

«БУМЕРЫ» И «МИЛЛЕНИАЛЫ»: ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ

Шевцова Е. В.

Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
E-mail: shevtsova-ev@ranepa.ru

Вопрос межпоколенческого взаимодействия все чаще попадает в повестку обсуждения и становится актуальной темой различного рода исследований. Проблема «отцов» и «детей» сохраняет свою актуальность на протяжении всей истории человечества, однако все более обостряющийся поколенческий разлом между «бумерами» и «миллениалами» требует всестороннего, глубокого осмысления. В представленной статье автор проводит сравнительный анализ поколений «бумеров» и «миллениалов». Осмысляется исторический контекст рождения и процесса социализации сравниваемых поколений. На основе антропологического и социологического подходов к анализу поколений приводятся демографические различия, анализируются отличия в жизненных стратегиях и ценностях, акцентируется внимание на дифференциации в потреблении новостного контента, отношении к цифровизации. Отдельно анализируются различия в политических установках и поведении.

Ключевые слова: теория поколений, «бумеры», «миллениалы», политические ценности
DOI: 10.32324/2412-8945-2021-3-46-52

“BOOMERS” AND “MILLENNIALS”: LIFE STRATEGIES, POLITICAL ATTITUDES AND DIGITALIZATION

Shevtsova E. V.

Siberian Institute of Management — branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
E-mail: shevtsova-ev@ranepa.ru

The issue of intergenerational interaction is increasingly on the agenda of discussion and has become a topical subject of various kinds of research. The problem of “fathers” and “children” remains topical throughout the whole history of mankind, but the ever more acute generational rift between “boomers” and “millennials” requires a comprehensive, deep understanding. In this article the author makes a comparative analysis of generations of “boomers” and “millennials”. The historical context of the birth and the process of socialization of the compared generations is comprehended. On the basis of anthropological and sociological approaches to the analysis of generations, demographic differences are presented, differences in life strategies and values are analyzed, attention is focused on differentiation in the consumption of news content, attitude to digitalization. Differences in political attitudes and behaviour are analysed separately.

Key words: generational theory, “boomers”, “millennials”, political values
DOI: 10.32324/2412-8945-2021-3-46-52

В настоящее время мы видим вновь обострившийся конфликт поколений. Послевоенное поколение «бумеров» склонно предъявлять, иногда и не обоснованно, претензии к последующим поколениям «миллениалов» и «зумеров» в инфантилизме, нежелании отдавать себя работе, политическом бессилии и абсентеизме. В ответ

они получают не менее эмоционально окрашенные претензии в отсутствии толерантности, политическом консерватизме.

Цель данного исследования состоит в выявлении поколенческих различий между «бумерами» и «миллениалами». Автор статьи счел интересным выявить исторический контекст рождения и социализации поколений, демографические различия, отличия в жизненных стратегиях и ценностях, дифференциацию в потреблении цифрового и новостного контента, а также разницу в политических установках и поведении. Гипотезой исследования является утверждение о наличии ценностного и информационного разрыва между поколениями «бумеров» и «миллениалов».

ISSN 2412-8945. Развитие территорий. 2021. № 3 (25).
© Шевцова Е. В., 2021

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта «Интернет как комсомол. „Бумеры” и „миллениалы”: особенности конструирования, обсуждения и реализации мобилизационной повестки (опыт сравнительного анализа формирования политической идентичности в сибирских городах)» № 20-011-31355 опп (руководитель проекта — Ю. А. Пустовойт).

Методология исследования опирается на концепцию феномена поколений К. Мангейма [14], теорию поколенческих когорт Н. Райдера [25], социологический подход к анализу поколений Ю. Левада и Т. Шанина [13 ; 15 ; 22], а также анализ различий в поколенческих поведении В. Радаева [18 ; 19] и Дж. Твенге [21].

Понятие «бумеры» было введено в США как реакция на демографический взрыв после Второй мировой войны, поколение обозначалось как «baby bombers» — поколение «бейби-бума», или просто «бумеры». Это люди, родившиеся в период 1946—1964 гг. С названием данного поколения связывают период восстановления народного хозяйства после войны, период холодной войны между СССР и США. В России Ю. А. Левада определил это поколение как «поствоенное» [13], В. В. Радаев — как «поколение застоя» [19].

Понятие «миллениалы» было введено в 1990-е гг. Уильямом Штраусом и Нилом Ховуом [23 ; 24], американскими исследователями для обозначения детей, родившихся в период 1983—2003 гг. Изначально их называли поколением Y, или поколением NEXT. С этим поколени-

ем связывали также понятия «цифрового» поколения, «сетевого» поколения, при этом подчеркивая сильную включенность представителей данного поколения в использование цифровых технологий. Также встречаются названия «эхо-бумеры», «поколение Питера Пэна». В основном данное поколение является детьми поколения «бумеров», поэтому в случае с названием Y-поколения происходит противопоставление предыдущему поколению X, а в случае с названием «эхо-бумеров» подчеркивается противопоставления с поколением «бумеров». Название «поколение Питера Пэна» отсылает нас к всемирно известной сказке, акцентируя внимание на том, что это поколение слишком долго остается жить с родителями, демонстрируя так называемый в демографии «синдром переполненного гнезда». В России Ю. А. Левада определил это поколение как «перестроечное» [13], В. В. Радаев — как «поколение миллениалов» [19].

В данном исследовании автором принято решение использовать следующую классификацию (таблица).

Классификация исследуемых поколений

Поколение	Период взросления	Период социализации
«Бумеры»	1946—1964	1963—1981
«Миллениалы»	1983—2003	2000—2020

Поколение «бумеров» (1946—1964) в СССР было рождено в период восстановления народного хозяйства после Второй мировой войны. Этот период был связан с тяжелыми экономическими условиями, голодом, разрухой. Довоенный уровень жизни был достигнут только к 1960-м гг. Политическая жизнь страны в этот период связана со смертью И. В. Сталина и «оттепелью» Н. С. Хрущева. В этот период произошло осознание «культы личности И. В. Сталина», возвращение тысяч репрессированных людей из лагерей. При этом СССР начинает позиционировать себя как мировая супердержава, начинается период противостояния двух супердержав: СССР и США, что положило начало «холодной войны». Это период побед и свершений — начало освоения космоса, первый полет Ю. А. Гагарина. Период открытия границ, триумфальное проведение фестиваля молодежи 1957 г.

Поколение «миллениалов» (1983—2003) было рождено в пореформенный период. И если первое десятилетие данного поколения связано с закатом СССР и его распадом, сопровождавшимся низким уровнем жизни, экономической стагнацией, дефицитом товаров, талонной системой, то второе десятилетие приходится на период «лихих» девяностых с тяжелейшим социально-экономическим кризисом, полной перестройкой экономической системы на капиталистические рельсы. Это период внедрения рыночной экономики, приватизации и создания олигархической системы. В политической жизни страны начало периода связано с уxo-

дом старой политической элиты — Ю. В. Андропова и К. У. Черненко и приходом М. С. Горбачева. Период перестройки и гласности, «перезагрузки» отношений с США. Исторической медианой данного периода стал развал СССР. Это период смены власти, приход Б. Н. Ельцина, конституционный кризис 1993 г., расстрел парламента. Период терактов и военных конфликтов. Также знаковый момент кануна 2000 г. — уход Б. Н. Ельцина и последующее избрание президентом В. В. Путина. В осознании народа это период потери былого величия страны, смена ценностных ориентиров.

Поколение «бумеров» в России связано с незначительным кратковременным повышением рождаемости после Второй мировой войны. При этом, если сравнивать отечественную классификацию поколений с западными и конкретно поколение «бэйби-бумеров» в США, то в СССР в этот период не было столь сильного демографического «взрыва» или подъема, было кратковременное увеличение показателей рождаемости, а далее и вовсе отмечается спад. В 1946 г. суммарный коэффициент рождаемости составил 2,81 на одну женщину, что в полтора раза меньше, чем в 1940 г. — 4,26 на одну женщину. Голод 1947 г. отсрочил компенсационное повышение рождаемости после войны. Максимум повышения рождаемости был достигнут только в 1949 г. — 3,2 на одну женщину. Далее суммарный коэффициент рождаемости неуклонно снижался вплоть до 1964 г. и составил 2,19 [2, с. 163]. Поэтому часто россий-

ские исследователи предлагают в связи с этим называть данное поколение «поколением победителей», «поколением оттепели» [16, с. 320]. Этому поколению присущи консервативные семейные ценности, ориентация на сохранение семьи в течение всей жизни, ориентация на рождение 2—3 детей. Им были характерны ранний возраст вступления в брак, заключение брака без предварительного проживания с партнером, ранний возраст рождения детей. В большей степени это было поколение, родившееся и выросшее в сельской местности, — СССР достиг урбанизационного перехода только в 1960-х гг., поэтому данному поколению изначально свойственен коллективизм, взаимопомощь.

Поколение «миллениалов» связывается с подъемом рождаемости в 1980-х гг. и потом с серьезным сокращением рождаемости вследствие жесточайшего демографического кризиса 1990-х гг. В 1983 г. суммарный коэффициент рождаемости составил 2,09 на одну женщину, наибольшее увеличение коэффициента произошло к 1987 г. — 2,23 на одну женщину, далее коэффициент неуклонно снижался и достиг своего минимума в 1999 г. — 1,16 на одну женщину [8]. Этому поколению присущи либеральные семейные ценности, ориентация на индивидуальность роли в семье, поиск наиболее оптимального и комфортного партнера, что обуславливает возможность несколько раз вступать в брак в течение жизни, ориентация на рождение 1—2 детей. Вследствие более позднего взросления и социализации возраст вступления в брак поздний, популярен вариант проживания с партнером без регистрации брака, поздний возраст рождения детей. Характерно, что это поколение горожан, которым присущ космополитизм и индивидуализм, заикленность на своих потребностях и проблемах. Необходимо отметить, что для этого поколения присуще то, что связь с малой Родиной теряется, теряется связь с понятием «дома», в целом поколение более мобильно по своей сути, а не в силу возраста.

«Бумеры» демонстрировали ранний возраст взросления и социализации. Оптимальным возрастом для старта самостоятельной жизни считался возраст 18—20 лет. Исторические условия не позволяли проявиться кризису жизненного выбора, поэтому они демонстрировали стойкое понимание своего жизненного пути, командный дух, силу преодоления трудностей. Определенным элементом социализации для мужчин этой когорты являлась армия — доля служивших в армии среди «бумеров» составляла выше 80 %, при этом, вернувшись из армии, большинство из них предпочитали создать семью — это транслировалось обществом как некая норма. Примечательно, что возраст вступления в брак у мужчин данного поколения самым высоким был для мужчин 1946 г. рождения, но потом в связи с изменением срока призыва в 1967 г. с 3 до 2 лет и возраста призыва с 19 до 18 лет возраст вступления в брак снизился до 20—21 года [3, с. 126]. При этом ранний возраст вступления в брак до 20 лет

для этого поколения был обусловлен такими причинами, как «малодоступность контрацептивных средств и массовая безграмотность советских людей в сексуальной и контрацептивной сфере на фоне официальной табуированности темы для научных и общественных дискуссий» [11]. Создание семьи совпадало с выходом на рынок труда, что означало начало взрослой самостоятельной жизни и заканчивало процесс социализации и взросления.

«Миллениалы» демонстрируют более поздний возраст вхождения во взрослую жизнь по сравнению с «бумерами». У них оптимальный возраст вступления в самостоятельную жизнь существенно выше — 23—25 лет. Это обусловлено определенной инфантильностью и стремлением родителей как можно дольше оберегать это поколение. Родительское поколение демонстрировало в отношении детей понятие ценности детей как таковых. В связи с этим можно говорить о возникновении у данного поколения определенного отрезка молодости, посвященного «жизни в удовольствие» или «жизни для себя». Этот период можно назвать гедонистическим периодом молодости «миллениалов». Также здесь важно говорить о возникновении у этого поколения периода экзистенциального кризиса поиска себя: творческого и карьерного роста. При этом, по данным выборочного обследования Росстата «Семья и рождаемость», доля респондентов, вступивших в брак в период 2000—2004 гг., которые считали обязательным заключение брака, составила 57 %, а вступивших в 2005—2009 гг. — 49 %. Также, по данным исследования, увеличивается доля браков, регистрация которых откладывается по каким-то причинам после фактического начала супружеских отношений, — такой лаг составляет от года до двух лет [12].

Для поколения «бумеров» характерна высокая значимость материальных ценностей, ценности активной, здоровой жизни, личностного роста — все это требовалось для выживания и преодоления социальных катаклизмов. Наряду с этим достаточно высоко ценятся любовь, крепкая семья и интересная работа. Это поколение демонстрирует высокую степень идентичности со своим поколением, для них характерна ценность командной работы и коллективизма [9, с. 82—83]. Как правило, в оценках специалистов HR-служб, это поколение трудолюбивых, способных к продолжительной и эффективной работе. Также данному поколению присущ идеализм и оптимизм, нацеленность на будущее. Представители данного поколения готовы брать ответственность за себя, свою семью и будущее своей страны и народа. Что касается отношения к здоровому образу жизни, по данным исследований, проведенных Левада-Центром в 2011 и 2017 гг. совместно с Высшей школой экономики, посвященных здоровому образу жизни в России, только 5 % представителей поколения «бумеров» занимаются спортом в спортивных залах, при этом 81 % опрошенных занимаются спортивными упражнениями дома. Среди «бумеров» выше доля курящих и употреб-

ляющих алкоголь, чем среди поколения «миллениалов» [10].

Для поколения «миллениалов» характерна высокая значимость частной жизни и индивидуализма. Они ценят свободу в себе, толерантны к любым проявлениям непохожести, космополитичны. По данным социологического исследования А. М. Риккель и С. В. Доренской, «наиболее значимыми для этого поколения являются ценности космополитизма, индивидуальности и разнообразия, а наименее значимыми — принадлежности к своей нации, полезности обществу, единения и патриотизма» [20, с. 212]. Как одна из приоритетных ценностей, культ здорового образа жизни приводит к более серьезному отношению к спорту, планированию соотношения труда и отдыха, а также к существенному ограничению потребления алкоголя и табака. По данным исследований, проведенных Левада-Центром в 2011 и 2017 гг. совместно с Высшей школой экономики, посвященных здоровому образу жизни в России, 23 % «миллениалов» занимаются спортом в спортивных оздоровительных центрах, 44 % — в бассейнах, спортзалах, на спортивных площадках и т. д., а снижение популярности употребления сигарет и алкоголя наиболее существенно у поколения «миллениалов» и «зумеров» [10]. «Миллениалам» присущи индивидуалистические ценности, такие как саморазвитие, познание мира, выражающиеся в стремлении к путешествиям, получение высокого дохода здесь и сейчас, практически немедленно, без желания достигать этого долгим и тяжелым трудом. При этом они не ценят ощущение стабильности, что выражается в стремлении жить в аренду: автомобиль это или квартира. По сути, это жизнь, направленная на настоящее, без взгляда назад или вперед, без каких-либо стратегий и планирования будущего. В целом «миллениалы» демонстрируют слабую степень идентичности со своим поколением и социальную индифферентность.

«Бумеры» включены в тотальную цифровизацию так же, как и «миллениалы», однако для них использование возможностей цифровизации является предметом гордости и современности. Есть особенности использования социальных сетей — это сети, содержащие более информационный контекст. Информационные технологии являются средством получения информации и обменом ею. У данного поколения нет склонности к публичной демонстрации своей профессиональной и личной жизни. «Бумеры» по большей части технофобы — использование гаджетов часто осложняется фобиями. По данным социологического исследования, проведенного ВЦИОМ в 2018 г. по теме использования Интернета и социальных сетей, только 49 % «бумеров» используют Интернет, только 15 % ответивших из них имеют аккаунт в социальной сети, которую используют ежедневно. Наиболее предпочтительные социальные сети — «Одноклассники», «Мой мир» и «Facebook». Только 43 % «бумеров» используют мессенджеры для передачи сообщений, наиболее часто используемые — sms и WhatsApp,

основными для них являются сообщения sms [4]. «Бумеры» не приемлют жизни напоказ — не любят фотографироваться, практически не размещают свои фотографии в социальных сетях. По данным социологического исследования ВЦИОМ, проведенного в 2019 г. по теме «Социальная сеть — фотоальбом XXI века», 88 % опрошенных «бумеров» ответили, что не любят фотографироваться, при этом 43 % не фотографируются вовсе, а 45 % не чаще одного раза в полгода и 55 % опрошенных заявили, что им не нравятся получившиеся фотографии. При этом 41 % «бумеров» не размещают полученные фотографии в социальных сетях, и только 31 % опрошенных делают это не чаще, чем раз в полгода, преимущественно в социальной сети «Одноклассники» [5].

«Миллениалы» активно используют все возможности цифровизации: электронную почту, мессенджеры, различного рода социальные сети, при этом есть определенные особенности по предпочтению более визуализированных социальных сетей, видеоканалов YouTube, Instagram и пр. Использование цифровых технологий является неотъемлемой частью жизни, ежеминутного существования. «Миллениалы» — технофилы, использование различного рода гаджетов носит ежедневный, повсеместный характер, часто вся жизнь заключена в ряде гаджетов, которые обслуживают общение, покупки, финансовые операции, развлечения. По данным социологического исследования, проведенного ВЦИОМ в 2018 г. по теме использования Интернета и социальных сетей, 98 % «миллениалов» используют Интернет, 69 % ответивших из них имеют аккаунт в социальной сети, которую используют ежедневно. Наиболее предпочтительные социальные сети — ВКонтакте и Instagram. «Миллениалы» — активные пользователи мессенджеров: 91 % опрошенных их используют, наиболее популярные — WhatsApp, Viber и сообщения ВКонтакте [4]. Демонстрация жизни вовне посредством социальных сетей формирует ощущение, что, если не освятил событие в сети, значит, данного события не произошло. Поэтому у них возникает определенная зависимость от фиксирования события на электронный носитель, чтобы была возможность практически репортажного освещения событий. По данным социологического исследования ВЦИОМ, проведенного в 2019 г. по теме «Социальная сеть — фотоальбом XXI века», 20 % опрошенных «миллениалов» ответили, что любят фотографироваться, при этом 18 % фотографируются раз в неделю, а 34 % раз в месяц и 57 % опрошенных нравятся получившиеся фотографии. При этом респонденты размещают полученные фотографии в социальных сетях — 6 % несколько раз в неделю, 23 % несколько раз в месяц, 47 % — не менее раза в полгода, преимущественно во ВКонтакте и Instagram [5].

«Бумеры» склонны к потреблению длинных аналитических текстов. Не любят и не хотят потреблять информацию на электронных носителях. Если возникает необходимость такого прочтения,

испытывают раздражение, что может отражаться на конечном отношении к информации.

«Миллениалы» склонны к потреблению информации в формате коротких топиков, не склонны, а порой и не могут, прочитывать и анализировать длинный текст. Склонны к многозадачности и поверхностности в потреблении информационного контента. Быстро переключаются с темы на тему, склонны к потреблению визуализированной информации в формате инфографики.

«Миллениалы», по данным исследования ВЦИОМ, читают новости и сообщения в социальных сетях — 56 % против 27 % у категории «бумеров». «Бумеры» читают новости и новостные статьи в средствах массовой информации — 43 % против 29 % у категории «миллениалов». «Миллениалы» читают блоги и популярные статьи в Интернете — 36 % против 15 % у категории «бумеров» [6]. «Бумеры» более тяжело усваивают новостной контент, чем «миллениалы».

«Бумеры» социализировались в период серьезных социально-экономических преобразований. В целом склонны к осторожной рисковости поведения, скрупулезному анализу последствий своих поступков. Они рано социализировались, рано приняли на себя ответственность за взрослую жизнь, склонны к четкому планированию и ориентации вовне, соотношения своих интересов с интересами общества. По данным исследования Ситибанка, который изучал финансовое поведение различных поколений, «бумеры» осторожно относятся к инвестициям в новые современные отрасли — только 10,7 % клиентов готовы осуществлять инвестиции в прорывные или модные отрасли — искусственный интеллект, цифровой мир, технологии, связанные с экологией. Также «бумеры» не готовы индивидуально принимать решения об инвестировании, полагаясь на собственную экспертизу, — им необходим договор с банком с целью консультации в принятии решения об инвестировании [7]. Также необходимо отметить, что, по данным социологического исследования Юрия Левады, для поколения «бумеров» характерна позиция «привык ограничивать себя», которая по большей части является жизненным кредо [4, с. 9].

«Миллениалы» в период своей социализации не переживали каких-либо серьезных кризисов, социализация происходила в комфортных условиях, что отразилось на более позднем психологическом взрослении и некоторой инфантилизации, затягивании процесса вхождения во взрослую жизнь. Это отражается на отношении к рисковости поведения. Несмотря на относительно молодой возраст, возникает некая равнодушность поведения, зацикленность на себе и своих интересах. По данным опросов Юрия Левады, данному поколению присуща позиция «приходится вертеться», также данное поколение открыто позиции «новые возможности» [4 ; 9].

Поколение «бумеров» проявляет активное участие в общественной жизни посредством раз-

личных институтов гражданского общества, они готовы отстаивать свои интересы. Интерес к политической жизни проявляется в просмотре и обсуждении телевизионных передач политической направленности и просмотре соответствующего контента в Интернете. По данным социологических опросов Левада-центра, поколение «бумеров» все еще продолжает активно следить за Путиным, Шойгу, Собяниным, Соловьевым и Киселевым, просматривая телевизионные передачи [1]. «Бумеры» стараются участвовать в выборах в связи с ощущением ответственности за свои действия перед обществом. В целом поколение «бумеров» придерживается более консервативных политических взглядов. Направлено «внутри», а не «вовне».

«Миллениалы» демонстрируют, по большей части, равнодушие к политической жизни страны: каждый второй говорит, что «политика их не интересует». Это также выражается в низком уровне гражданского участия и проявлении абсентеизма. Однако среди данного поколения есть активные политические лидеры, которые готовы идти во власть, но большая часть совершенно аполитична. Поколение в общей массе имеет прозападные, либеральные ценности. Так, по данным социологического опроса Левада-центра, 60 % «миллениалов» положительно относятся к Европейскому союзу и США по сравнению с только 30 % людей старше 65 лет [1]. Однако именно поколение «миллениалов» более остро чувствует все нарастающее социальное и экономическое неравенство в стране, усиление напряженности между богатыми и бедными слоями населения. Вследствие этого в дальнейшем будет возникать запрос на увеличение социальной мобильности и перераспределение ресурсов.

Если говорить о представителях данных поколений, участвующих в политической жизни страны, то можно выделить ряд существенных отличий между политиками-«бумерами» и политиками-«миллениалами». «Бумеры» значительно чаще обращают внимание в своей предвыборной повестке на проблемы, связанные с национализмом, коррупцией чиновников, отсутствием контроля за бизнесменами. В отличие от них в мобилизационной повестке «миллениалов» присутствуют проблемы федеральной и региональной повестки: несправедливость, бедность, также пыль, грязь и проблема транспорта. «Миллениалы»-политики гораздо лучше политиков-«бумеров» взаимодействуют с цифровой средой, их контент, выкладываемый в сеть, выполнен на очень высоком профессиональном уровне, они лучше работают с технологиями вовлечения, хорошо контролируют как онлайн-, так и офлайн-пространство избирательной кампании [17, с. 176—177].

Таким образом, подводя итоги сравнительного анализа, важно констатировать факт наличия межпоколенческих различий, которые обусловлены ценностным и информационным разрывом между ними.

Список литературы

1. Аналитический обзор Левада-центра «Гражданский активизм российской молодежи». URL: <https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi/>
2. Андреев Е. М., Дарский Л. Е., Харькова Т. Л. Демографическая история Российской Федерации, 1927—1959. М.: Информатика, 1998. 187 с.
3. Волков А. Г. Семья — объект демографии. М.: Мысль, 1986. 271 с.
4. Данные социологического исследования ВЦИОМ «Каждому возрасту — свои сети». URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozzrastu-svoi-seti>
5. Данные социологического исследования ВЦИОМ «Социальная сеть — фотоальбом XXI века». URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbom-xxi-veka>
6. Данные социологического исследования ВЦИОМ «Что читают россияне?». URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chto-chitayut-rossiyane>
7. Данные социологического исследования Ситибанка «Миллениалы против беби-бумеров: чего хотят от банков клиенты разных поколений». URL: <https://frankrg.com/9176>
8. Демографические показатели по 15 новым независимым государствам. URL: http://www.demoscope.ru/weekly/ssp/sng_tfr.php
9. Емельянова Т. П., Дробышева Т. В. Характеристики коллективной памяти в контексте социально-психологических особенностей двух поколений // Горизонты гуманитарного знания. 2017. № 5. С. 71—85.
10. Засимова Л., Колосницына М., Красильникова М. Как в России делают жизнь здоровой. URL: <https://iq.hse.ru/news/207034914.html>
11. Захаров С. Брачность в России: история и современность. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0261/tema03.php>
12. Краткие итоги выборочного обследования Росстата «Семья и рождаемость». URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B8%D0%B5%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B2%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20_%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%8C%D1%8F%20%D0%B8%20%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_.html
13. Левада Ю. А. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг обществ. мнения: экон. и соц. перемены. 2001. № 5. С. 7—14.
14. Мангейм К. Проблема поколений // Очерки социологии знания: Проблема поколений. Состязательность. Экономические амбиции: пер. с англ. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 8—63.
15. Отцы и дети: поколенческий анализ современной России / под ред. Ю. А. Левады, Т. Шанина. М.: Новое литературное обозрение, 2005.
16. Попов Н. П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? // Мониторинг обществ. мнения: экон. и соц. перемены. 2018. № 4 (146). С. 309—323.
17. Пустовойт Ю. А. «Бумеры» и «миллениалы» в зеркале мобилизационной повестки сибирских городов // Власть и элиты. 2020. Т. 7, № 1. С. 163—182.
18. Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Соц. исслед. 2018. № 3. С. 15—33.
19. Радаев В. В. Миллениалы: как меняется российское общество. 2-е изд. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2020. 224 с.
20. Риккель А. М., Доренская С. В. Социально-психологическая модель ценностей различных поколений современного российского общества // Рос. психолог. журн. 2017. Т. 14, № 4. С. 205—227.
21. Твенге Дж. Поколение I. Почему поколение Интернета утратило бунтарский дух, стало более толерантным, менее счастливым — и абсолютно не готовым ко взрослой жизни и что это значит для всех остальных / пер. с англ. А. Толмачева. М.: Рипол-Классик, 2019. 406 с.
22. Шанин Т. История поколений и поколенческая история России // Человек. Сообщество. Управление. 2005. № 3. С. 6—25.
23. Howe N., Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation. NY: Vintage Books, 2000.
24. Howe N., Strauss W. The Forth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. NY: Broadway Books, 1997.
25. Ryder N. B. The Cohort as a Concept in the Study of Social Change // American Sociological Review. 1965. Vol. 30. P. 843—861.

Bibliography

1. Analiticheskii obzor Levada-tsentra "Grazhdanskii aktivizm rossiiskoi molodezhi", available at: <https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi/>
2. Andreev E.M., Darskii L.E., Khar'kova T.L. Demograficheskaya istoriya Rossiiskoi Federatsii, 1927—1959, Moscow, Informatika, 1998, 187 p.
3. Volkov A.G. Sem'ya — ob"ekt demografii, Moscow, Mysl' Publ., 1986, 271 p.
4. Dannye sotsiologicheskogo issledovaniya VTsIOM "Kazhdomu vozzrastu — svoi seti", available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kazhdomu-vozzrastu-svoi-seti>
5. Dannye sotsiologicheskogo issledovaniya VTsIOM "Sotsial'naya set' — fotoal'bom XXI veka", available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/soczialnaya-set-fotoalbom-xxi-veka>
6. Dannye sotsiologicheskogo issledovaniya VTsIOM "Chto chitayut rossiyane?", available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chto-chitayut-rossiyane>
7. Dannye sotsiologicheskogo issledovaniya Sitibanka "Millenialy protiv bebi-bumerov: chego khotyat ot bankov klienty raznykh pokolenii", available at: <https://frankrg.com/9176>
8. Demograficheskie pokazateli po 15 novym nezavisimym gosudarstvam. available at: http://www.demoscope.ru/weekly/ssp/sng_tfr.php

9. Emel'yanova T.P., Drobysheva T.V. Kharakteristiki kollektivnoi pamyati v kontekste sotsial'no-psikhologicheskikh osobennosti dvukh pokolenii, *Gorizonty gumanitarnogo znaniya*, 2017, no. 5, pp. 71—85.
10. Zasmova L., Kolosnitsyna M., Krasil'nikova M. Kak v Rossii delayut zhizn' zdorovoi, available at: <https://iq.hse.ru/news/207034914.html>
11. Zakharov S. Brachnost' v Rossii: istoriya i sovremennost', available at: <http://www.demoscope.ru/weekly/2006/0261/tema03.php>
12. Kratkie itogi vyborochnogo obsledovaniya Rosstata "Sem'ya i rozhdaemost'", available at: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B8%D0%B5%20%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8%20%D0%B2%D1%8B%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BE%D0%B1%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20_%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%8C%D1%8F%20%D0%B8%20%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_.html
13. Levada Yu.A. Pokoleniya XX veka: vozmozhnosti issledovaniya, *Monitoring obshchestv. mneniya: ekon. i sots. Peremeny*, 2001, no. 5, pp. 7—14.
14. Mangeim K. Problema pokolenii, *Ocherki sotsiologii znaniya: Problema pokolenii. Sostyazatel'nost'. Ekonomicheskie ambitsii*, Moscow, INION RAN, 2000, pp. 8—63.
15. Levady Yu.A., Shanina T. (ed.) Ottsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii, Moscow, Novoe literaturnoe obozrenie, 2005.
16. Popov N.P. Rossiiskie i amerikanskie pokoleniya XX veka: otкуда prishli millenialy?, *Monitoring obshchestven. mneniya: ekon. i sots. Peremeny*, 2018, no. 4 (146), pp. 309—323.
17. Pustovoit Yu.A. "Bumery" i "millenialy" v zerkale mobilizatsionnoi povestki sibirskikh gorodov, *Vlast' i elity*, 2020, vol. 7, no. 1, pp. 163—182.
18. Radaev V.V. Millenialy na fone predshestvuyushchikh pokolenii: empiricheskii analiz, *Sots. Issled*, 2018, no. 3, pp. 15—33.
19. Radaev V.V. Millenialy: kak menyaetsya rossiiskoe obshchestvo, ed. 2, Moscow, Izd. dom NIU VShE Publ., 2020, 224 p.
20. Rikkel' A.M., Dorenskaya S.V. Sotsial'no-psikhologicheskaya model' tseennosti razlichnykh pokolenii sovremennogo rossiiskogo obshchestva, *Ros. psikholog. Zhurn*, 2017, vol. 14, no. 4, pp. 205—227.
21. Tvenge Dzh. Pokolenie I. Pochemu pokolenie Interneta utratilo buntarskii dukh, stalo bolee tolerantnym, menee schastlivym — i absolyutno ne gotovym ko vzrosloi zhizni i chto eto znachit dlya vsekh ostal'nykh, per. s angl. A. Tolmacheva, Moscow, Ripol-Klassik, 2019, 406 p. (in Russ.)
22. Shanin T. Istoriya pokolenii i pokolencheskaya istoriya Rossii, *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie*, 2005, no. 3, pp. 6—25.
23. Howe N., Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation, New York, Vintage Books, 2000.
24. Howe N., Strauss W. The Forth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny, New York, Broadway Books, 1997.
25. Ryder N.B. The Cohort as a Concept in the Study of Social Change, *American Sociological Review*, 1965, vol. 30, pp. 843—861.

ШЕВЦОВА Елена Владимировна — кандидат политических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления, Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Новосибирск, Российская Федерация. E-mail: shevtsova-ev@ranepa.ru

Elena V. SHEVTSOVA — Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration, Siberian Institute of Management — branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Novosibirsk, Russian Federation. E-mail: shevtsova-ev@ranepa.ru