 103—114. <https://doi.org/10.31857/S013216250022927-2>.

16. Штылева Л. Фактор пола в образовании: гендерный подход и анализ. М.: Per Se, 2008.
Shtyleva L. (2008) *The Gender Factor in Education: A Gender Approach and Analysis*. Moscow: Per Se. (In Russ.)
17. Эфендиев А. Г., Балабанова Е. С., Сорокин П. С. Карьера сотрудников российских бизнес-организаций как социальное явление: опыт эмпирического исследования // Мир России. Социология. Этнология. 2011. Т. 20. № 4. С. 140—169.
Efendiev A. G., Balabanova E. S., Sorokin P. S. (2011) Careers at Russian Business Organizations as a Social Phenomenon: Experience from Empirical Research. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology*. Vol. 20. No. 4. P. 140—169.
18. Archer M. (2003) *Structure, Agency and the Internal Conversation*. Cambridge: Cambridge University Press.
19. Ahearn L. M. (1999) Agency. *Journal of Linguistic Anthropology*. Vol. 9. No. 1/2. P. 12—15.
20. Bandura A. (2006) Toward a Psychology of Human Agency. *Perspectives on Psychological Science*. Vol. 1. No. 2. P. 164—180. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x>.
21. Bourdieu P. (2017) Habitus. In: Bourdieu P. *Habitus: A Sense of Place*. London: Routledge. P. 59—66.
22. Eteläpelto A., Vähäsantanen K., Hökkä P., Paloniemi S. (2013) What is Agency? Conceptualizing Professional Agency at Work. *Educational Research Review*. Vol. 10. P. 45—65. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2013.05.001>.
23. Fenwick T. (2006) Escaping/Becoming Subjects: Learning to Work the Boundaries in Boundaryless Work. In: S. Billett, T. Fenwick, M. Somerville (eds.) *Work, Subjectivity and Learning. Understanding Learning Through Working Life*. Dordrecht: Springer. P. 21—36.
24. Giddens A. (1984) *The constitution of society*. Berkeley: University of California Press.
25. Himani Srihita R., Goli G., Gobinath M. R., Gobinath R. (2025) Transformative Dynamics of the Gig Economy: Technological Impacts, Worker Well-being and Global Research Trends. *International Journal of Engineering Business Management*. Vol. 17. P. 1—27. <https://doi.org/10.1177/18479790241310362>.
26. Hirschi A., Nagy N., Baumeler F., Johnston C. S., Spurk D. (2017) Assessing Key Predictors of Career Success: Development and Validation of the Career Resources Questionnaire. *Journal of Career Assessment*. Vol. 26. No. 2. P. 338—358. <https://doi.org/10.1177/1069072717695584>.
27. Hitlin S., Elder G. H. (2007) Time, Self and the Curiously Abstract Concept of Agency. *Sociological Theory*. Vol. 25. No. 2. P. 170—191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2007.00303.x>

28. Lautamo T., Paltamaa J., Moilanen J., Malinen K. (2021) Psychometric Properties of the Assessment Tool for Perceived Agency (ATPA-22) — Utility for the Rehabilitation of Young Adults Not in Education, Employment or Training (NEETs). *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*. Vol. 28. No. 2. P. 97—109. <https://doi.org/10.1080/11038128.2020.1782983>
29. Mill J. S. (1998) *On Liberty and Other Essays*. Oxford: Oxford University Press.
30. Mylopoulos M., Shepherd J. (2020) The Experience of Agency. In: U. Kriegel (eds.) *The Oxford Handbook of the Philosophy of Consciousness*. Oxford: Oxford University Press. P. 164—187.
31. Murgia A., Pulignano, V. (2019) Neither Precarious nor Entrepreneur: The Subjective Experience of Hybrid Self-Employed Workers. *Economic and Industrial Democracy*. Vol. 42. No. 4. P. 1351—1377. <https://doi.org/10.1177/0143831X19873966>.
32. Murnane R. J., Levy F. (1996) *Teaching the New Basic Skills. Principles for Educating Children to Thrive in a Changing Economy*. New York, NY: Free Press.
33. Paloniemi S., Collin K. (2012) Discursive Power and Creativity in Inter-Professional Work. *Vocations and Learning*. Vol. 5. No. 1. P. 23—40. <https://doi.org/10.1007/s12186-011-9064-7>.
34. Reeve J. (2013) How Students Create Motivationally Supportive Learning Environments for Themselves: the Concept of Agentic Engagement. *Journal of Educational Psychology*. Vol. 105. No. 3. P. 579—595. <https://doi.org/10.1037/a0032690>.
35. Smith K., Ulvik M. (2017) Leaving Teaching: Lack of Resilience or Sign of Agency? *Teachers and Teaching*. Vol. 23. No. 8. P. 928—945. <https://doi.org/10.1080/13540602.2017.1358706>.
36. Sutterlüty F., Tisdall E. K. M. (2019) Agency, Autonomy and Self-Determination: Questioning Key Concepts of Childhood Studies. *Global Studies of Childhood*. Vol. 9. No. 3. P. 183—187. <https://doi.org/10.1177/2043610619860992>.
37. Van den Groenendaal S. M. E., Akkermans J., Fleisher C., Dorien T. A. M., Rob F. P., Freese Ch. (2022) A Qualitative Exploration of Solo Selfemployed Workers' Career Sustainability. *Journal of Vocational Behavior*. Vol. 134. P. 1—16. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2022.103692>.
38. Weber M. (1968) *Economy and Society. An Outline of Interpretive Sociology*. New York, NY: Bedminster Press.