

# МАССОВЫЕ ОПРОСЫ, ЭКСПЕРИМЕНТЫ, МОНОГРАФИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

*В.В. РАДАЕВ*

## **РАСКОЛ ПОКОЛЕНИЯ МИЛЛЕНИАЛОВ: ИСТОРИЧЕСКОЕ И ЭМПИРИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ. (ПЕРВАЯ ЧАСТЬ)<sup>1</sup>**

*Аннотация.* В статье развивается социологический подход к анализу поколений. Исследованное автором ранее поколение миллениалов разделено на две возрастные группы. Выделена особая группа миллениалов ЗС («смартфоны», «социальные сети», «спад экономики»), которые вступили в период взросления во временном интервале с 2008 г., когда разворачивается продолжительный спад российской экономики и одновременно происходит массовое распространение новых технологий и цифровых пользовательских сервисов. Используются данные «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ» (1994–2018 гг.). Показано, что при сохранении многих межпоколенческих различий поколение миллениалов тоже оказывается неоднородным по множеству социальных признаков. В первой части статьи, публикуемой в данном номере, демонстрируется, что более молодые миллениалы ЗС начинают пользоваться новыми цифровыми технологиями в более раннем (подростковом) возрасте и пользуются ими чаще. Они лучше образованы и имеют более образованных родителей, чаще откладывают важные решения, которые ассоциируются со взрослостью (вступление в брак, первая беременность и рождение детей, выход на рынок труда). Многие межпоколенческие и внутривозрастные

---

**Радаев Вадим Валерьевич** — доктор экономических наук, профессор, руководитель Лаборатории экономико-социологических исследований, первый проректор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Адрес: 109028, Москва, Покровский бульвар, д. 11. Телефон: +7 (495) 628-48-86. Электронная почта: radaev@hse.ru

<sup>1</sup> Статья выполнена в Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

Статья публикуется в двух частях; окончание выйдет в следующем номере журнала. — *Прим. ред.*

различия сохраняют значимость при введении стандартных контрольных переменных и при приведении смежных поколений к аналогичному медианному возрасту.

*Ключевые слова:* социальный перелом; межпоколенческий анализ; миллениалы; опросы населения; Россия.

*Для цитирования:* Радаев В.В. Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Первая часть) // Социологический журнал. 2020. Том 26. № 3. С. 30–63. DOI: 10.19181/socjour.2020.26.3.7395

### **Второй социальный перелом: итоги предшествующего исследования**

В этой работе мы хотели бы продолжить ранее начатую нами тему про два социальных перелома, последовательно произошедших в России в постсоветский период. Первый перелом был связан с радикальными экономическими и политическими реформами 1980–1990-х гг., которые прошли достаточно бурно и существенно изменили внешние условия существования человека. Второй же социальный перелом был иным по своей природе. Он, напротив, произошел относительно тихо в наиболее стабильный период 2000-х гг. и оказался куда менее заметным. Этот перелом был связан с изменением самого человека — появлением нового антропологического типа в результате вступления во взрослую жизнь молодого поколения, названного миллениалами, которое не имело опыта сознательной жизни в советское время. Мы высказали предположение о том, что для понимания текущих изменений российского общества ныне крайне важно изучать это новое взрослое поколение, сравнивая его с предшественниками. Таким образом, именно сейчас произошла актуализация межпоколенческого анализа как способа обнаружения и социологического исследования наиболее важных трендов в нашей повседневной жизни [5; 6; 8]. По заключению американского психолога Джин Твенге, занимавшейся сравнительным изучением поколений, «в первую очередь культурные изменения затрагивают молодежь и только потом старшие поколения» [11, с. 31].

Итак, мы исходим из того, что в определенные периоды тот или иной способ социальной дифференциации (например, класс, статус или этнические группы) может выходить на передний план. И именно в последний период возникли важные социальные изменения, которые целесообразно интерпретировать в терминах смены поколений. В этот период во многом происходит подмена классовых границ генерационными, то есть возрастные / поколенческие различия оказываются важнее сугубо классовых [10]. И теперь, по образному выражению Твенге, «классифицировать поколения так же необходимо, как необходимо проводить государственные границы» [11, с. 22] (см. также: [16]).

Выделяя поколения в наших предшествующих работах, мы подходили к ним с социологической точки зрения и разграничивали не по

годам рождения, а по периодам, когда их представители вступали во взрослую жизнь, считая критичным для каждого поколения именно период «взросления» (emerging adulthood), или формативные годы, которые определяются примерным возрастным интервалом от 17 до 25 лет [1; 12; 20]. Сами же границы поколений мы, следуя классическому подходу К. Мангейма [4], не определяли формально-статистически, по десятилетиям, а привязывали к политико-экономическим эпохам в истории СССР / России. При этом мы исходим из принципиального предположения о том, что в каждую эпоху текущие важные события наибольшее влияние оказывают на поколение, переживающее свои формативные годы. И в силу этого именно молодые поколения служат для нас зеркалом происходящих перемен.

В результате такого подхода нами было выделено шесть поколений. Самое старшее «мобилизационное» поколение взрослело в период войны и послевоенного восстановительного десятилетия (1941–1955 гг.). «Поколение оттепели» входило во взрослую жизнь в период хрущевского правления (1956–1963 гг.). Третье поколение взрослело в годы брежневского застоя (1964–1984 гг.) и, соответственно, названо «поколением застоя». Четвертое поколение («реформенное») входило во взрослую жизнь в период горбачевской перестройки и последующих либеральных реформ (1985–1999 гг.). Взросление пятого поколения (миллениалов) происходило в России в наиболее стабильный и относительно благополучный период – с начала нового тысячелетия. Наконец, в 2000-е годы на свет появилось поколение Z, которое ныне все чаще называют зумерами и которое еще только начинает вступать в период своего взросления [5; 6; 8]. Периоды рождения и взросления выделенных поколений см. в таблице 1.

Таблица 1

**Классификация российских поколений, годы**

Поколения	Период рождения	Период взросления
Мобилизационное поколение	1938 и ранее	1941–1955
Поколение оттепели	1939–1946	1956–1963
Поколение застоя	1947–1967	1964–1984
Реформенное поколение	1968–1981	1985–1999
Поколение миллениалов	1982–2000	2000–2016
Поколение Z	2001 и позднее	2017 и позднее

Далее, на обширном эмпирическом материале мы показали, что миллениалы значительно и статистически значимо отличаются от старших поколений по множеству самых разных социальных показателей, характеризующих формы поведения и восприятия. Эти различия сохранялись и при приведении соседнего с миллениалами старшего поколения к аналогичному с миллениалами медианному

возрасту (то есть с частичным нивелированием эффекта возраста как такового). В большинстве случаев проведенный анализ позволил подтвердить устойчивость межпоколенческих различий. Множественные сравнения с данными по другим странам, в частности с данными Pew Research Center по современному американскому обществу, показали, что многие происходящие сегодня в России изменения отнюдь не уникальны [8].

#### **Однородно ли поколение миллениалов: постановка новой проблемы**

При обсуждении первых результатов нашего межпоколенческого исследования не раз высказывалась мысль, что миллениалы — слишком широкая группа, которая наверняка внутренне неоднородна. Соглашаясь с этим в принципе, на первом этапе мы выбрали один из наиболее очевидных и важных дифференцирующих социальных признаков — тип поселения, чтобы проанализировать различия между городскими и сельскими миллениалами. Мы сравнили их между собой, а также сопоставили отдельно городских и отдельно сельских миллениалов с их предшественниками [7].

Полученные результаты подтвердили, что практики поведения сельских миллениалов по большинству параметров, действительно, значимо отличаются от практик поведения их городских сверстников, что, как правило, вызвано сравнительной ограниченностью их материальных и инфраструктурных возможностей. Но не менее важный результат заключался в том, что по уровню распространения новых практик поведения сельские миллениалы, как правило, опережают сельские старшие поколения (точно так же, как городские миллениалы опережают городские старшие поколения). Иными словами, поколение миллениалов неоднородно по типу поселения, но при сходном типе поселения немедленно проявляются значимые межпоколенческие различия. Наш общий вывод заключался в том, что происходит параллельный рост новых практик поведения на селе и в городе, но разрыв между двумя типами сообществ по большинству параметров все же сохраняется, в том числе внутри нового поколения миллениалов [7].

Следующий вопрос, который вполне естественно возникает при более детальном изучении миллениалов (или любого другого поколения): в какой степени это поколение однородно по возрасту, тем более что в случае миллениалов выбранный возрастной интервал превышает полтора десятилетия — достаточно длительный срок для периода ускоряющихся технологических и социальных изменений. И возможно, перелом мог произойти и внутри самого поколения. Например, упомянутая ранее Джин Твенге считает, что большинство наиболее важных изменений произошло не в 2000-е гг., а на рубеже 2010-х гг., когда большинство молодых людей обзавелись смартфонами и начали активно использовать социальные сети. Поэтому она взяла когорту с годами рождения начиная с 1995 г. и назвала ее айдженерами,

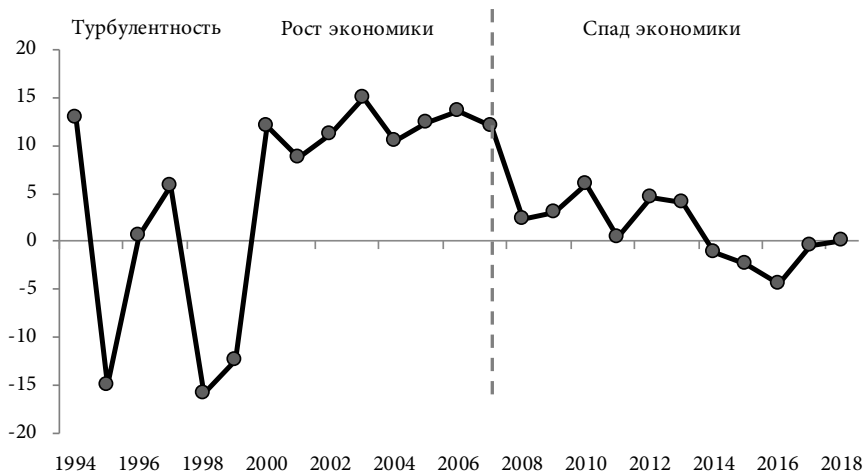
в противовес более старшим миллениалам, не отождествляя айдженеров в то же время с поколением Z [11].

Задавшись вопросом о неоднородности миллениалов, мы тоже разделим это поколение на две возрастные группы (старшую и младшую), хотя сделаем это несколько иначе, чем Твенге. Первая группа (старшие миллениалы) в нашем случае родились в 1982–1990 гг., то есть на излете советского периода, и вступили в период своего взросления с 1999 по 2007 г. Заметим, что взросление этой группы в России происходило в наиболее благополучный период экономического роста, а важные новые технологии, как мы постараемся продемонстрировать ниже, пока оставались на подходе и, как правило, еще не стали действительно массовыми.

Вторая группа (младшие миллениалы) родились в 1991–2000 гг., то есть уже в начале постсоветского времени, и вступили в период взросления с 2008 г. Именно в этот период экономический рост завершается, и разворачивается продолжительный спад российской экономики — в форме кризиса 2008–2009 гг. и длительной рецессии, начавшейся, по разным оценкам, в период 2012–2014 гг., увенчанной в 2020 г. мировой пандемией и жестким экономическим кризисом. Но что для нас не менее важно, именно в этот период происходит массовое распространение новых технологий и цифровых пользовательских сервисов, о которых мы собираемся рассказать ниже.

### **Выделение миллениалов 3С: историческое обоснование**

Выделенная нами группа младших миллениалов не совпадает полностью с айдженерами Дж. Твенге, но отчасти с ней пересекается. Мы назовем эту младшую группу *миллениалами 3С* (от слов «смартфоны», «социальные сети», «спад экономики»), имея в виду, что эта группа выросла в других условиях и испытала значительно большее формирующее воздействие современных «умных» гаджетов и социальных медиа. Таким образом, за предложенным делением стоят не просто возрастные различия, но содержательные основания, связанные с предполагаемым существенным изменением условий внешней среды. Приведем далее фактологические основания для выделения этой особой, более молодой группы в рамках поколения миллениалов. О спаде российской экономики всем хорошо известно, и мы ограничимся одним, но весьма важным показателем — динамикой реальных располагаемых денежных доходов российского населения. На рисунке 1 четко различимы три периода: вторая половина 1990-х гг. с резкими колебаниями и провалами в годы кризисов 1995 и 1998 г.; удивительное благополучие 2000–2007 гг., когда среднегодовой прирост реальных доходов составлял 12%; и наконец, период экономического спада, когда в 2008–2013 гг. среднегодовой прирост реальных доходов притормаживает до 3,4% и уходит в минусовые значения в 2014–2018 гг. (–1,7% в среднем).



**Рис. 1. Прирост реальных располагаемых денежных доходов населения в России в 1994–2018 гг.**  
(в % к предшествующему году)

*Источник:* Уровень жизни // Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [электронный ресурс]. Дата обращения 20.07.2020. URL: <https://www.gks.ru/folder/13397>

Более подробно мы остановимся на другой стороне — на активных технологических изменениях в той части, в которой они непосредственно влияют на нашу повседневную жизнь. Напомним, что старшие миллениалы вступили в период взросления в самом начале 2000-х гг. Но возникновение и массовое распространение многих важных технологий, столь сильно повлиявших на нашу жизнь, произошло позднее — к концу этого десятилетия, когда в пору взросления вступает младшая когорта данного поколения, которую мы назвали миллениалами ЗС. Из разных открытых источников мы собрали данные о датах возникновения и массового распространения новых цифровых технологий и пользовательских сервисов, которые, на наш взгляд, могли в своей совокупности существенно повлиять на характер развития миллениалов в целом и особенно миллениалов ЗС в их формативные годы. Посмотрим, в какой мере 2008 г., определенный нами в качестве условной переломной точки, и близкие к нему годы могут считаться своего рода рубежными.

Начнем с распространения *аудитории Интернета*. По данным Фонда «Общественное мнение», к 2019 г. среднемесячная аудитория Интернета среди населения России в возрасте 18 лет и старше превысила 75%, а среди молодых когорт она приблизилась к 100%. Но для нас важно, когда пользование Интернетом охватило большую часть взрослого населения. Символического 50%-го рубежа средняя месяч-

ная доля интернет-пользователей достигла в 2012 г., а средняя суточная доля — в 2014 г. Среди молодежи массовое освоение Интернета произошло, естественно, значительно раньше. Среднемесячная доля пользователей Интернета среди 18–24-летних превысила 50% уже летом 2006 г., а среди 25–34-летних этот рубеж был преодолен к концу 2008 г. Добавим, что доля тех, кто пользовался Интернетом хотя бы один раз за последние сутки (не только среди молодых), превысила 50% в том же 2008 г.

Распространению Интернета способствовали, помимо прочего, две важные технологические новации. Первая — беспроводной протокол обмена данными Wi-Fi. Он создан еще в 1998 г., но серьезное продвижение сервиса было обеспечено в 2009 г. с утверждением стандарта IEEE 802.11n, позволившего в разы повысить скорость передачи данных по сравнению с прежними подобными устройствами. В том же 2009 г. в коммерческую эксплуатацию была запущена другая важная новация — первая в России сеть беспроводного быстрого Интернета по технологии Mobile WiMAX (4G).

Теперь посмотрим, когда произошло распространение *смарт-фонов*, — по формальному определению, мобильных телефонов (как правило, с сенсорным экраном), дополненных функциональностью карманного персонального компьютера. Первый подобный аппарат был выпущен в продажу еще в 1994 г., а первый коммуникатор — карманный персональный компьютер, дополненный функциональностью мобильного телефона, появился в 1996 г. Однако сам термин «смартфон» появляется лишь в 2000 г., и бурное внедрение в жизнь гаджетов нового типа начинается позднее. Во многом оно было стимулировано выпуском в 2007 г. первого бесклавиатурного аппарата iPhone, который с 2008 г. начинает официально поставляться в Россию. Здесь в результате стремительного роста популярности смартфоны по уровню продаж опередили обычные мобильные телефоны — в рублях в 2011 г., а в штуках — в 2014 г. Спустя год, в 2015 г., число обладателей смартфонов среди российских пользователей телефонов достигло 50%.

Теперь посмотрим на возникновение *социальных сетей* — онлайн-сервисов для построения, репрезентации и поддержания социальных отношений. Первая социальная сеть была запущена в 1997 г. (SixDegrees.com), но их активное развитие началось позже — в 2003–2004 гг., с появлением LinkedIn, MySpace и Facebook, достигшей первого миллиарда аккаунтов в 2015 г. Для нас же особенно важно, что русскоязычная версия сайта в Facebook появилась в 2008 г. В России первые подобные сети появились примерно в то же время — в 2006 г. («Одноклассники», «ВКонтакте»). Самая популярная российская сеть «ВКонтакте» зарегистрировала 100-миллионного пользователя в 2010 г., с сетью «Одноклассники» это произошло в 2011 г.

Социальная сеть для публичного обмена короткими сообщениями Twitter была запущена буквально в тот же самый период — в 2006 г., а поддерживать русский язык интерфейс «Твиттера» стал в 2011 г. Приложение для обмена фотографиями и видеозаписями Instagram возникло немного позже — в 2010 г., а в 2013 г. его интегрировали с социальной сетью «ВКонтакте».

Параллельно возникали другие *новые социальные медиа*. Начали развиваться платформы для совместного производства контента. Wikipedia, включая ее русскоязычный раздел, была запущена в 2001 г. Видеохостинговый портал YouTube основан в 2005 г., а его русская версия появилась в 2007 г.

Перейдем к *мессенджерам* — системам мгновенного обмена текстовыми сообщениями для мобильных и иных платформ с поддержкой голосовой и видеосвязи. Самый популярный мессенджер WhatsApp, позволяющий пересылать, помимо текстов, изображения, видео, аудио и электронные документы, был запущен в те же самые годы — в 2009 г. Самым используемым мессенджером на территории Российской Федерации он стал к 2015 г. Кроссплатформенный мессенджер Telegram, наиболее популярный среди молодежных групп, был запущен в 2013 г. и достиг 100 миллионов активных пользователей в 2016 г. Несколько раньше, в 2003 г., появились первые версии Skype — бесплатного проприетарного программного обеспечения с закрытым кодом, обеспечивающего текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами. А к 2009 г. число учетных записей его пользователей превысило полмиллиарда.

Возрастающую роль в жизни молодых поколений играли виртуальные *социальные и игровые миры*. Так, в 2003 г. был запущен трехмерный виртуальный мир Second Life. В том же 2003 г. вышла самая популярная и «долгоиграющая» версия Counter-Strike (CS 1.6) — многопользовательской компьютерной игры в жанре шутера от первого лица. В 2004 г. состоялся выход первой версии World of Warcraft («Мир военного ремесла») — массовой многопользовательской ролевой онлайн-игры в фэнтезийной вселенной. В 2008 г. «Книга рекордов Гиннеса» назвала World of Warcraft самой популярной онлайн-игрой этого жанра в мире. И именно в 2008 г. она начала поддерживать русский язык. А пика популярности World of Warcraft достигает к 2010 г., когда число ее подписчиков превысило 12 млн человек.

Мы видим, что возникновение и массовое распространение новых технологий и пользовательских сервисов происходило, конечно, не в один год, но во многом в один и тот же, весьма ограниченный по историческим меркам, период. Они возникали в основном в первой половине или середине 2000-х гг., а массовое распространение получили на рубеже 2010-х (начиная с выделенного нами рубежного 2008 г.). Именно в это время взрослеют интересующие нас миллениалы 3С.



Таким образом, первая задача данной работы — проанализировать, действительно ли наступление новой технологической эпохи (вдобавок к серьезному ухудшению текущей экономической ситуации) отразилось на повседневном поведении и социальных восприятиях миллениалов ЗС, и эта группа отличается по основным параметрам не только от реформенного поколения (что более чем ожидаемо), но и от старшей группы миллениалов. Вторая же задача — убедиться в сохранении общей рамки межпоколенческих различий на примере миллениалов и смежного с ними реформенного поколения.

Далее мы попытаемся на основе количественных данных, используя различные социальные признаки, протестировать две исходные гипотезы:

*Гипотеза 1:* существуют множественные значимые различия между старшими миллениалами и миллениалами ЗС, то есть поколение внутренне неоднородно.

*Гипотеза 2:* существуют множественные значимые различия между старшими миллениалами и предшествующим реформенным поколением, то есть межпоколенческие различия обеспечиваются не только за счет самой молодой когорты миллениалов.

Обратим внимание на то, что в данном исследовании мы концентрируемся на так называемых *постсоветских поколениях*, которые выросли преимущественно по завершении советского периода и не имеют опыта взрослой жизни в советское время [3]. Тем не менее мы намерены показать, что эти поколения весьма неоднородны и демонстрируют разную динамику, и в их движении, как в зеркале, отражаются многие современные тренды.

### **Источники данных**

В качестве основного источника информации мы опираемся на данные опросов индивидов «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ» (RLMS–HSE)<sup>2</sup>. При кросс-секционном анализе текущих межпоколенческих различий нами используются данные 27-й волны (2018 г.) (8159 респондентов старше 14 лет), включая представителей реформенного поколения (44,3%), старших миллениалов (32,9%) и миллениалов ЗС (22,8%) (см. табл. 2).

Полный объединенный массив с 1994 г. содержит данные 133 797 респондентов старше 14 лет из интересующих нас групп. Но при ана-

---

<sup>2</sup> Мониторинг представляет собой серию ежегодных общенациональных репрезентативных опросов индивидов и домашних хозяйств, проводимых на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки. RLMS–HSE проводится НИУ «Высшая школа экономики» и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилл и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Сайты обследования RLMS–HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>

лизе межпоколенческой динамики мы используем не все доступные волны. Дело в том, что старшие миллениалы впервые попадают в выборку в 1998 г., а миллениалы ЗС — в 2006 г., и вдобавок первоначально эти группы могут быть недостаточно наполненными. Как правило, мы анализировали данные за те годы, в которые численность респондентов в каждой группе превышала минимум в 300 чел.

Представителей самого молодого поколения Z, самым старшим из которых в 2018 г. исполнилось лишь 17 лет, мы из анализа исключаем, их период взросления еще только начинается.

Таблица 2

**Характеристики поколений в объединенных массивах данных RLMS–HSE**

Поколения	Медианный возраст, 1994–2018, лет	Численность в выборке, 1994–2018, чел.	Численность в выборке, 2018, чел.
Реформенное поколение	20–43	72 826	3615
Старшие миллениалы	15–32	43 426	2682
Миллениалы ЗС	15–23	17 545	1862
Всего		133 797	8159

**Аналитические методы**

При проведении сравнительного анализа мы фокусировались на неполитических сферах поведения и восприятия. Много вопросов закономерно посвящено современным цифровым технологиям — использованию компьютеров и Интернета (в том числе для покупок онлайн и посещения социальных сетей), владению смартфонами и банковскими картами. Далее речь пойдет об образовании респондентов и их родителей. Мы посмотрим, различаются ли выделенные нами три группы по времени образования семьи и рождения детей, насколько они мобильны в профессиональном отношении. Следующий блок вопросов характеризует отношение к здоровому образу жизни; здесь речь пойдет о потреблении алкоголя и табакокурении, о занятиях физической культурой. После вопросов об уровне религиозности мы завершим сравнительный анализ оценками субъективного благополучия респондентов.

В отличие от нашей ранее вышедшей книги [8], в анализ будут добавлены некоторые признаки, которые ранее отсутствовали. Мы подробнее поговорим о социальных сетях, в частности, в каком возрасте респонденты начали ими пользоваться. В теме взросления посмотрим на опыт беременности у женщин в молодом возрасте. При анализе трудового опыта увидим, насколько молодые люди сегодня склонны к предпринимательским начинаниям. Говоря об алкоголе, дополнительно затронем болезную тему его чрезмерного употребления.

Проанализируем также разного рода страхи, связанные с возможностью потерять работу, с невозможностью обеспечить себя самым необходимым, с чувством одиночества.

В процессе анализа мы проводим множественные парные сравнения между старшими и младшими миллениалами, а также сопоставляем старших миллениалов с предшествующим реформенным поколением. В этих целях использовались непараметрические корреляции Спирмена и непараметрический критерий Краскала-Уоллиса (для сопоставления медианных значений). Во всех случаях мы будем говорить только о статистически значимых межпоколенческих и внутрипоколенческих различиях, при  $p < 0.05$ .

Для проверки устойчивости внутри- и межпоколенческих различий, кроме парных корреляций, во всех случаях мы использовали логистический регрессионный анализ, где привлеченные нами социальные признаки берутся в качестве зависимых дихотомических переменных, а в качестве основной независимой переменной использовалась, соответственно, категориальная переменная из трех выделенных поколенческих групп. Кроме того, в модели включался набор стандартных контрольных переменных, в том числе: возраст (число исполнившихся лет) и квадрат возраста; пол (женщины и мужчины); семейный статус (нахождение в официальном или гражданском браке); наличие высшего образования; наличие постоянной оплачиваемой работы; уровень индивидуального дохода (натуральный логарифм); место проживания (городские или сельские поселения); этничность (русские или другие национальности). При анализе динамики в число переменных добавлялось временное измерение (годы).

Подчеркнем, что в нашу задачу в данном исследовании не входил специальный анализ факторов, влияющих наряду с поколенческой динамикой на выбранные нами зависимые переменные. Перечисленные контрольные переменные использовались преимущественно для того, чтобы определить, насколько устойчиво влияние внутри- и межпоколенческих различий, не исчезает ли оно с введением какого-то демографического или социального параметра. Важное исключение сделано для *гендерных различий*, которые в ряде важных случаев анализируются специально. Во многих случаях мы также упоминаем влияние возраста и периода времени. Вспомогательный материал работы очень обширен. И в целях экономии места корреляционные и регрессионные коэффициенты, другие технические результаты в ней не приводятся.

Наши аналитические возможности естественно ограничены имеющимися данными. Некоторые вопросы задавались в RLMS–HSE с самого начала (с 1994 г.), другие появились позже, и в этом случае динамические ряды становятся короче. Есть и вопросы, которые задавались лишь в определенные годы, здесь для наших сравнений мы будем брать последние доступные годовые срезы. Более сложная

проблема связана с так называемой проблемой идентификации — объективными трудностями разделения взаимосвязанных эффектов возраста, поколения и исторического периода [30]. Попытка решить проблему идентификации была предпринята нами в специальных работах, но они касаются только одной сферы — потребления алкоголя [25–26], и даже в этом случае мы не можем утверждать, что проблема решается полностью. Это обстоятельство следует отнести к объективным ограничениям данного исследования.

Чтобы по крайней мере частично элиминировать прямое влияние возраста, в ряде случаев нами проводился *ретроспективный анализ*: мы сравнивали наши поколенческие группы, выбирая те годы, в которые они были в одном и том же возрасте по количеству полных лет (медианное значение). Был выбран медианный возраст 23 года, который достигнут реформенным поколением в 1998 г., старшими миллениалами в 2009 г. и миллениалами 3С в 2018 г. Если же временной ряд по какому-то показателю оказывался коротким для сравнения всех трех поколенческих групп, то добавлялось сравнение старших миллениалов в 2018 г. с реформенным поколением в 2007 г., когда обе группы находились в одном медианном возрасте 32 лет. Конечно, полностью проблемы идентификации такой подход не решает, поскольку, уравнивая возраст, мы получаем разницу периода времени. Но он позволяет провести важные дополнительные сравнения, показывая, что демонстрируемые различия явно не сводятся к одному только возрасту.

Перейдем к изложению полученных результатов.

### **Использование компьютеров и смартфонов**

Прежде всего посмотрим, в какой степени указанные выше новые технологии освоены интересующими нас группами. Миллениалов нередко называют первым «цифровым поколением», или коренными жителями цифрового общества (*digital natives*) [15]. В нашем предыдущем исследовании было подтверждено, что миллениалы наиболее активны среди всех взрослых поколений в использовании гаджетов и Интернета. Но при этом решающий, в какой-то мере переломный количественный скачок произошел, скорее, в предшествующем реформенном поколении, которое немного уничижительно называют «цифровыми иммигрантами» в отличие от «цифровых аборигенов»-миллениалов [13]. Представители реформенного поколения успели весьма успешно «иммигрировать» в цифровое пространство [8]. И этот вывод был также подтвержден результатами широких международных исследований в отношении доли владельцев смартфонов в 18 развитых странах [27].

Сравним реформенное поколение и две группы миллениалов более детально. И начнем с доли *пользователей персональных компьютеров* за последние 12 месяцев, предшествовавших опросу. В реформенном

поколении эта доля в 2000–2018 гг.<sup>3</sup> выросла с 45 до 77%; среди старших миллениалов в те же годы — с 68 до 86%, а среди миллениалов ЗС в 2007–2018 гг. — с 88 до 92%.

Обратим внимание на то, что к 2000 г. все представители реформенного поколения уже были взрослыми (19–32 года), а компьютером из них при этом пользовались менее половины. Потом им пришлось догонять молодежь в ускоренном темпе. Контрастируя с ними, почти все миллениалы ЗС использовали компьютер уже с подросткового возраста, а к взрослому периоду охват стал практически полным.

С долей *пользователей Интернета* за последние 12 месяцев ситуация складывалась немного иначе. Стартовые позиции в середине 2000-х гг. здесь были относительно равными: миллениалы ЗС, будучи еще подростками, даже немного отставали от старших, но осваивали Интернет они с большим ускорением и уже к 2010 г. перегнали старшие поколения.

В целом в 2007–2018 гг. доля пользователей Интернета выросла в реформенном поколении с 54 до 84%, среди старших миллениалов — с 63 до 93%, а среди миллениалов ЗС — с 52 до 97%, вплотную приблизившись к полному охвату. Добавим, что все различия между тремя группами по доле пользователей компьютера и Интернета статистически остаются значимыми при использовании всех контрольных переменных.

Владение личными мобильными телефонами или смартфонами сегодня уже не является дифференцирующим признаком: во всех трех группах оно почти достигло предельной точки, составляя 98–99%. Поэтому мы выбрали вопрос о *владении личными смартфонами, коммуникаторами или айфонами* как более продвинутыми в техническом отношении гаджетами с более широкими возможностями для пользователей. Здесь дифференциация пока сохраняется. В реформенном поколении доля обладателей смартфонов в 2010–2018 гг. выросла с 3 до 60%, среди старших миллениалов — с 3 до 75%, а среди миллениалов ЗС — с 3 до 77% (см. рис. 2). Мы видим, что все три поколения стартовали из одной точки, но скорость распространения была разной; ускорение в реформенном поколении началось в 2014 г., а среди миллениалов раньше — в 2012 г. И в данном случае значимый разрыв возник в итоге именно между поколениями, а внутри поколения миллениалов различий фактически нет. «Поколением смартфонов» миллениалы стали в целом.

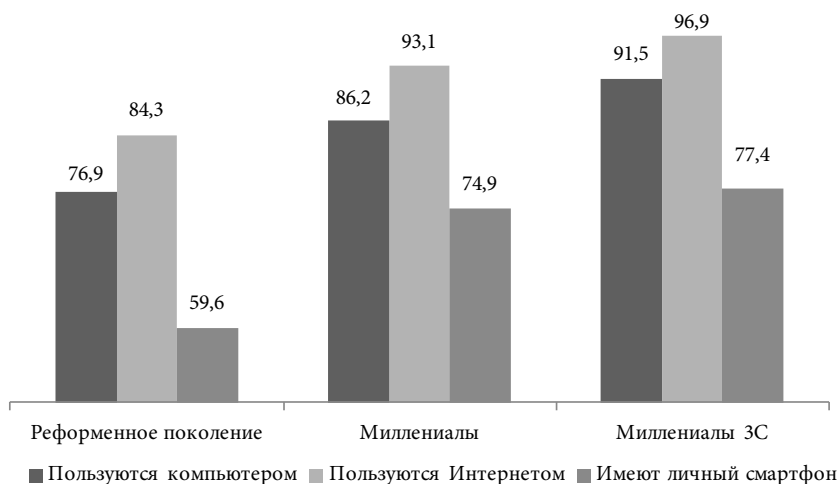
Добавим, что в том же 2018 г. в США имели личные смартфоны 92% миллениалов и 85% представителей предшествующего поколения X, а в 2019 г. разрыв между ними сократился до 3% [19; 29]. Следует предположить, что по мере того как Россия будет догонять Америку по

---

<sup>3</sup> Разные вопросы в RLMS–HSE начинали задавать в разные годы.

уровню владения смартфонами, различие между реформенным поколением и миллениалами будет сокращаться, и этот параметр станет терять дифференцирующее значение.

Осталось сказать, что в 2018 г. в реформенном поколении женщины значительно опережали мужчин по всем трем показателям (пользование компьютерами, Интернетом и смартфонами) при разнице охвата от 4 до 7% в их пользу. У старших миллениалов сложилась аналогичная картина, кроме владения смартфонами (здесь гендерных различий нет). А у миллениалов 3С, что интересно, гендерные различия полностью исчезают.



**Рис. 2. Доля пользователей компьютера и Интернета за последние 12 месяцев перед опросом по поколениям, 15 лет и старше, 2018 г. (n = 8157, %).**

*Источник:* Данные обследования РМЭЗ НИУ ВШЭ [RLMS–HSE] // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» [электронный ресурс]. Дата обращения 20.07.2020. URL: <https://www.hse.ru/org/hse/rlms/spss><sup>4</sup>

### **Включенность в социальные сети**

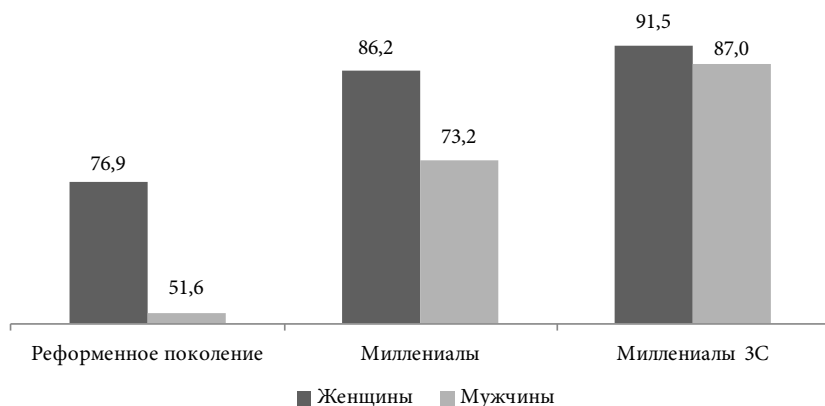
Один из наиболее важных сюжетов, связанных с использованием Интернета и современных гаджетов, — *использование социальных сетей*. В соответствии с ожиданиями молодые люди и здесь заметно более активны. Вопрос о посещении сайтов социальных сетей за последние 12 месяцев начали задавать в RLMS–HSE лишь с 2012 г. И тогда уже наблюдалась заметная разница между поколенческими группами. В реформенном поколении доля посетителей сайтов социальных сетей еще

<sup>4</sup> Этот источник данных также использован для построения рисунков 3–12 и под каждым обозначен краткой ссылкой: RLMS–HSE. — *Прим. ред.*

не достигла половины респондентов (48%), а у старших миллениалов и миллениалов ЗС она уже равнялась 70 и 81% соответственно. К 2018 г. все доли естественно подросли, но указанные различия сохранились: в реформенном поколении доля пользователей социальных сетей составила 62%, среди старших миллениалов — 80%, среди миллениалов ЗС — 88% (см. рис. 3)<sup>5</sup> (все различия значимы и устойчивы). Добавим, что, по данным 2018 г., в США используют социальные сети 85% миллениалов и 75% представителей поколения X [19]. Это означает, что российские миллениалы в целом близки к американским сверстникам по вовлеченности в социальные сети, а более старшее российское поколение несколько отстает от американцев.

Из исследований в США мы также знаем, что девушки значительно более активны в социальных сетях, а юноши больше увлечены видеоиграми [11, с. 82]. Посмотрим с этой точки зрения на российскую ситуацию. В 2018 г. в реформенном поколении женщины пользовались социальными сетями значительно более активно по сравнению с мужчинами (70 и 52% соответственно), среди старших миллениалов значимое различие сохранилось (86 и 73%), а вот среди миллениалов ЗС оно исчезло (90 и 87%) — юноши почти догнали в этом отношении девушек.

И ожидаемо активность в социальных сетях тесно связана с обладанием смартфонами: корреляции значимы для всех поколенческих групп и в 2018 г., и по данным объединенного массива.

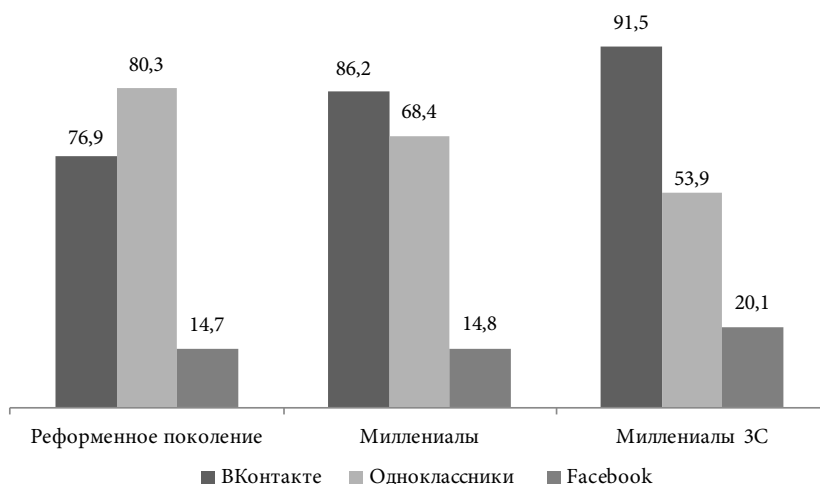


**Рис. 3. Доля пользователей социальных сетей за последние 12 месяцев перед опросом по поколениям и полу, 15 лет и старше, 2018 г. (n = 8159, %)**

Источник: RLMS–HSE.

<sup>5</sup> Мы приводим доли от числа всех респондентов старше 14 лет, не только пользователей Интернета.

При анализе отдельных социальных сетей оказалось, что рост числа их пользователей в 2010-е гг. происходил в России за счет социальной сети *ВКонтакте*, которая в итоге стала наиболее популярной среди молодежи. В 2012–2018 гг. доля ее пользователей выросла в реформенном поколении с 49 до 63%, среди старших миллениалов — с 73 до 80%, а среди миллениалов 3С — с 85 до 91% (см. рис. 4)<sup>6</sup>.



**Рис. 4. Доля пользователей социальных сетей за последние 12 месяцев перед опросом по поколениям, 15 лет и старше, 2018 г. (n = 5984, %)**

Источник: RLMS–HSE.

Далее следует социальная сеть *Одноклассники*, которая, напротив, более популярна среди поколений постарше, а также среди жителей села [7]. Эта сеть теряет свою аудиторию среди интересующих нас молодых поколений: в 2012–2018 гг. доля пользователей здесь снизилась в реформенном поколении с 87 до 80%, среди старших миллениалов — с 78 до 68%, а среди миллениалов 3С — с 61 до 54%. По двум упомянутым российским сетям различия между всеми группами значимы и устойчивы.

*Facebook* по популярности по-прежнему сильно отстает от двух российских сетей, различия между поколениями здесь отсутствуют, а внутри поколения миллениалов они минимальны: в 2018 г. в реформенном поколении и среди старших миллениалов им пользуются по 15%, а среди миллениалов 3С — 20%. Характерно, что с 2012 г. эта доля выросла совсем незначительно, прибавив лишь 2–3% респондентов, а у старших миллениалов не выросла вовсе.

<sup>6</sup> В данном случае доля рассчитывалась не от числа всех респондентов, а от числа пользователей социальных сетей.



Теряет аудиторию и *Twitter*: в 2018 г. в реформенном поколении и среди старших миллениалов им пользуются 3%, а среди миллениалов ЗС — 8%. Причем, если в реформенном поколении с 2012 г. сокращение ограничилось одним процентом, то обе группы миллениалов потеряли по 4%. Доля пользователей «Живого журнала» и ранее была велика, а в 2012–2018 гг. во всех поколениях она сошла с 3–4 до 1–2%.

Можно предположить, что часть молодежи уже перекочевала в Instagram и YouTube. Но вопросы про их использование, к сожалению, в RLMS–HSE в эти годы еще не задавались.

Гендерных различий выявлено немного, и они касаются исключительно социальной сети «Одноклассники», которая значимо более популярна среди женщин (разница в их пользу достигает 15%). В остальных случаях значимых различий нет.

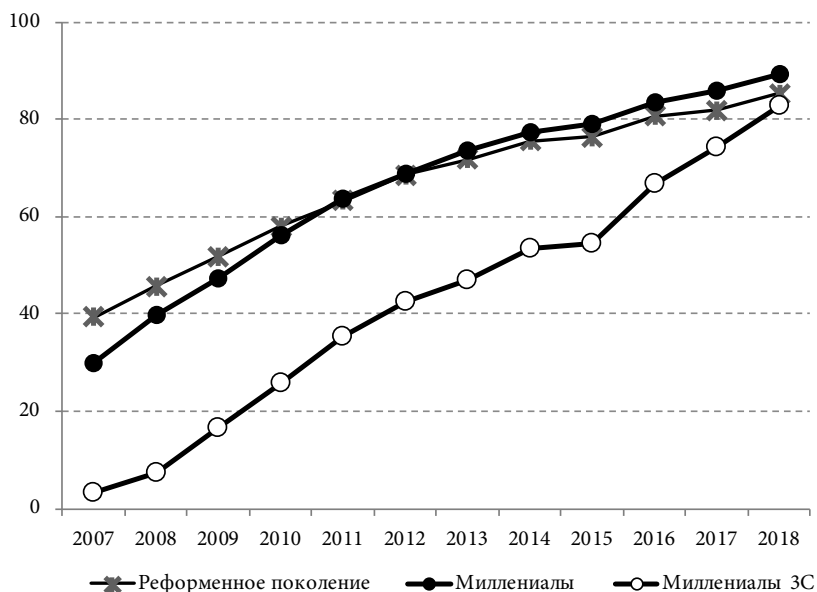
Отдельный важный вопрос: *в каком возрасте респонденты начинали пользоваться социальными сетями?* Этот возраст инициации мы могли посчитать только за 2015 г., но для данного вопроса это не имеет значения. В целом по всем социальным сетям наблюдается аналогичная картина по возрасту первоначального вовлечения в социальные сети. Представители реформенного поколения начинали ими пользоваться с 34–36 лет, старшие миллениалы — с 23–25 лет, а миллениалы ЗС — с 15–16 лет, то есть с подросткового возраста. И думаем, здесь возрастная разница должна была сыграть существенную роль.

### **Владение банковскими картами и онлайн-покупки**

Еще один признак причастности к новым практикам поведения — наличие или отсутствие *банковских пластиковых карт*. Здесь мы имеем данные за период 2007–2018 гг. Реформенное поколение стартовало с 39% и завершило 85%, старшие миллениалы начинали с 30%, но к 2011 г. перегнали предшественников и вышли на 89% к концу периода. У миллениалов ЗС в 2007 г. банковскими картами в силу молодости владели лишь 3%, но к 2018 г. они почти догнали старшие поколения (83%) (см. рис. 5).

Выясняется также, что старшие миллениалы владели банковскими картами в 2,3 раза чаще, чем представители реформенного поколения в 2007 г. в том же медианном возрасте (39%), а миллениалы ЗС — в 1,7 раза чаще, чем старшие миллениалы в 2009 г. в том же медианном возрасте (47%). Но в обоих случаях речь идет не столько о поколенческих сдвигах, сколько о влиянии периода времени: все эти годы шло общее интенсивное распространение банковских карт, и среди более молодых, которые выходили из подросткового возраста, оно просто шло более быстрыми темпами.

Осталось сказать, что доля женщин, владеющих картами, во всех трех поколенческих группах в 2018 г. выше на 3–4%, чем доля мужчин.



**Рис. 5. Доля владельцев банковских карт в 2007–2018 гг., по поколениям, 15 лет и старше (n = 96 453, %)<sup>7</sup>**

Источник: RLMS–HSE.

Известно, что распространение банковских карт в России еще с конца 1990-х гг. происходило в основном через зарплатные проекты работодателей. Поэтому долгое время большинство карт использовалось преимущественно для снятия наличных денег из банкоматов, а не для оплаты товаров и услуг. По данным RLMS–HSE, для всех респондентов старше 14 лет еще в 2006 г. доля владельцев банковских карт, которые использовали их исключительно для снятия наличных, равнялась 79%. И ниже 50%-й отметки эта доля спустилась лишь к 2013 г.

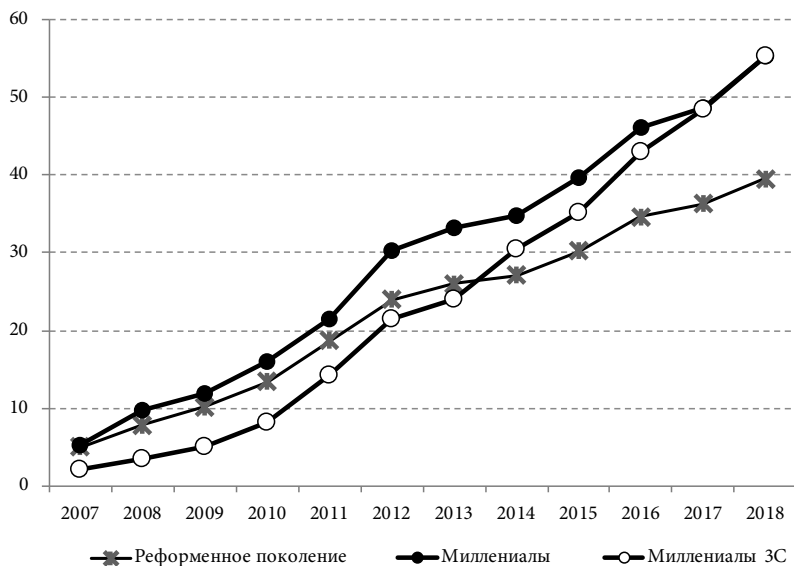
Тем не менее наличие банковских карт у всех интересующих нас поколенческих групп значимо коррелирует с практиками покупки товаров и услуг онлайн. И *совершение онлайн-покупок* товаров и услуг за 12 месяцев, предшествовавших опросам, — еще один хороший индикатор новых поведенческих практик. Доля онлайн-покупателей в последние годы неуклонно увеличивалась. Среди всех респондентов в возрасте 15 лет и старше в 2007–2018 гг. доля таких покупателей выросла в реформенном поколении с 5 до 40%, среди старших миллениалов — с 5 до 55%, а среди миллениалов 3С — с 2 до 55%. На рисунке 6 мы видим, что три кривые растут почти параллельно. Но реформенное поколение постепенно отстает от старших миллениалов,

<sup>7</sup> По каждому поколению учитываются годы, в которые число респондентов старше 14 лет превышает 300 чел.

а миллениалы ЗС, напротив, догоняют старших миллениалов. В итоге к 2018 г. межпоколенческие различия оказываются значительными и статистически значимыми, а внутрипоколенческие различия полностью исчезают.

При приведении соседних групп к одному медианному возрасту контраст усиливается: у старших миллениалов по сравнению с бывшими сверстниками реформенного поколения произошел скачок по количеству онлайн-покупателей в 11 раз, а у миллениалов ЗС по сравнению со старшими миллениалами — в 4,7 раза, что также в большой степени является эффектом периода времени.

Женщины в целом более активны, чем мужчины, в части онлайн-покупок. В реформенном поколении в 2018 г. эта разница поменьше (7%), а в обеих группах миллениалов она вырастает до 14–16% от всех респондентов — доля онлайн-покупателей среди мужчин так и не добирается до половины, а среди женщин она уже превышает 60%.



**Рис. 6. Доля совершивших онлайн-покупки за последние 12 месяцев перед опросами в 2007–2018 гг., по поколениям (15 лет и старше) (n = 96 552, %)<sup>8</sup>**

Источник: RLMS–HSE.

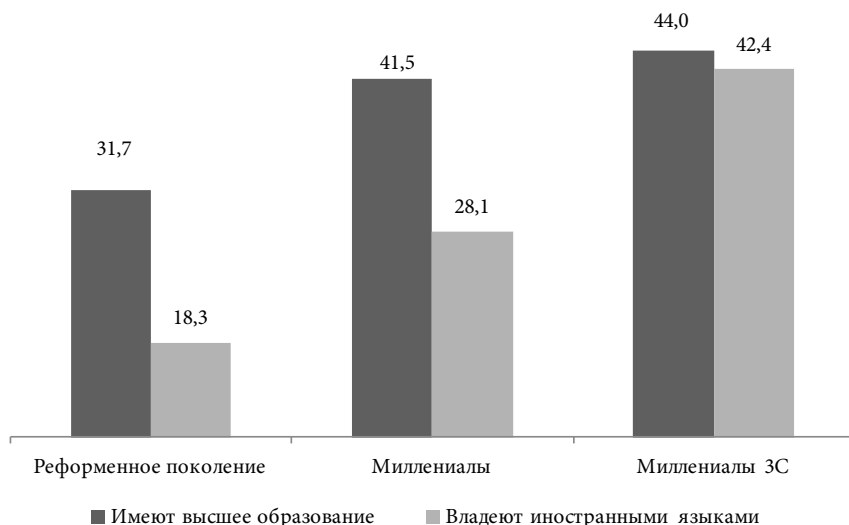
### Получение высшего образования

Посмотрим, как меняется *уровень образования* при переходе от старших к более молодым возрастным группам. Из предыдущих ис-

<sup>8</sup> По каждому поколению учитываются годы, в которые число респондентов старше 14 лет превышает 300 чел.

следований мы уже знаем, что миллениалы более образованы, чем предшествующие поколения. Теперь нужно убедиться в наличии также и внутрипоколенческих различий.

Мы ограничимся наиболее важным, на наш взгляд, вопросом о наличии или отсутствии у респондентов высшего образования. Поскольку многие молодые респонденты еще находятся в процессе обучения, мы подняли возрастной порог и отобрали респондентов от 27 лет и старше. По данным 2018 г., миллениалы 3С близки по этому показателю к старшим миллениалам (44 и 42%), в то время как старшие миллениалы отличаются от реформенного поколения достаточно сильно — у них доля высокообразованных выше на 10% (42 и 32% соответственно) (см. рис. 7)<sup>9</sup>. Добавим, что корреляционная связь между поколениями по уровню образования статистически значима, а внутри поколения миллениалов — нет. Но и межпоколенческие различия здесь не слишком устойчивы.



**Рис. 7. Наличие высшего образования (27 лет и старше) и владение иностранными языками, кроме языков бывшего СССР (15 лет и старше), по поколениям, 2018 г. (n = 6490 и 8132, %)**

Источник: RLMS–HSE.

Если попытаться нивелировать влияние возраста и взять интересующие нас три группы в разные годы, но в одном медианном возрасте 23 лет, то вновь обнаруживаем значительное отличие старших миллениалов от реформенного поколения (19 и 10% соответственно), а с миллениалами 3С различий фактически нет (20%).

<sup>9</sup> В США разрыв между миллениалами и предшествующим поколением X по доле получивших высшее образование равнялся в 2018 г. тем же 10% [14].

Добавим, что *гендерные* кривые в данном случае растут сходным образом, но женщины постоянно демонстрируют более высокий образовательный уровень: в реформенном поколении доли женщин и мужчин с высшим образованием равнялись 37 и 24%, у старших миллениалов — 48 и 34%, у миллениалов ЗС — 50 и 38% соответственно.

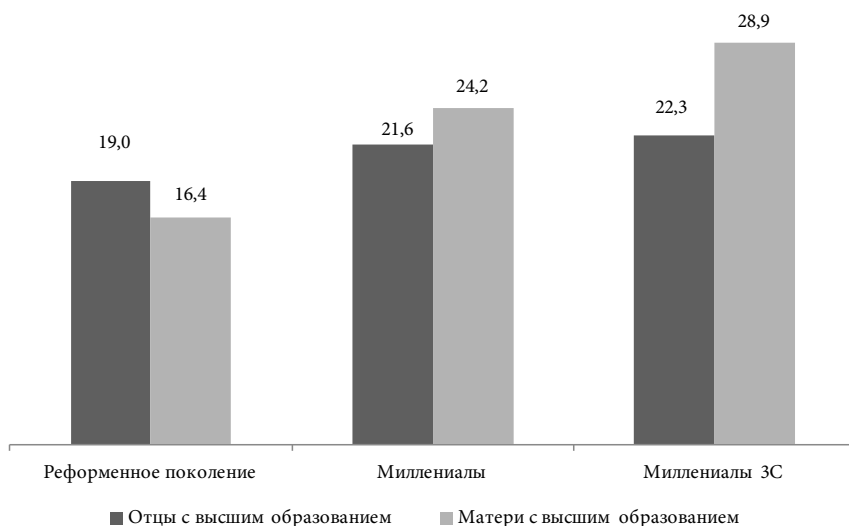
Другой важный показатель образованности и инструментальной оснащенности выражен *долей владеющих каким-либо иностранным языком*, помимо языков бывших республик СССР. Из нашего предыдущего исследования мы знаем, что в трех «советских» поколениях (мобилизационном, оттепели и застоя) эта доля различается слабо и находится на минимальном уровне, не превышая 10%. А начиная с реформенного поколения, она стремительно возрастает [8]. Разделив миллениалов на две возрастные когорты, мы видим, что миллениалы ЗС еще более ускорили этот тренд: в реформенном поколении в 2018 г. доля владеющих иностранными языками равнялась 18%, у старших миллениалов она поднимается до 28%, а у миллениалов ЗС наблюдается еще более серьезный скачок — до 42% (рис. 7). Причем он характерен для обоих полов: у мужчин доля выросла внутри поколения с 23 до 38%, а у женщин — с 33 до 46% (женщины и здесь проявляют большую образованность).

Мы можем заключить, что образовательные различия более заметны между поколениями, а распространенность владения иностранными языками ощутимее меняется внутри поколения (при сохранении межпоколенческих различий).

Различия в человеческом капитале респондентов, накопленном в процессе образования, могут быть обусловлены уровнем культурного капитала, который измеряется косвенно через *уровень образования родителей*. К сожалению, последний раз вопрос об образовании матери / отца или заменившего ее / его человека задавался в RLMS–HSE в 2011 г., но для нас в данном случае это неважно: уровень образования родителей у взрослых респондентов с годами меняется крайне незначительно, а респондентам на момент опроса было 15 лет.

Выяснилось, что доля отцов с высшим образованием при переходе от реформенного поколения к старшим миллениалам выросла с 19 до 22%. А у миллениалов ЗС эта доля фактически не увеличилась, прибавив всего полпроцента. Доля высокообразованных матерей возрастала значительно быстрее, и это для культурного капитала респондентов, видимо, даже более важно. Имели высшее образование у представителей реформенного поколения 16% матерей, у старших миллениалов и миллениалов ЗС — 24 и 29% матерей соответственно (см. рис. 8).

Корреляционный анализ показывает значимые межпоколенческие различия в обоих случаях и значимые внутр поколенческие различия только в случае матерей. Оговорим, что все эти различия демонстрируют неустойчивость при введении в анализ контрольных переменных.



**Рис. 8. Наличие высшего образования у родителей по поколениям, 2011 г. (n = 8914, %)**

Источник: RLMS–HSE.

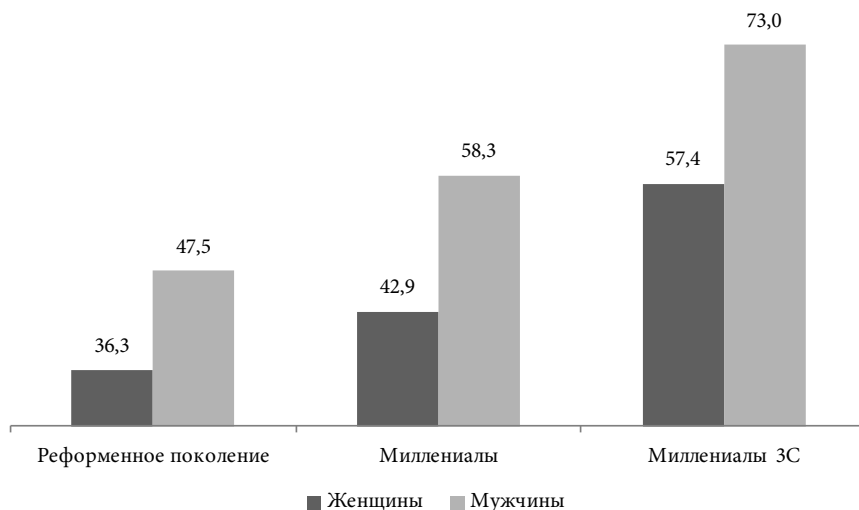
### Медленное взросление

Ранее уже не раз отмечалось, что миллениалы «отказываются взрослеть», откладывая на более поздние сроки принятие стратегических решений, которые в значительной степени определяют дальнейшую жизнь и сопряжены с принятием на себя личной ответственности без перекладывания ее на взрослых: выбор профессии, выход на работу, вступление в брак или постоянные отношения, появление детей, отдельное от родителей проживание [8]. Посмотрим, действительно ли более молодые люди откладывают поступки, которые ассоциируются со «взрослостью».

Сроки *вступления в брак* (официальный или гражданский) и образования собственной семьи, действительно, отодвигаются. По нашим данным, в 1998 г. при медианном возрасте 23 лет 41% респондентов из реформенного поколения еще никогда не образовывали семью (36% женщин и 48% мужчин). У старших миллениалов в аналогичном медианном возрасте в 2009 г. эта доля возрастает до половины (50%), включая 43% женщин и 58% мужчин. А у миллениалов 3С к 2018 г. происходит серьезный скачок до 65% (57% женщин и 73% мужчин), то есть две трети молодых людей еще никогда не вступали в брак (см. рис. 9).

Итак, доля тех, кто считает себя женатыми / замужними в медианном возрасте 23 лет, снижалась от поколения к поколению с 59 до 50, а потом и до 35%. И в этом видится нежелание молодых вступать в серьезные отношения. Мужчины задерживаются с образованием

семьи дольше, чем женщины, во всех рассмотренных поколениях. Аналогичные данные по отодвиганию медианного возраста вступления в брак были получены Pew Research Center для американского поколения миллениалов, у которых эта доля снизилась с 57 до 46% по сравнению с предшествующим поколением в сходном возрасте [14; 17].



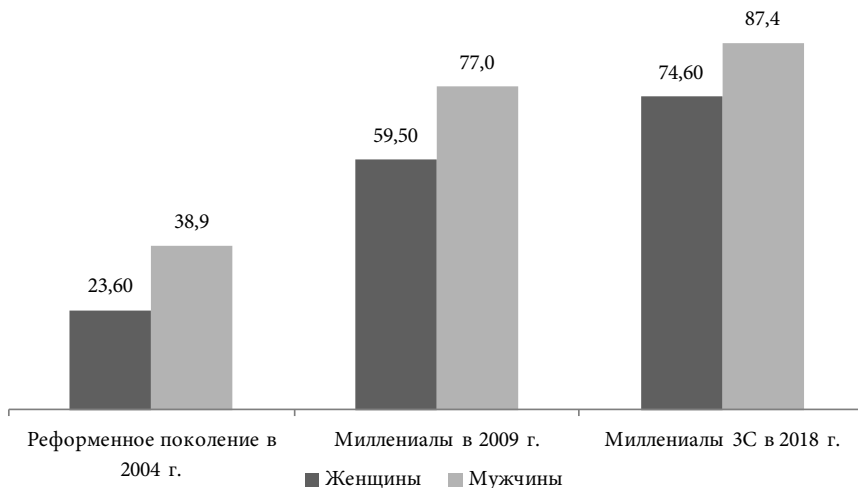
**Рис. 9. Доля респондентов по поколениям в медианном возрасте 23 лет, никогда не вступавших в брак, %**

Источник: RLMS–HSE.

Откладывается молодыми людьми и *рождение детей*. К сожалению, в 1998 г. вопрос о наличии детей (родных или официально усыновленных) не задавался, и мы можем для анализа взять реформенное поколение лишь в несколько более позднем возрасте, так что о межпоколенческих различиях здесь можно говорить с определенной долей условности. В 2004 г. не имели детей 31% представителей реформенного поколения (24% женщин и 39% мужчин), и эта доля значительно меньше, чем у поколения миллениалов в любые годы. Но важно, что и внутри поколения миллениалов обнаруживаются весьма заметные, статистически значимые и устойчивые различия (в том числе отдельно для женщин и мужчин). В 2009 г. не имели детей 67% старших миллениалов (60% женщин и 77% мужчин), в то время как среди миллениалов 3С в 2018 г. (в том же возрасте) не имели детей уже 81% респондентов, включая 75% женщин и 87% мужчин (см. рис. 10)<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Добавим, что вновь сходные данные были получены Pew Research Center для американских женщин-миллениалов в целом с применением того же самого ретроспективного подхода [22].

Исследования демографов подтверждают, что в последнее десятилетие на фоне общего роста рождаемости наблюдается сдвиг в сторону более позднего материнства, который, впрочем, касается только первородящих женщин (то есть более молодых) [2].



**Рис. 10. Доля респондентов, не имеющих детей, в медианном возрасте 23 лет, по поколениям, %**

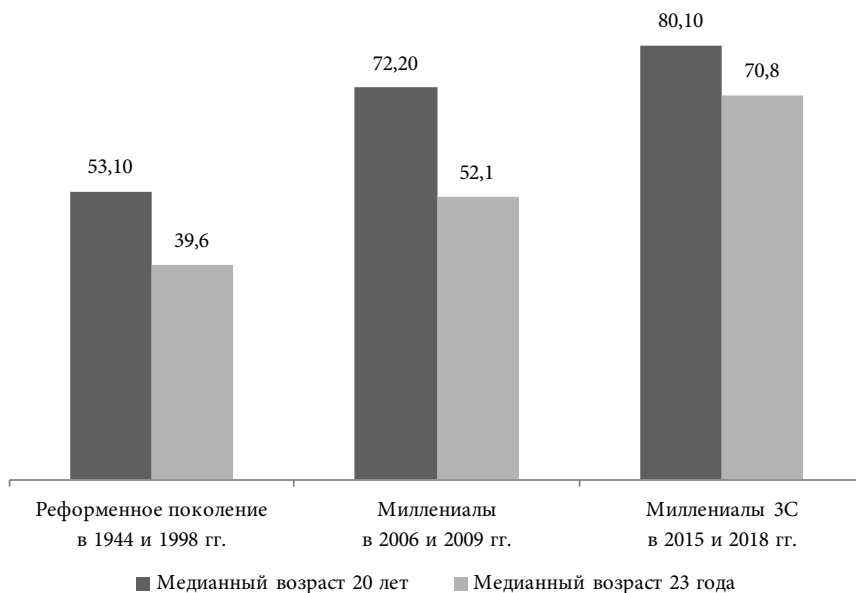
Источник: RLMS–HSE.

Рассмотрим другой сопряженный показатель, который ранее нами не привлекался: *об опыте беременности*. Вопрос формулировался так: «Вы были когда-либо беременны, даже если эта беременность длилась всего несколько недель?» и задавался каждый год женщинам в возрасте до 55 лет (через этот фильтр прошли все респонденты интересующих нас трех поколенческих групп). Мы вновь рассмотрели эти группы в аналогичном медианном возрасте 23 лет. Выяснилось, что в реформенном поколении никогда не были беременными в 1998 г. 40% женщин, среди старших миллениалов в 2009 г. — 52% женщин, а среди миллениалов ЗС в 2018 г. — уже 71% женщин (см. рис. 11). В результате мы наблюдаем явное отодвигание первого опыта беременности в более молодых поколенческих группах. И регрессионный анализ с множеством контрольных переменных показал устойчивость как межпоколенческих, так и внутрипоколенческих различий.

Дополнительно мы проанализировали различия по данному показателю в медианном возрасте 20 лет. Здесь межпоколенческие различия оказались более значительными, чем внутрипоколенческие. Не имели опыта беременности 53% девушек реформенного поколения в 1994 г., 72% девушек-миллениалов в 2006 г. и 80% девушек-миллениалов ЗС в 2015 г. Это означает, что в течение периода, когда медианный возраст



в каждом поколении вырос с 20 до 23 лет (активные фертильные годы), доля тех, у кого был хотя бы однократный опыт беременности, в реформенном поколении прибавила 13%, у старших миллениалов — 20%, а у миллениалов 3С — только 10%. По данному показателю в самой молодой возрастной группе мы тоже видим явное замедление.



**Рис. 11. Доля женщин, которые никогда не были беременными, в медианном возрасте 20 и 23 лет, по поколениям, %**

Источник: RLMS–HSE.

Возьмем еще один новый для нас показатель: делали ли женщины *аборт* в течение последних 12 месяцев перед участием в опросе. Здесь мы также наблюдаем отличие более молодых поколений. При приведении к одному медианному возрасту в соответствующие годы доля женщин, делавших аборт, снижается с 15% в реформенном поколении до 5% у старших миллениалов и до 2% у миллениалов 3С. Межпоколенческие различия здесь кажутся более явными, но статистическая значимость не обнаружена. Добавим, что, по демографическим данным, общее число прерванных беременностей в России с 1988 по 2015 г. упало в 5,5 раза [2]<sup>11</sup>.

Если говорить о возможных объяснениях, тренд к сокращению опыта беременности в молодых возрастах, как и любое другое сложное явление, наверняка обусловлен комплексом причин. Здесь может

<sup>11</sup> В этом отношении Россия также не уникальна. Например, в США подростковая беременность снизилась в 1990–2018 гг. в 3,6 раза, а удельное число прерванных беременностей в 1998–2013 гг. упало в 4,2 раза [24].

играть роль улучшение ситуации с применением контрацепции, но также вполне можно предположить и отодвигание срока, когда молодые люди решают вступить в серьезные отношения. Способно сыграть свою роль и общее снижение сексуальной активности, по которой в базе RLMS—HSE, к сожалению, не содержится данных. Но данные исследований по другим странам свидетельствуют о глобальном тренде: несмотря на либерализацию сексуальных норм, начало сексуальной жизни молодежи также откладывается, и это происходит наряду со снижением средней частоты сексуальных контактов [10; 11]. В США также растет доля женщин-миллениалов, которые откладывают деторождение при том, что общая доля бездетных женщин в конце фертильного возраста в стране сокращается с середины 2000-х гг. [22]. Не исключено, что Россия тоже «подключилась» к этому тренду.

Следует учесть, что откладывание беременности происходит на фоне общего *роста бездетности* в развитых странах как одной из характеристик второго демографического перехода в области рождаемости [21]. Исследование по странам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) показало, что доля бездетных женщин в конце фертильного периода (40–44 года) с середины 1990-х гг. до начала 2010-х выросла от 10% до трех раз в 10 из 12 стран, по которым приведены соответствующие данные<sup>12</sup>. Рост доли окончательно бездетных женщин продолжается и в России [2].

Установлено, что бездетность в большей мере не является результатом бесплодия, а порождается причинами социального характера. В связи с этим обратим внимание еще на один тренд, который проявился именно в последний период. Речь идет о *добровольной бездетности*, то есть о сознательном отказе от деторождения [3]. По данным опроса Левада-Центра, 8% российских женщин младше 45 лет и 9% мужчин младше 55 лет собираются остаться бездетными, что следует считать весьма значительной долей<sup>13</sup>.

Концепция чайлдфри (childfree) как предмет общественного движения была сформулирована еще в первой половине 1970-х гг. одной из американских феминистских организаций. Вскоре появилось и первое систематическое исследование этого феномена, возникшего на пересечении сексуальной и контрацептивной революций [28]. В России установка на добровольную бездетность начала распространяться уже в начале нового тысячелетия, хотя и не в виде общественного движения, а скорее, в форме онлайн-сообществ. Наверняка склонность

---

<sup>12</sup> См.: OECD Family Database // OECD. URL: <http://www.oecd.org/els/social/family/database.htm>

<sup>13</sup> См.: Желаемое и ожидаемое число детей. 25.11.2019 // Левада-Центр. Аналитический центр Юрия Левады. URL: <https://www.levada.ru/2019/11/25/zhelaemoe-i-ozhidaemoe-chislo-detej/>

к добровольной бездетности существовала в России и ранее, но она тщательно скрывалась: бравирование ею в советское время было делом почти немислимым. Сегодня же определенными группами (пусть пока немногочисленными) добровольная бездетность возводится в принцип, вызывающий у старших поколений как минимум недоумение.

Конечно, в откладывании деторождения и в добровольной бездетности проявляется упомянутое выше нежелание молодых людей брать на себя серьезную ответственность. Многих останавливают ожидаемые дополнительные финансовые расходы, которые порою кажутся неподъемными. Кто-то желает сохранить независимость и делать профессиональную карьеру. Кому-то просто хочется пожить для себя. Но иногда выражается и откровенно негативное отношение к деторождению и детям самим по себе. Здесь чайлдфри превращается в так называемый чайлдхейт (детоненавистничество), вызываемый, в частности, страхом перед родами, отвращением к материнству или боязнью женщин потерять сексуальную привлекательность.

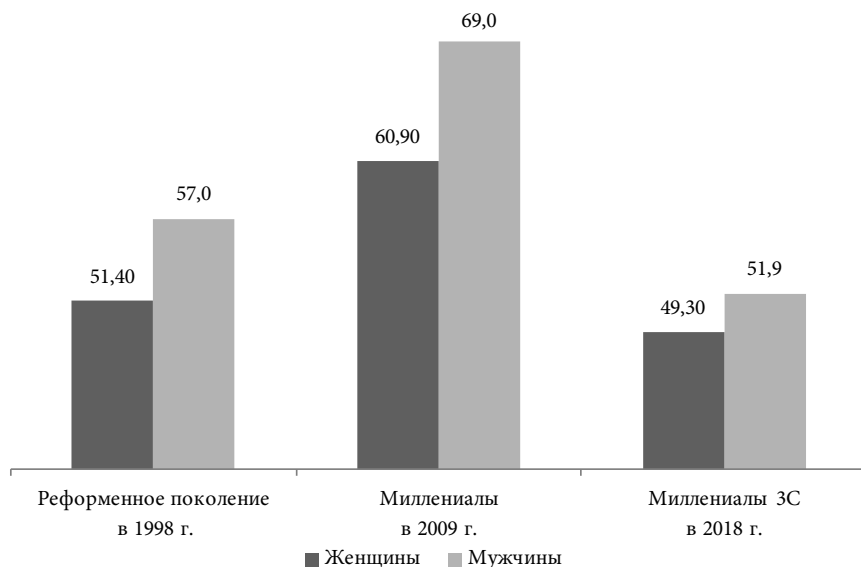
Еще одним важным признаком замедленного взросления следует считать увеличение возраста, в котором происходит *отделение от родителей*, и молодые люди переезжают в собственное жилье (купленное или арендованное). В базе RLMS–HSE таких данных, к сожалению, нет. Но, по результатам опроса Левада-Центра 2016 г., возрастает доля молодых россиян, предпочитающих жить с родителями, даже при возможности приобрести отдельную квартиру. И соответственно, снижается доля тех, кто однозначно хотел бы от них съехать [9]. Это тоже не чисто российское явление: в США, например, доля молодых взрослых, продолжающих жить с родителями, у миллениалов выросла в 2,5 раза по сравнению с предшествующим поколением X в аналогичном возрасте [14].

Наконец, ранее мы делали предположение о том, что молодым поколением откладывается и *выход на рынок труда* (отчасти с увеличением продолжительности образования). Мы рассмотрели долю тех, кто имел оплачиваемую занятость, когда каждое поколение было в одном и том же медианном возрасте 23 лет. Здесь картина оказалась сложнее. С одной стороны, резко снижается доля занятых при переходе от старших миллениалов к миллениалам 3С (с 65 до 51%)<sup>14</sup>, причем особо сильное падение наблюдается у мужчин (с 69 до 52%), но у женщин оно тоже заметно и статистически значимо (с 61 до 49%). С другой стороны, мы видим сравнительно низкий уровень оплачиваемой занятости у реформенного поколения в аналогичном возрасте — 54% (в том числе 51% женщин и 57% мужчин) (см. рис. 12).

Объяснение заключается в том, что при попытке нивелировать влияние возраста сразу возникает неконтролируемое влияние периода времени. И в данном случае оно могло быть существенным.

<sup>14</sup> Данные по сходным группам в США показывают падение занятости с 72 до 58% — уровень другой, но тренд идентичный [18].

Напомним, что середина 1990-х гг. — это турбулентные с экономической точки зрения годы, а 1998 г. — год жесткого экономического кризиса с четырехкратной девальвацией рубля (опрос проводился осенью, то есть вскоре после августовского обвала). Естественно, это могло повлиять и на уровень занятости интересующей нас более молодой группы, несколько задержав ее выход на рынок труда. Поэтому данные по занятости реформенного поколения оказываются относительно низкими. Достаточно сказать, что при первых же признаках экономического роста в 2000 г. уровень занятости в реформенном поколении в медианном возрасте 23 лет вырос с 54 до 66% и сравнялся с уровнем занятости более благополучных старших миллениалов в аналогичном возрасте. Далее общая доля занятых в реформенном поколении продолжала расти до кризиса 2008–2009 гг. Соответственно, снижение уровня занятости у миллениалов 3С по сравнению со старшими миллениалами в том же возрасте тоже могло произойти в числе прочего и под влиянием текущей экономической конъюнктуры, ведь как минимум с 2014 г. в России продолжалась рецессия. И хотя общая доля занятых миллениалов 3С в 2010-е гг. продолжала расти, их выход на рынок труда в ухудшающихся экономических условиях, видимо, был затруднен по сравнению с периодом 2000-х гг. Не исключено, что многими он мог откладываться из-за возросшего дефицита привлекательных рабочих мест.



**Рис. 12. Доля респондентов по поколениям в медианном возрасте 23 лет, имеющих оплачиваемую работу, %**

Источник: RLMS–HSE.

Итак, мы уже знали, что миллениалы не торопятся «взрослеть». Теперь у нас появилась возможность убедиться в том, что более молодые миллениалы ЗС усиливают эти тренды, значимо отличаясь от старших представителей того же поколения. Причем в обеих группах откладывание важных решений по отношению к семейной жизни более характерно для мужчин, а по отношению к трудовой занятости — для женщин.

### **Заключение к первой части**

Итак, к концу 2000-х годов на смену экономическому росту пришел затянувшийся спад российской экономики. Параллельно произошло массовое распространение новых цифровых технологий и пользовательских сервисов, коренным образом изменивших повседневную жизнь многих. Возникновение этой новой ситуации побудило нас к выделению в поколении миллениалов особой, более молодой, группы — миллениалов ЗС, которые в этот период вступали в формативные годы взросления.

Анализ эмпирических данных показал, что миллениалы ЗС, вполне ожидаемо, начинали пользоваться новыми цифровыми технологиями в более раннем (подростковом) возрасте и чаще пользуются ими сегодня. Они более образованы и имеют более образованных родителей. Миллениалы ЗС откладывают важные решения, которые ассоциируются со взрослостью, — вступление в брак, первая беременность и рождение детей, выход на рынок труда. Многие из указанных различий значительны, статистически значимы и сохраняют устойчивость при введении множества контрольных переменных или при приведении смежных поколений к аналогичному медианному возрасту. В большинстве рассмотренных случаев разрывы внутри поколения миллениалов наблюдаются при одновременном сохранении межпоколенческих различий — между реформенным поколением и старшими миллениалами, что подтверждает обе наши исходные гипотезы.

В последующей второй части статьи мы сравним наши поколенческие группы по частоте смене места работы и/или профессии, попыткам организовать собственное дело, распространенности и объему потребления алкоголя и курения, отношению к здоровому образу жизни, структуре основных форм досугового поведения, уровню религиозности и уровню субъективного благополучия, а также сформулируем итоговые выводы исследования.

*(Окончание статьи — в следующем номере.)*

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Бочавер А.А., Жилинская А.В., Хломов К.Д. Перспективы современных подростков в контексте жизненной траектории // Современная зарубежная психология. 2016. Том 5. № 2. С. 31–38.

2. Вишневский А.Г., Захаров С.В. Заключение // Население России 2017: двадцать пятый ежегодный демографический доклад / Под ред. С.В. Захарова. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2019. С. 459–477. DOI: 10.17323/978-5-7598-2124-3
3. Ломакин И.В. Чайлдфри или добровольно бездетные? К переопределению концептуального поля исследований не-родительства в России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 6. С. 394–436. DOI: 10.14515/monitoring.2019.6.20
4. Мангейм К. Проблема поколений // Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений. Состязательность. Экономические амбиции / [Пер. с англ. Е.Я. Додина]. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 8–63.
5. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33. DOI: 10.7868/S0132162518030029
6. Радаев В.В. Прошай, советский простой человек! // Общественные науки и современность. 2018. № 3. С. 51–65. DOI: 10.7868/S0869049918030048
7. Радаев В.В. Городские и сельские миллениалы: неоднородность нового поколения // Вопросы экономики. 2019. № 7. С. 5–28. DOI: 10.32609/0042-8736-2019-7-5-28
8. Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. 2-е изд. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2020 (2019). — 224 с.
9. Рувинский В. Расцвет инфантов: Как неготовность граждан взрослеть тормозит развитие экономики // Коммерсант-Деньги. 2016. 29 августа [электронный ресурс]. Дата обращения 06.07.2020. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3070259>
10. Соколов М.М. Поколения вместо классов? Возраст и потребительская революция в России // Социология власти. 2019. Том 31. № 1. С. 71–91. DOI: 10.22394/2074-0492-2019-1-71-91
11. 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.
12. Arnett J.J. Emerging Adulthood. A theory of development from the late teens through the twenties // American Psychologist. 2000. Vol. 55. No. 5. P. 469–480. DOI: 10.1037/0003-066X.55.5.469
13. Bennett S., Maton K., Kervin L. The “digital natives” debate: A critical review of the evidence // British Journal of Educational Technology. 2008. Vol. 39. No. 5. P. 775–786. DOI: 10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x
14. Bialik C., Fry R. Millennial life: How young adulthood today compares with prior generations. Washington DC: Pew Research Center, 2019 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/essay/millennial-life-how-young-adulthood-today-compares-with-prior-generations/>
15. Bolton R.N., Parasuraman A., Hoefnagels A., Migchels N., Kabadayi S., Gruber T., Komarova Y., Solnet L.D. Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda // Journal of Service Management. 2013. Vol. 24. No. 3. P. 245–267. DOI: 10.1108/09564231311326987

16. *Campbell W.K., Campbell S.M., Siedor L.E., Twenge J.M.* Generational differences are real and useful // *Industrial and Organizational Psychology*. 2015. Vol. 8. No. 3. P. 324–331. DOI: 10.1017/iop.2015.43
17. *Fry R., Igielnik R., Patten E.* How Millennials today compare with their grandparents 50 years ago. Washington DC: Pew Research Center, 2018 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/16/how-millennials-compare-with-their-grandparents/>
18. *Fry R., Parker K.* Early Benchmarks Show ‘Post-Millennials’ on Track to Be Most Diverse, Best-Educated Generation Yet. Washington DC: Pew Research Center, 2018 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/2018/11/15/early-benchmarks-show-post-millennials-on-track-to-be-most-diverse-best-educated-generation-yet/>
19. *Jiang J.* Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life. Washington DC: Pew Research Center, 2018 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/05/02/millennials-stand-out-for-their-technology-use-but-older-generations-also-embrace-digital-life/>
20. *Krosnick J.A., Alwin D.F.* Aging and susceptibility to attitude change // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1989. Vol. 57. P. 416–425. DOI: 10.1037/0022-3514.57.3.416
21. *Lesthaeghe R.J.* The Unfolding Story of the Second Demographic Transition // *Population and Development Review*. 2010. Vol. 36. No. 2. P. 211–251. DOI: 10.1111/j.1728-4457.2010.00328.x
22. *Livingston M.* Childlessness. Washington DC: Pew Research Center, 2015 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/2015/05/07/childlessness/>
23. *Livingston G.* More than a million Millennials are becoming moms each year. Washington DC: Pew Research Center, 2018 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/05/04/more-than-a-million-millennials-are-becoming-moms-each-year/>
24. *Livingston G., Thomas D.* Why is the teen birth rate falling? Washington DC: Pew Research Center, 2019 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: [https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/08/02/why-is-the-teen-birth-rate-falling/ft\\_19-08-02\\_teenbirths\\_us-teen-birth-rate-fallen-over-time/](https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/08/02/why-is-the-teen-birth-rate-falling/ft_19-08-02_teenbirths_us-teen-birth-rate-fallen-over-time/)
25. *Radaev V., Roshchina Ya.* Young cohorts of Russians drink less: Age-period-cohort modelling of alcohol use prevalence, 1994–2016 // *Addiction*. 2019. Vol. 114. No. 5. P. 823–835. DOI: 10.1111/add.14535
26. *Radaev V., Roshchina Ya., Salnikova D.* The Decline in Alcohol Consumption in Russia from 2006 to 2017: Do Birth Cohorts Matter? // *Alcohol and Alcoholism*. 2020. Vol. 55 (3). P. 323–335. DOI: 10.1093/alcalc/aga017
27. *Taylor K., Silver L.* Smartphone ownership is growing rapidly around the world, but not always equally. Washington DC: Pew Research Center, 2019 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewglobal.org/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/>
28. *Veevers J.E.* Childless by choice. Toronto: Butterworth, 1980. — 220 p.
29. *Vogels E.A.* Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life. Washington DC: Pew Research Center,

- 2019 [online]. Accessed 06.07.2020. URL: [https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/?utm\\_source=Pew+Research+Center&utm\\_campaign=e5e757f24b-EMAIL\\_CAMPAIGN\\_2019\\_09\\_12\\_08\\_58&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_3e953b9b70-e5e757f24b-400519017](https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=e5e757f24b-EMAIL_CAMPAIGN_2019_09_12_08_58&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-e5e757f24b-400519017)
30. Yang Y., Land K.C. Age-period-cohort analysis of repeated cross-section surveys: Fixed or random effects? // *Sociological Methods and Research*. 2008. Vol. 36. P. 297–326. DOI: 10.1177/0049124106292360

Дата поступления: 06.05.2020.

---

**SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2020.**  
**VOL. 26. NO. 3. P. 30–63.** DOI: 10.19181/socjour.2020.26.3.7395

*V.V. RADAEV*

National Research University Higher School of Economics,  
Moscow, Russian Federation.

**Vadim V. Radaev** — Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Laboratory for Studies in Economic Sociology, First Vice-Rector, National Research University Higher School of Economics. **Address:** 11, Pokrovsky boulevard, 109028, Moscow, Russian Federation. **Phone:** +7 (495) 628-48-86. **Email:** radaev@hse.ru

**THE DIVIDE AMONG THE MILLENNIAL GENERATION:  
HISTORICAL AND EMPIRICAL JUSTIFICATIONS. (PART ONE)**

*Abstract.* This article is about developing a sociological approach towards generational cohort analysis. The previously examined generation of millennials is divided into two age cohorts. A specific group of so-called “3S” millennials (“smartphones”, “social media”, “slump in the economy”) is distinguished. This younger generation entered their period of adulthood starting in the year of 2008, which was marked by continuous economic recession and a broad dissemination of new technologies and digital consumer services. Data was gathered from the annual Russian Longitudinal Monitoring Survey (RLMS–HSE) for the years 1994–2018. The obtained results show a divide within the millennial generation, measured by a multiplicity of social indicators along with the preservation of many inter-generational differences. In part one of the paper published in this issue of the journal, we reveal that the younger “3S” generation of millennials has been dealing with new digital technologies since their early adolescent years. They are better educated, have more educated parents, and often postpone important decisions like marriage, first pregnancy, having children, employment in the labor market. Many intra- and intergenerational differences remain stable during the observation period when controlling for age and other standard variables.

*Keywords:* social shifts; generational cohort analysis; millennials; population surveys; Russia.

**For citation:** Radaev V.V. The Divide among the Millennial Generation: Historical and Empirical Justifications. (Part one). *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2020. Vol. 26. No. 3. P. 30–63. DOI: 10.19181/socjour.2020.26.3.7395



## REFERENCES

1. Bochaver A.A., Zhilinskaya A.V., Khlomov K.D. Perspectives of the modern adolescents in the context of life trajectory. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya*. 2016. Vol. 5. No. 2. P. 31–38. (In Russ.)
2. Vishnevskii A.G., Zakharov S.V. Afterword. *Naselenie Rossii 2017: dvadtsat' pyatyi ezhegodnyi demograficheskii doklad*. [Population of Russia: XXV annual demographic report.] Ed. by S.V. Zakharov. Moscow: Izd. dom NIU VShE publ., 2019. P. 459–477. DOI: 10.17323/978-5-7598-2124-3 (In Russ.)
3. Lomakin I.V. Childfree or voluntary childless? Redefinition of the conceptual research field of the non-parenting in Russia. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2019. No. 6. P. 394–436. DOI: 10.14515/monitoring.2019.6.20 (In Russ.)
4. Mannheim K. The Problem of Generations. *Ocherki sotsiologii znaniya: Problema pokolenii. Sostyazatel'nost'. Ekonomicheskie ambitsii*. [Essays on the Sociology of Knowledge: The Problem of Generations. Competitiveness. Economic ambitions.] [Transl. from Eng. by E.Ya. Dodin.] Moscow: INION RAN publ., 2000. P. 8–63. (In Russ.)
5. Radaev V.V. Millennials compared to previous generations: An empirical analysis. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2018. No. 3. P. 15–33. DOI: 10.7868/S0132162518030029 (In Russ.)
6. Radaev V.V. Farewell to the Soviet ordinary man. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. 2018. No. 3. P. 51–65. DOI: 10.7868/S0869049918030048 (In Russ.)
7. Radaev V.V. Urban and rural millennials: Heterogeneity of the new generation. *Voprosy ekonomiki*. 2019. No. 7. P. 5–28. DOI: 10.32609/0042-8736-2019-7-5-28 (In Russ.)
8. Radaev V.V. *Millenialy: kak menyaetsya rossiiskoe obshchestvo*. [Millennials: How Russian society is being changed]. 2nd ed. Moscow: Izd. dom NIU VShE publ., 2020 (2019). 224 p. (In Russ.)
9. Rouvinsky V. Flourishing infants: how unreadiness of citizens for adulthood inhibits the economic development. *Kommersant-Den'gi*. 2016. August 29. Assessed 06.07.2020. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3070259> (In Russ.)
10. Sokolov M.M. Generations instead of classes? Age and consumer revolution in Russia. *Sotsiologiya vlasti*. 2019. Vol. 31. No. 1. P. 71–91. DOI: 10.22394/2074-0492-2019-1-71-91 (In Russ.)
11. Twenge J.M. iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood. [Russ. ed.: *Pokolenie I. Pochemu pokolenie Interneta utratilo buntarskii dukh, stalo bolee tolerantnym, menee schastlivym — i absolyutno ne gotovym ko vzosloi zhizni\** \*i kto eto znachit dlya vsekh ostal'nykh. Transl. from Eng. by A. Tolmachev. Moscow: Ripol-Klassik publ., 2019. 406 p.]
12. Arnett J.J. Emerging Adulthood. A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*. 2000. Vol. 55. No. 5. P. 469–480. DOI: 10.1037/0003-066X.55.5.469
13. Bennett S., Maton K., Kervin L. The “digital natives” debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*. 2008. Vol. 39. No. 5. P. 775–786. DOI: 10.1111/j.1467-8535.2007.00793.x
14. Bialik C., Fry R. Millennial life: How young adulthood today compares with prior generations. *Washington DC: Pew Research Center, 2019*. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/essay/millennial-life-how-young-adulthood-today-compares-with-prior-generations/>
15. Bolton R.N., Parasuraman A., Hoefnagels A., Migchels N., Kabadayi S., Gruber T., Komarova Y., Solnet L.D. Understanding Generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*. 2013. Vol. 24. No. 3. P. 245–267. DOI: 10.1108/09564231311326987

16. Campbell W.K., Campbell S.M., Siedor L.E., Twenge J.M. Generational differences are real and useful. *Industrial and Organizational Psychology*. 2015. Vol. 8. No. 3. P. 324–331. DOI: 10.1017/iop.2015.43
17. Fry R., Igielnik R., Patten E. *How Millennials today compare with their grandparents 50 years ago*. Washington DC: Pew Research Center, 2018. Accessed 06.07.2020. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/03/16/how-millennials-compare-with-their-grandparents/>
18. Fry R., Parker K. *Early Benchmarks Show 'Post-Millennials' on Track to Be Most Diverse, Best-Educated Generation Yet*. Washington DC: Pew Research Center, 2018. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/2018/11/15/early-benchmarks-show-post-millennials-on-track-to-be-most-diverse-best-educated-generation-yet/>
19. Jiang J. *Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life*. Washington DC: Pew Research Center, 2018. Accessed 06.07.2020. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/05/02/millennials-stand-out-for-their-technology-use-but-older-generations-also-embrace-digital-life/>
20. Krosnick J.A., Alwin D.F. Aging and susceptibility to attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1989. Vol. 57. P. 416–425. DOI: 10.1037/0022-3514.57.3.416
21. Lesthaeghe R.J. The Unfolding Story of the Second Demographic Transition. *Population and development review*. 2010. Vol. 36. No. 2. P. 211–251. DOI: 10.1111/j.1728-4457.2010.00328.x
22. Livingston M. *Childlessness*. Washington DC: Pew Research Center, 2015. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/2015/05/07/childlessness/>
23. Livingston G. *More than a million Millennials are becoming moms each year*. Washington DC: Pew Research Center, 2018. Accessed 06.07.2020. URL: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/05/04/more-than-a-million-millennials-are-becoming-moms-each-year/>
24. Livingston G., Thomas D. *Why is the teen birth rate falling?* Washington DC: Pew Research Center, 2019. Accessed 06.07.2020. URL: [https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/08/02/why-is-the-teen-birth-rate-falling/ft\\_19-08-02\\_teenbirths\\_us-teen-birth-rate-fallen-over-time/](https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/08/02/why-is-the-teen-birth-rate-falling/ft_19-08-02_teenbirths_us-teen-birth-rate-fallen-over-time/)
25. Radaev V., Roshchina Ya. Young cohorts of Russians drink less: Age-period-cohort modelling of alcohol use prevalence, 1994–2016. *Addiction*. 2019. Vol. 114. No. 5. P. 823–835. DOI: 10.1111/add.14535
26. Radaev V., Roshchina Ya., Salnikova D. The Decline in Alcohol Consumption in Russia from 2006 to 2017: Do Birth Cohorts Matter? *Alcohol and Alcoholism*. 2020. Vol. 55 (3). P. 323–335. DOI: 10.1093/alcac/agaa017
27. Taylor K., Silver L. *Smartphone ownership is growing rapidly around the world, but not always equally*. Washington DC: Pew Research Center, 2019. Accessed 06.07.2020. URL: <https://www.pewglobal.org/2019/02/05/smartphone-ownership-is-growing-rapidly-around-the-world-but-not-always-equally/>
28. Veivers J.E. *Childless by choice*. Toronto: Butterworth, 1980. 220 p.
29. Vogels E.A. *Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life*. Washington DC: Pew Research Center, 2019. Accessed 06.07.2020. URL: [https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/?utm\\_source=Pew+Research+Center&utm\\_campaign=e5e757f24b-EMAIL\\_CAMPAIGN\\_2019\\_09\\_12\\_08\\_58&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_3e953b9b70-e5e757f24b-400519017](https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/?utm_source=Pew+Research+Center&utm_campaign=e5e757f24b-EMAIL_CAMPAIGN_2019_09_12_08_58&utm_medium=email&utm_term=0_3e953b9b70-e5e757f24b-400519017)
30. Yang Y., Land K.C. Age-period-cohort analysis of repeated cross-section surveys: Fixed or random effects? *Sociological Methods and Research*. 2008. Vol. 36. P. 297–326. DOI: 10.1177/0049124106292360