

**В.В. РАДАЕВ**

## **МИЛЛЕНИАЛЫ НА ФОНЕ ПРЕДШЕСТВУЮЩИХ ПОКОЛЕНИЙ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

---

*РАДАЕВ Вадим Валерьевич – доктор экономических наук, профессор, руководитель Лаборатории экономико-социологических исследований, первый проректор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (radaev@hse.ru).*

---

**Аннотация.** Обосновывается идея социального перелома в современной России, вызванного сменой поколений. Развивается социологический подход к анализу поколений. На основе оригинальной классификации поколений, построенной по историческим условиям в период взросления, исследуется межпоколенческая динамика по широкому набору социальных показателей. Особый фокус делается на поколении миллениалов, вступивших в период взросления в 2000-е годы. Используются данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (1994–2016). На основе корреляционного, регрессионного анализа и использования ретроспективного метода, приводящего соседние поколения к единому возрастному уровню, зафиксирована устойчивая значимость межпоколенческих различий в планировании семьи, использовании цифровых технологий, приверженности здоровому образу жизни, уровне религиозности и оценке своего субъективного благополучия. Выявлены случаи, когда миллениалы ускоряют ранее сложившиеся тренды и когда они обеспечивают их перелом.

**Ключевые слова:** социальный перелом • межпоколенческие различия • миллениалы • опросы населения • Россия

DOI: 10.7868/S0132162518030029

### **Введение**

Мы живем в эпоху социального перелома. В отличие от 1990-х гг., в России в 2000-е гг. он не связан непосредственно с радикальными политическими или экономическими преобразованиями, а напротив, происходит в отсутствие серьезных реформ, в период стабилизации и сопряжен скорее со сменой поколений – приходом молодых людей с другими поведенческими практиками и способами восприятия окружающего. Конечно, смена поколений происходит периодически и не является чем-то экстраординарным. Возрастные различия более или менее значимы в любое время, но мы полагаем, что именно сейчас они становятся более актуальными, выходя за рамки обычной коллизии отцов и детей. Происходят (во многом уже произошли) важные социальные сдвиги, которые скажутся в будущем и на последующих поколениях. Представители социальных наук рискуют упустить это – отчасти в силу чрезмерного фокусирования на политических противостояниях и экономических катаклизмах, отчасти по традиционному увлечению анализом структурных параметров или ценностей, которые относительно ригидны и часто не позволяют уловить происходящие изменения.

Наблюдаемый сегодня социальный перелом в значительной мере является наследием постсоветских политических и экономических реформ 1980–1990-х гг., потребовался определенный временной лаг, чтобы более молодые поколения, вошедшие в новую жизнь без старого багажа, повзрослели и, освоив новые цифровые и сетевые технологии, начали деятельно воспроизводить новые практики, делая социальные сдвиги

---

Статья выполнена при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ. Мы благодарим за помощь Е.А. Назарбаеву, за важные комментарии Д.Х. Ибрагимову, З.В. Котельникову, И.В. Павлючкина, Я.М. Роцину, Д.С. Сальникову.

необратимыми. Это вторая волна изменений – менее шумная и не всегда четко различимая, но не менее важная по своим долгосрочным последствиям.

В данной работе мы исходим из того, что важнее сравнивать поколения, проходящие через аналогичный жизненный цикл, нежели возрастные когорты как таковые. Мы начнем с социологического подхода к анализу поколений и на его основе предложим собственную классификацию поколений в современной России. В эмпирической части на данных RLMS-HSE проанализируем, как меняется ситуация от поколения к поколению, насколько плавными оказываются эти изменения или сопровождаются резкими переломами сложившихся тенденций. При этом в большей степени мы сконцентрируемся на самом молодом из взрослых поколений – поколении миллениалов, которое привлекает к себе повышенное внимание. Цель статьи заключается в том, чтобы проанализировать, действительно ли они отличаются от своих предшественников, насколько серьезны и значимы их отличия, в каких случаях молодое поколение ускоряет сложившиеся ранее тренды, а в каких случаях оказывается в точках их перелома?

### Как подходить к анализу поколений

Возраст является исходной, но не достаточной характеристикой поколения в социологическом смысле. Если мы хотим рассматривать поколения не как сугубо статистические, а как реальные социальные группы, мы должны дополнить демографический подход историко-культурным, где под поколением понимается не просто возрастная когорта, но в первую очередь группа людей, совместно переживших какие-то важные исторические события, и в силу этого демонстрирующие общность восприятий и практик поведения [Семенова, 2003]. Когортный же анализ при этом сохраняет свое значение, но используется для более детального и дифференцированного анализа социальной динамики, подразумевая, что каждое поколение включает несколько возрастных когорт [Ибрагимова, 2014; Науэн, 2006].

Социологический анализ проблемы поколений, как правило, начинается со ссылок на классический текст К. Мангейма, который считал, что феномен поколений представляет собой один из основных генетических факторов динамики исторического развития. В исходной точке «поколение» как социальный феномен представляет собой «особый тип тождественности местонахождения», определяемый единством возраста. Но, по мнению Мангейма, «быть современниками – значит подвергаться одинаковым влияниям, а не просто проживать в том же хронологическом периоде» [Мангейм, 2000: 15]. Одновременность приобретает социологическую значимость только тогда, когда люди участвуют в одних и тех же исторических и социальных событиях, разделяют общую судьбу и общие идеи. Сопереживание этих событий приводит к тому, что Мангейм определяет как «усвоение формообразующих принципов интерпретации новых впечатлений и событий, отвечающих предустановленному группой шаблону» [Мангейм, 2000: 40]. Заметим попутно, что по сути это близко понятию «габитуса» [Бурдые, 1998].

На этой концептуальной основе сформировалась теория поколенческих когорт (Generational Cohort Theory), начало которой, как считается, было положено Н. Райдером [Ryder, 1965]. Затем Р. Инглхарт разделил послевоенные поколения на материалистически и постматериалистически ориентированные [Inglehart, 1977]. На рубеже 1990-х гг. появились более дробные деления поколений, каждое из которых охватывало период 15–20 лет, и которые с тех пор используются как базовый инструмент (среди наиболее известных, см.: [Strauss, Howe, 1991; Becker, 1992]). Было выделено и особо интересующее нас в данной работе поколение миллениалов [Howe, Strauss, 2000]. В России социологический подход к анализу поколений также нашел себе применение в ряде работ [Савельева, Полетаев, 1997; Семенова, 2003, 2005; Глотов, 2004; Левада, Шанин, 2005; Иванова, 2012], наряду с множеством исследований на пересечении демографии и социологии [Урланис, 1968; Вишневский, 2006].

Исследовать представителей отдельных поколений (например, подростков или студентов), на наш взгляд, не слишком продуктивно: целесообразно сравнивать их с предшествующими поколениями – в текущий момент или лучше помещая предшественников в ту же фазу жизненного цикла в некотором прошлом. Для проведения таких сравнений и анализа межпоколенческой динамики нам нужно провести границы между поколениями. Мы солидарны с позицией, что разграничивать их нужно не по годам рождения и равными когортами с пятилетним или десятилетним шагом, как это принято в демографии [Вишневецкий, 2006], а по периодам, когда представители того или иного поколения вступают во взрослую жизнь. Именно условия, в которых происходил процесс взросления, и определяют характер того или иного поколения.

При всех вариациях в литературе, формативные годы для каждого поколения, как правило, определяются возрастным интервалом от 17 до 25 лет<sup>1</sup>. Это так называемые «впечатлительные годы» (*impressionable years*), когда люди более всего восприимчивы к социальным изменениям. Опыт, накопленный в процессе социализации именно в этот период, оказывает фундаментальное формирующее влияние на всю оставшуюся жизнь, в течение которой люди становятся менее восприимчивыми к изменениям. Добавим, что гипотеза наиболее «впечатлительных лет» успешно проходила эмпирическую проверку (см., например: [Krosnick, Alwin, 1989]). Выделяется даже особый период между подростковым возрастом и ранним взрослым возрастом – его называют периодом «возрождения» (*emerging adulthood*) между 18 и 25 годами, когда молодые люди по многим параметрам отличаются от подростков, но их еще нельзя считать взрослыми [Arnett, 2000; Бочавер и др., 2016].

При эмпирическом определении границ между поколениями принято выделять крупные исторические события или процессы, фиксируемые в памяти тех или иных поколений в качестве центральных. Это означает, в частности, что классификация поколений должна формироваться применительно к историческим условиям конкретной страны или, по крайней мере, корректироваться применительно к этим условиям. В российской истории последнего столетия есть относительно четкие вехи, которые позволяют выделять поколения более или менее сходным образом: Великая Отечественная война – период оттепели – период застоя – перестройка и либеральные реформы – период стабилизации. Поэтому несмотря на различия подходов, границы поколений проводятся сходными способами [Левада, 2001; Семенова, 2003; Иванова, 2012]. Тем не менее границы поколений требуют, на наш взгляд, некоторых уточнений, и при естественных пересечениях с предшествующими исследованиями, предложенная нами ниже классификация от них несколько отличается.

## Пять эпох – пять поколений

При классификации современных российских поколений мы фиксируем два интервала: годы рождения и годы вступления во взрослую жизнь. Причем, критериальным для нас выступает именно период взросления (17–25 лет), когда молодые люди закончили школу, приступили к работе или поступили в университет, начали формировать собственные семьи и получили хотя бы относительную финансовую самостоятельность. Следующий вопрос: определение поколенческого шага, который обычно устанавливается на уровне 15–20 лет. Поскольку исторические процессы имеют разную продолжительность, поколенческие шаги также оказываются неровными, варьируя в нашем случае от 8 лет до 21 года.

Всего нами выделено шесть поколений. Самое старшее из них появилось на свет до 1938 г., то есть до Великой Отечественной войны в период сталинской мобилизации

---

<sup>1</sup> Мангейм, например, указывал, что именно в этот период (начиная с 17 лет) у человека появляется «возможность, действительно, озадачиваться, раздумывать», начинать экспериментировать со своей жизнью [Мангейм, 2000: 34].

и взрослоло в период войны и послевоенного восстановительного десятилетия (1941–1956). Мы назвали это поколение «мобилизационным». Его называют также молчаливым поколением (silent generation) [Becker, 1992], но к российскому опыту это не вполне применимо.

Второе поколение родилось в военный период (1939–1946) и входило во взрослую жизнь в период хрущевской оттепели (1956–1964), поэтому оно названо нами «поколением оттепели». Именно из этого поколения вышло значительное количество «шестидесятников», активно проявивших себя позднее уже в значительно более зрелом возрасте – в период демократических и либеральных реформ 1980–1990-х гг.

Третье поколение родилось в послевоенный период (1947–1967), а взрослоло в годы брежневского застоя (1964–1984). Мы назвали его «поколением застоя». Иногда его также называют поколением «бэби бумеров» [Strauss, Howe, 1991; Howe, Strauss, 2000; Brosdahl, Carpenter, 2011].

Четвертое поколение появилось на свет в период застойного зрелого социализма, а во взрослую жизнь входило в период горбачевской перестройки и последующих либеральных реформ (1985–1999). В нашей классификации это «реформенное поколение». Другое его известное название – поколение X, или Неизвестное поколение [Howe, Strauss, 2000].

Пятое поколение (миллениалы, или поколение Y) родилось преимущественно в период реформ (1982–2000), но их взросление происходило в России уже в куда более стабильный и относительно благополучный период – с начала нового тысячелетия.

Наконец, в 2000-е гг. на свет появляется самое молодое поколение, которое пока называют поколением Z (или центениалами) и которое еще только начинает вступать в период своего взросления (см. табл. 1).

Таблица 1

**Классификация российских поколений**

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

## Источники данных и методология

В качестве основного источника мы используем данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)<sup>2</sup>. При кроссекционном анализе текущих межпоколенческих различий нами используются данные 25-й волны (2016, 14943 респондента), при анализе динамики этих различий – объединенный массив, включающий все доступные волны (1994–2016, 258366 респондентов). Представителей самого молодого поколения Z, которым в 2016 г. исполнилось 15 лет, мы из анализа исключаем, их период взросления еще только начинается. Заметим, что в выборке RLMS-HSE

<sup>2</sup> Мониторинг представляет собой ежегодные общенациональные репрезентативные опросы индивидов и домашних хозяйств, проводимых на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки. RLMS-HSE проводится НИУ ВШЭ и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии ФНИСЦ РАН (<http://www.cpc.unc.edu/projects/rfms> и <http://www.hse.ru/rfms>).

поколение миллениалов с 2014 г. является по доле самым крупным поколением, достигнув к 2016 г. 31,5%, а в объединенном массиве его доля составляет 20% (см. табл. 2).

Мы использовали корреляционный анализ для поиска отличий поколения миллениалов от предшествующих поколений по ряду существенных параметров, определяющих поведение и восприятие людей, чтобы представить если не целостную, то по крайней мере разностороннюю картину изменений. Речь пойдет об использовании современных цифровых технологий, потреблении алкоголя и отношении к здоровому образу жизни, уровне религиозности и оценке своего субъективного благополучия. Параметры отбирались так, что они отражали разные стороны жизни. И, конечно, их набор ограничен наличием данных в RLMS-HSE. Каждый из отобранных параметров заслуживает специального анализа и может быть предметом отдельных работ, в этом смысле данная статья имеет постановочный характер.

Таблица 2

Характеристики поколений в массиве данных RLMS-HSE

Поколения	Медианный возраст в 1994–2016 гг., лет	Численность в выборке (объединенный массив), чел.
Мобилизационное поколение	65–81	34748
Поколение оттепели	52–74	18912
Поколение застоя	37–58	87656
Реформенное поколение	19–41	65407
Поколение миллениалов	7–27	51643

Существует объективная трудность разделения эффектов поколения и возраста. Чтобы элиминировать прямое влияние возраста, в ряде случаев нами проводился ретроспективный анализ. Мы сравнивали соседние поколения, выбирая те годы, в которые предшествующему поколению было столько же полных лет (медиана), сколько последующему поколению в 2016 г. Для мобилизационного поколения – это 2006 г., для поколения оттепели – 2000 г., для поколения застоя – 1998 г., для реформенного поколения – 2002 г. Данные RLMS-HSE охватывают лишь четверть века, и привести все поколения к одному возрастному порогу они не позволяют. Но при сравнениях нас интересуют преимущественно именно соседние поколения, которые ближе друг к другу и по возрасту, и по историческим событиям. Вдобавок между ними в первую очередь происходит передача значимых культурных кодов.

Для проверки устойчивости межпоколенческих различий, кроме парных корреляций, во всех случаях мы использовали логистический регрессионный анализ. В качестве зависимых переменных использовались дихотомические переменные, фиксирующие наличие или отсутствие признака у разных поколений, а в число независимых переменных, вместе с категориальной поколенческой переменной, включался набор стандартных контрольных переменных, в том числе: возраст и квадрат возраста, гендер, семейный статус (нахождение в официальном или гражданском браке), уровень образования, наличие постоянной занятости, уровень дохода (натуральный логарифм), место проживания (городские или сельские поселения), этничность (русские или другие национальности). Проверка производилась на массиве 2016 г. и на объединенном массиве данных (все волны). В последнем случае в число контрольных переменных добавлялось временное измерение (годы). В силу ограничений объема данной работы, регрессионные коэффициенты в ней не приводятся.

## Откладывание взросления

Начнем с того, что миллениалы заметно откладывают до более позднего возраста многие поступки, которые ассоциируются со «взрослостью» – вступление в брак,

рождение детей, выход на рынок труда. Так, в 2016 г. при медианном возрасте 27 лет лишь чуть более половины представителей поколения миллениалов (54,4%) считали себя женатыми/замужем (включая гражданские браки), а 41,3% из них еще никогда не образовывали семью. Если сравнить это с ситуацией предшествующего реформенного поколения в 2002 г., когда его медианный возраст был аналогичным – женатыми/замужем себя считали 68,1%, а никогда не состояли в официальном или неофициальном браке – лишь 24,1%. Добавим, что аналогичные межпоколенческие различия ранее получены для американского поколения миллениалов, у которых наблюдается максимальный медианный возраст вступления в брак [Pew Research Center, 2014].

Молодое поколение откладывает и рождение детей. В 2016 г. не имели детей 54% миллениалов, в то время как среди их ближайших предшественников в реформенном поколении в 2002 г. в аналогичном возрасте не имели детей лишь 30,7%.

Отсрочивается молодым поколением и выход на рынок труда (в том числе, в связи с увеличением продолжительности образования). В 2016 г. имели оплачиваемую занятость 63,8% миллениалов, в то время как у представителей реформенного поколения в аналогичном медианном возрасте (в 2002 г.) эта доля составляла 72,9%. Когда же миллениалы выходят на рынок труда, то оказываются самым «нетерпеливым» поколением, которое ищет возможности для более быстрого успеха (и материального, и профессионального) и интенсивно пробует разные возможности для его достижения [Ng, Schweitzer, Lyons, 2010]. Это проявляется, в частности, в более частых сменах места работы и/или профессии. По нашим данным, в 2016 г. среди миллениалов за последний год сменил место работы и/или профессию более чем каждый пятый (21,1%). В каждом предшествующем работающем поколении эта доля ступенчато уменьшается в полтора раза.

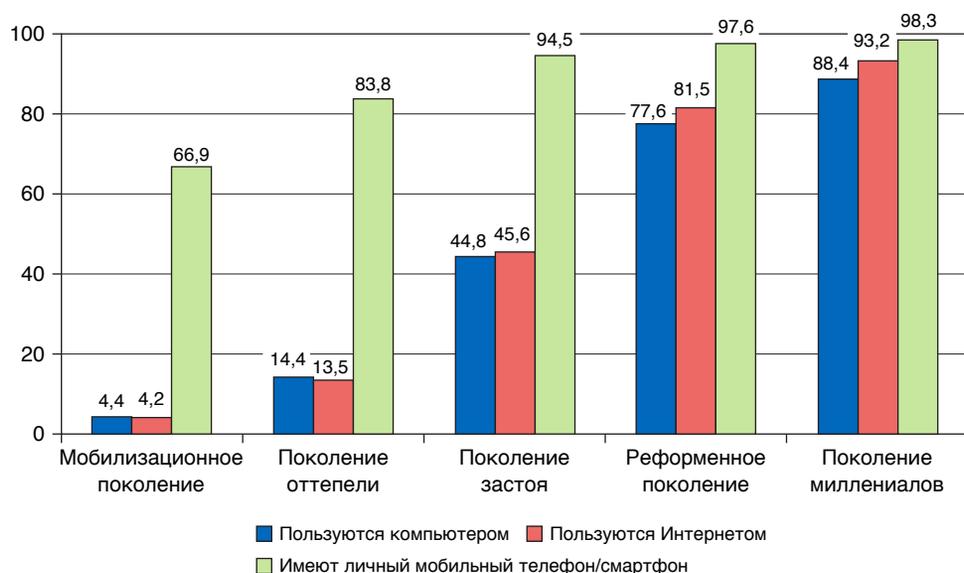
Итак, миллениалы не торопятся «взрослеть». В связи с этим они нередко получают упреки в «инфантилизме», которые мы считаем незаслуженными – просто времена изменились.

## Цифровое поколение

Миллениалов нередко называют первым «цифровым поколением» (digital natives), которые не расстаются с гаджетами и не вылезают из Интернета, погружены в виртуальную коммуникацию в социальных сетях [Bennett et al., 2008]. Подобные утверждения стали чуть ли не общим местом, но мы хотели бы их проверить, начав с использования гаджетов и Интернета.

В целом среди всех респондентов старше 14 лет, доля пользователей персональных компьютеров в 2000–2016 гг. выросла с 26,5 до 63,0%, а доля пользователей Интернета в 2003–2016 гг. увеличилась с 36,8 до 65,7%. Вполне ожидаемо, доля пользователей компьютеров резко возрастает от поколения к поколению – от почти нулевого уровня в самом старшем мобилизационном поколении (4%) до преобладающего уровня в самом молодом поколении миллениалов (88%). В еще большей степени это касается Интернета, здесь мы наблюдаем рост пользователей от 4 до 93% (все межпоколенческие различия статистически значимы). Но здесь важен нюанс: наиболее серьезные скачки наблюдаются не между реформенным поколением и миллениалами (как можно было ожидать), а между предыдущей парой – поколением застоя и реформенным поколением, именно здесь доля пользователей в каждом случае вырастает более чем на 30%, в то время как миллениалы дают дополнительный прирост лишь на 11–12% (рис. 1).

Выясняется, что миллениалы не только не являются лидерами по обладанию личными мобильными телефонами, но уступают по этому показателю всем прочим поколениям (включая самое старшее, мобилизационное). Имеют мобильные телефоны лишь 56% миллениалов, в то время как у других поколений эта цифра варьирует от 67 до 85%. Но это лишь кажущаяся странность, дело в том, что вопрос о личном обладании смартфонами, коммуникаторами или айфонами задавался отдельно, и здесь преимущество миллениалов бесспорно. Они быстрее других переходят к более продвинутым в техническом отношении гаджетам – имели смартфоны в 2016 г. 55% миллениалов, в то время



**Рис. 1.** Доля респондентов, пользовавшихся компьютером и Интернетом за последние 12 месяцев, имеющих смартфоны, по поколениям, 15 лет и старше, в %, 2016 г., N = 14943

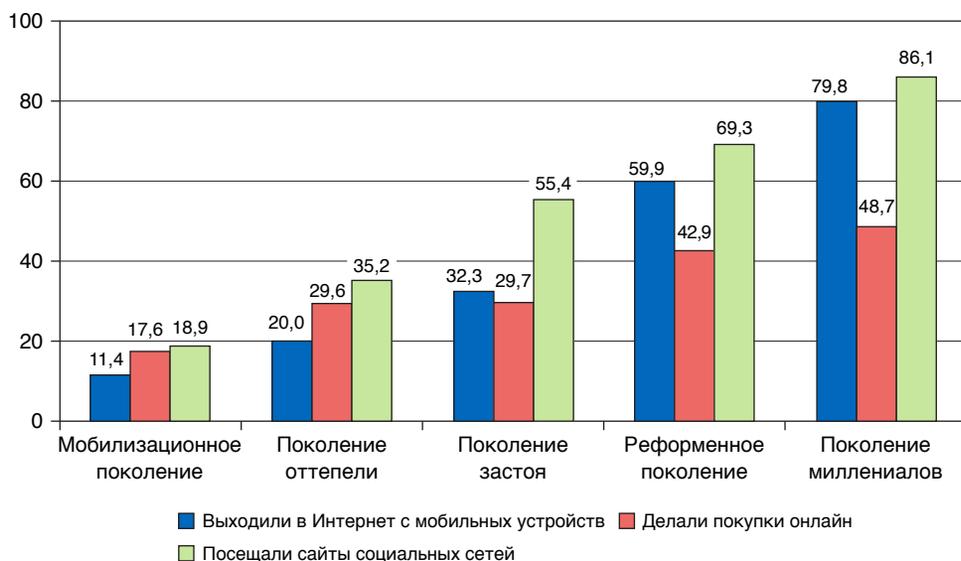
как у предшествующего поколения таковых лишь 38%, и чем старше поколение, тем эта доля ближе к нулевой отметке (все различия значимы). Когда же мы объединяем пользователей мобильных телефонов и смартфонов, то вплотную приближаемся к стопроцентному обладанию, но заметим, что это касается не только миллениалов, но и двух предшествующих поколений (поколения реформ и поколения застоя), различия с которыми невелики, хотя и статистически значимы (рис. 1).

Мы вправе заключить, что миллениалы, действительно, наиболее активны среди всех взрослых поколений в использовании гаджетов и Интернета. Но решающий количественный скачок, который можно с большей уверенностью считать переломным, произошёл не в этом, а скорее в предшествующем (реформенном) поколении – их отличие от соседнего поколения застоя более значительно. Представителям реформенного поколения гаджеты достались уже во взрослый период, поэтому их называют «цифровыми иммигрантами» в отличие от «цифровых аборигенов»-миллениалов [Bennett et al., 2008]. Но представители реформенного поколения были еще достаточно молоды и деятельны, чтобы успеть «мигрировать» в цифровое пространство в достаточном количестве.

## Освоение новых технологий

Важен не только сам факт использования Интернета, но и его характер. Одним из хороших индикаторов цифровой продвинутости, на наш взгляд, может служить доля выходящих в Интернет с мобильных устройств (сотовых телефонов, смартфонов) за последние 12 месяцев. Эта доля в 2016 г. устойчиво возрастает от поколения к поколению – от 11% (0,5% всех респондентов) в самом старшем поколении до 80% пользователей Интернета (74% всех респондентов) у миллениалов (все межпоколенческие различия статистически значимы). Но и здесь реформенное поколение обеспечивает более серьезный прирост по сравнению с ближайшим предшествующим поколением застоя, чем поколение миллениалов по сравнению с реформенным (+28% против +20%) (рис. 2).

Другим важным индикатором новых поведенческих практик является использование Интернета для совершения онлайн покупок товаров и услуг за последние 12 месяцев.



**Рис. 2.** Способы использования Интернета за последние 12 месяцев, по поколениям, 15 лет и старше, в % от пользователей Интернета, 2016 г.,  $N = 14943$

Доля онлайн покупателей в целом неуклонно возрастает. Среди респондентов RLMS-HSE старше 14 лет, эта доля увеличилась в 2003–2016 гг. с 12,6 до 42,1% пользователей Интернета. Даже в самом старшем (мобилизационном) поколении к этой практике в 2016 г. прибегают 18% пользователей Интернета (0,7% всех респондентов). В следующих двух поколениях совершают покупки в интернет-магазинах уже по 30%. В реформенном поколении имеем очередной скачок до 43%, а у миллениалов эта доля достигает 49% (45% всех респондентов) – прирост уже не столь велик, но он статистически значим.

Наконец, одна из наиболее обсуждаемых сегодня тем – социальные сети, которые стремительно развиваются с середины 2000-х гг. и используются для личной и профессиональной коммуникации, для игр и развлечений [Bolton et al], 2013]. По данным RLMS-HSE, доля посетителей сайтов социальных сетей за последние 12 месяцев возрастает скачками от поколения к поколению – от 19 до 86% пользователей Интернета (от 0,8 до 80% всех взрослых респондентов) (рис. 2).

В соответствии с ожиданиями, миллениалы более активны в социальных сетях. Заметим, что речь идет преимущественно не о Фейсбуке, роль которого среди прочих социальных сетей часто преувеличивается. В 2016 г. его посещали лишь 13% миллениалов и 7% всех взрослых старше 14 лет. Большинство же миллениалов посещают социальную сеть ВКонтакте (68%), что вдвое больше, чем предшествующее поколение (средний уровень по всей выборке – 33,6%). На втором месте социальная сеть Одноклассники, которую посещают почти половина миллениалов (49%) (здесь они удивительно близки с реформенным поколением – 46%) (средний уровень по выборке – 34,4%). Используют Твиттер – 5,5% миллениалов (средний уровень – 2,4%), Живой журнал – 1,3% (средний уровень – 0,7%). Во всех случаях у миллениалов доля пользователей социальных сетей значимо выше, чем в предшествующих поколениях. В двух самых старших поколениях их использование и вовсе близко к нулю.

## Потребление алкоголя

Посмотрим на межпоколенческую динамику в потреблении алкогольных напитков. Алкоголь не просто один из стандартных товаров, уровень и стиль его потребления

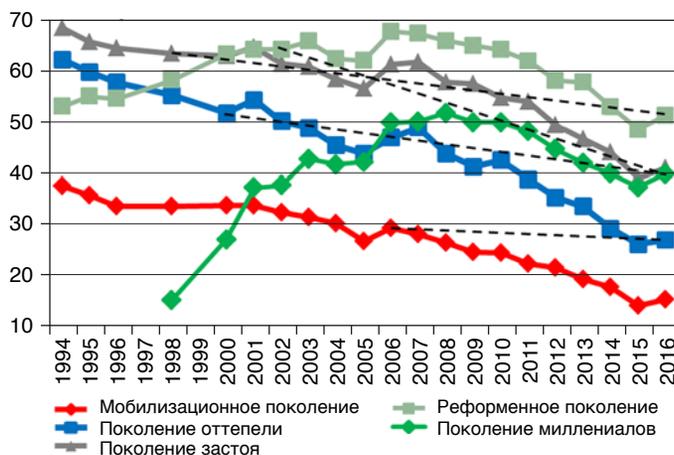


Рис. 3 Доля респондентов, потреблявших алкоголь в течение 30 дней, по поколениям, 15 лет и старше, в %, 1994–2016 гг., N = 258366

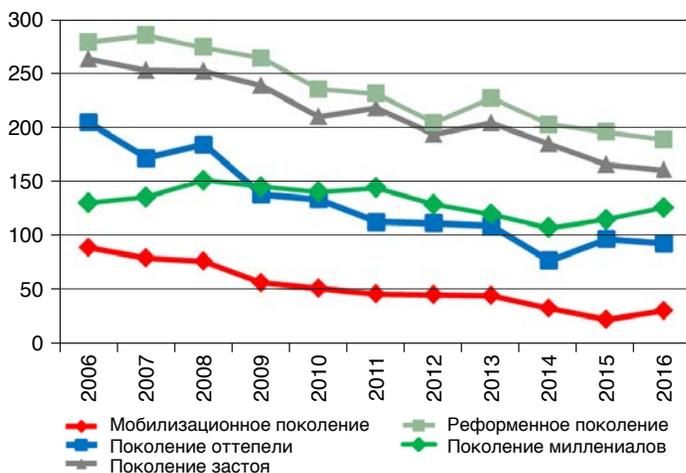
Примечание. Пунктирные линии соединяют соседние поколения в аналогичном медианном возрасте.

является важным элементом культуры, специфическим для того или иного общества. Для России, которая, по данным Всемирной организации здравоохранения, долгое время не покидает десятку самых пьющих стран мира<sup>3</sup>, потребление алкоголя имеет особое значение.

По нашим данным, доля потребителей алкоголя за последние 30 дней, предшествовавших опросу, во всех поколениях имеет тенденцию к снижению после 2008 г., а в двух самых старших поколениях эта доля уменьшается в течение всего периода наблюдения (отобраны респонденты старше 14 лет), и это отчасти мешает увидеть важные межпоколенческие различия. В текущий период (2016) в каждом последующем поколении доля потребителей алкоголя значимо больше, чем в предыдущем, за исключением миллениалов – у этого самого молодого поколения доля пьющих оказывается меньше, чем в двух предшествующих поколениях. К 18–20 годам доля потребителей алкоголя у миллениалов вырастает до своего максимального значения (50–52%), а затем снижается до 40%. У предшествующего реформенного поколения доля потребителей алкоголя находится на заметно более высоком уровне и за этот же период снижается примерно с 70 до 50%. В целом при приведении соседних поколений к одному медианному возрасту оказывается, что во всех случаях каждое последующее поколение по доле потребителей пьет чуть меньше предыдущего, но у миллениалов это снижение значительно круче. Если мы берем реформенное поколение в аналогичном медианном возрасте (2002), то разница с поколением миллениалов оказывается очень значительной (64,2 против 39,8%) (рис. 4), т.е. разница достигает почти 25%, в то время как в предшествующих поколениях она варьирует от 2 до 12%.

Сходные тенденции наблюдаются и при анализе объема потребления в пересчете на чистый алкоголь (здесь доступны ежегодные данные лишь с 2006 г.). Во всех поколениях мы наблюдаем снижение средних объемов потребления на одного взрослого после 2008 г. При этом каждое последующее поколение потребляет больше предыдущего за исключением миллениалов, уровень потребления которых вновь оказывается значимо ниже, чем в двух предшествующих поколениях, причем, разница с соседним

<sup>3</sup> World Health Organization (2014). *Global Status Report On Alcohol and Health*. Geneva: World Health Organization.



**Рис. 4.** Среднее потребление алкоголя на душу населения в течение 30 дней, по поколениям, 15 лет и старше, в граммах чистого алкоголя, 2006–2016 гг., N = 164395

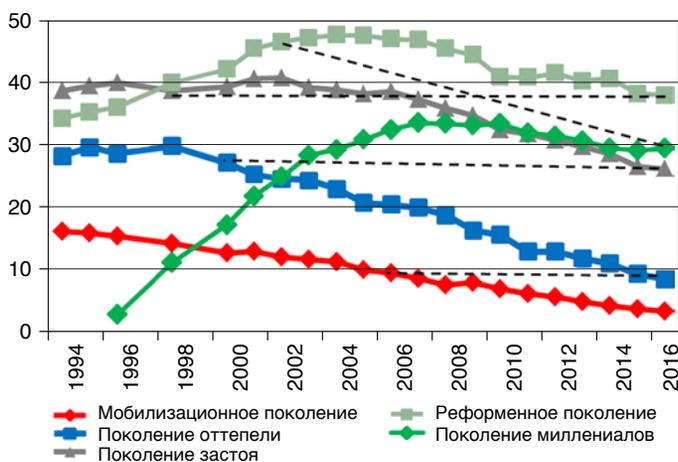
реформенным поколением варьирует от полутора до двух раз (рис. 4). Мы можем заключить, что на фоне некоторого снижения потребления алкоголя во всех поколениях именно в поколении миллениалов наблюдаются отчетливые признаки более решительного перелома, связанного с падением как доли потребителей, так и объема потребляемого чистого алкоголя.

Интересно, что медианный возраст, в котором респонденты впервые попробовали алкоголь, от поколения к поколению не растет, а снижается – от 18 лет в старших поколениях до 17 лет в реформенном поколении и 16 лет у миллениалов. То есть молодые не откладывают потребление, напротив, они пробуют алкоголь раньше, но пьют при этом реже и меньше.

Заметим, что подобный перелом в потреблении алкоголя молодыми поколениями характерен и для других стран, в которых проводились соответствующие исследования – Австралии, Великобритании, США, Финляндии, Швеции и др. [Kraus et al., 2015; Livingston, 2014; Norstrom, Svensson, 2014]. И в этом отношении опыт России не уникален. Добавим, что данный перелом выходит за рамки потребительской проблематики как таковой и имеет важное культурное значение, которое еще предстоит объяснить.

### Приверженность здоровому образу жизни

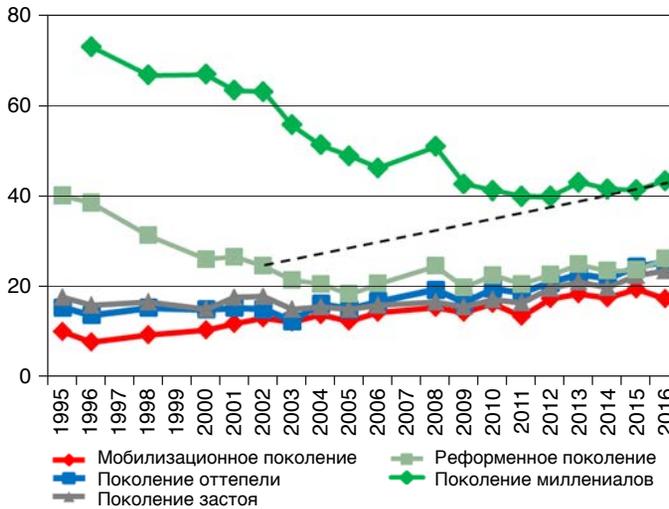
Одно из объяснений снижения потребления алкоголя молодым поколением связано с тем, что оно в большей степени озабочено поддержанием здорового образа жизни (ЗОЖ). Но если экспертные оценки пользы или вреда от потребления алкоголя не столь однозначны, то куда более единодушно в качестве вредной привычки оценивается курение. Анализируя полученные данные (задавался вопрос «Курите ли вы в настоящее время?»), мы видим, что к 2016 г. среди миллениалов курящие встречаются значительно реже, чем в предшествующем реформенном поколении (29,6 и 38,1% соответственно). При этом речь не идет об отложенном потреблении, перелом по доле курильщиков у миллениалов уже произошел при медианном возрасте в 21 год, после чего эта доля начала понемногу снижаться. И все же, среди них курение более распространено, чем в самых старших поколениях, где доля курящих снижается, как минимум, с начала 2000-х гг. – солидный возраст, часто сопровождаемый ухудшением здоровья, побуждает отказываться от вредной привычки.



**Рис. 5.** Доля курящих респондентов по поколениям, 15 лет и старше, в %, 1994–2016 гг.,  $N = 261678$   
*Примечание.* Пунктирные линии соединяют соседние поколения в аналогичном медианном возрасте.

Чтобы проконтролировать непосредственное влияние возраста, мы провели ретроспективный анализ соседних поколений, и нам удалось обнаружить следующую закономерность: если мы берем долю курильщиков в каждом предшествующем поколении, когда оно находилось в том же возрасте, что последующее поколение в 2016 г., различия в доле курильщиков между соседними поколениями фактически исчезают, то есть в аналогичном возрасте соседние поколения курили одинаково. Но эта закономерность касается всех поколений, кроме миллениалов: последние образуют единственный случай, когда при достижении аналогичного возраста доля курильщиков резко упала более чем в полтора раза по сравнению с предшествующим (реформенным) поколением (с 46,7 до 29,6%) (рис. 5). Мы получаем подтверждение того, что именно в молодом поколении произошел серьезный перелом, связанный с уменьшением курения. Добавим при этом, что интенсивность курения среди курящих в молодом поколении не выросла, следовательно, уменьшился и общий объем курения. Правда, следует оговорить, что снижение произошло в первую очередь за счет мужчин, которые ранее курили значительно больше женщин [Quirnbach, Gerry, 2016].

Среди других элементов здорового образа жизни следует обратить внимание на занятия физкультурой и спортом. На рис. 6 видно, что кривые, фиксирующие доли занимающихся физической культурой в настоящее время (в любой форме), у трех самых старших поколений, несмотря на серьезные возрастные различия между ними, близки к совпадению в течение всего периода наблюдений. После достижения тридцатилетнего рубежа к ним присоединяется и более молодое реформенное поколение (характер и интенсивность занятий, конечно, различаются). И во всех четырех поколениях доли занимающихся физической культурой понемногу подрастают с течением времени, достигая к 2016 г. уровня 20–25%. Поколение же миллениалов и здесь стоит особняком, резко контрастируя с общей картиной. Его представители на протяжении всего периода наблюдений значительно чаще занимаются физической культурой и спортом – в детстве и юношестве таковых большинство, после достижения 20-летнего среднего возраста их доля стабилизируется на уровне 40–43% (рис. 6). Разумеется, здесь очень велико влияние возрастных различий. Однако, когда мы смотрим на предшествующее реформенное поколение в 2002 г. в аналогичном возрасте (27 лет), то здесь доля занимающихся физической культурой и спортом оказывается значительно более скромной, чем у миллениалов в 2016 г. (24,6 против 43,3%). Это означает, что по данному элементу здорового



**Рис. 6.** Доля респондентов, занимающихся физкультурой и спортом, по поколениям, 15 лет и старше, в %, 1994–2016 гг., N = 237938

*Примечание.* Пунктирная линия соединяет соседние поколения в аналогичном медианном возрасте.

образа жизни активность молодого поколения по сравнению с предшествующим поколением скачкообразно возросла.

Впрочем, тяготение миллениалов к здоровому образу жизни распространяется не на все известные нам аспекты ЗОЖ. Например, по данным 2016 г., молодое поколение не выделяется по вовлеченности в разного рода диеты, по соответствующей доле оно равно двум предшествующим поколениям (около 7%) и немного уступает самым старшим поколениям (9–10%). И по использованию витаминов, минеральных веществ и БАДов, миллениалы лишь на пару процентов превышают два предшествующих поколения (16 против 14%), хотя различия все же статистически значимы.

Мы можем заключить, что по распространенности занятий физической культурой и спортом силами миллениалов происходит ускорение общего позитивного тренда, а по вовлеченности в курение – перелом негативного тренда. Хотя снижение доли курящих наблюдается во всех поколениях, миллениалы вносят в это снижение наиболее ощутимый вклад. Введение же в регрессионный анализ контрольных переменных показывает значимое влияние на приверженность здоровому образу жизни и поколенческих различий, и возраста как такового.

## Уровень религиозности

Одним из важных ценностных ориентиров выступает уровень религиозности. Мы сравнили по всем поколениям доли тех, кто считает себя определенно верующими (без выражения сомнений). Чтобы избежать флуктуаций по годам, мы использовали средние величины за период 2011–2016 гг., когда задавался данный вопрос. Выяснилось, что доля верующих монотонно снижается с 56% в мобилизационном поколении до 32% у миллениалов (рис. 7). Эти результаты кажутся несколько неожиданными на фоне распространенных суждений о растущем увлечении религией (пусть даже и поверхностном) и на фоне более активного присутствия религиозных организаций и религиозной тематики в публичной сфере.

Одного показателя для столь важного вопроса, разумеется, недостаточно. И серьезность отношения к религии проверяется соблюдением надлежащих ритуалов, в том

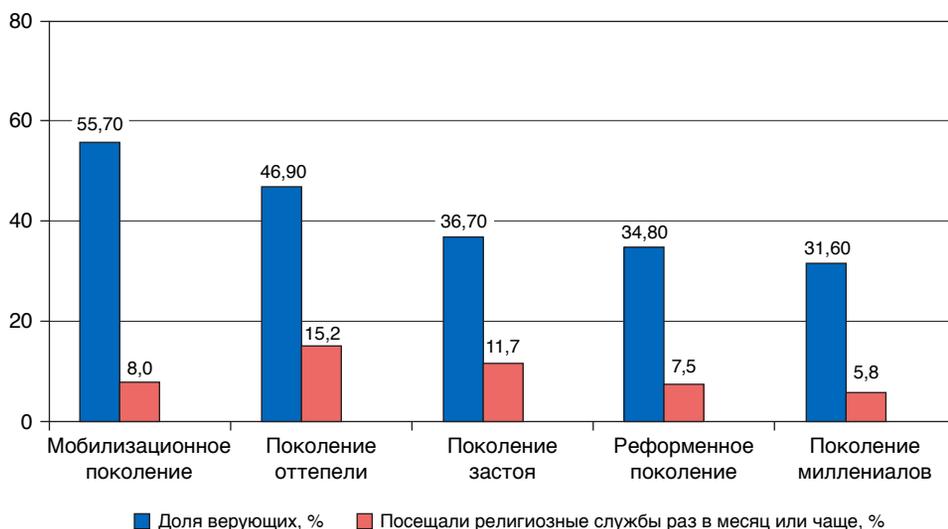


Рис. 7. Доля верующих (средняя за 2011–2016 гг.) и доля раз в месяц или чаще посещающих религиозные службы (2016), по поколениям, 15 лет и старше, в %.

числе, частотой посещения церковных служб. Из предшествующих исследований известно: хотя большинство населения в России идентифицирует себя с православием, причем, доля таких людей в постсоветский период (1991–2015) почти удвоилась [Pew Research Center, 2017], регулярно посещают религиозные службы в России лишь от 3 до 15% населения [Пруцкова, 2015]<sup>4</sup>. И по нашим данным мы видим, что доля тех, кто относительно регулярно посещает религиозные службы (раз в месяц или чаще), уменьшается начиная с поколения оттепели с 15 до 6% у миллениалов. Однако полученные результаты неустойчивы – при добавлении в регрессионную модель контрольных переменных различия миллениалов с двумя предшествующими поколениями перестают быть значимыми. Более важную роль по сравнению возрастом и поколенческой когортой здесь играет гендер (более активная вовлеченность женщин).

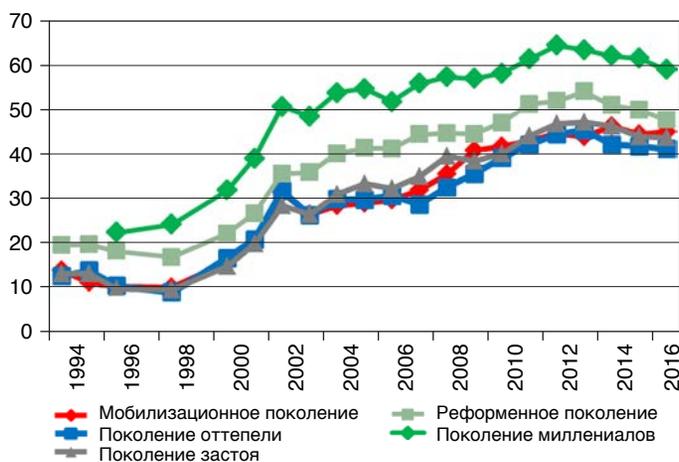
Интересно, что американские сверстники российских миллениалов тоже в меньшей степени, чем старшие поколения, ассоциируют себя с определенной религией и реже являются убежденными верующими [Millennials..., 2014]. Причем, это связано не столько с более высоким уровнем образования, сколько с меняющимися механизмами религиозной социализации [Пруцкова, 2015; Mayrl, Uecker, 2011]. Однако не будем делать поспешные выводы. Несомненно, данный вопрос заслуживает более глубокого изучения.

## Субъективное благополучие

Теперь посмотрим на поколенческие различия по уровню субъективного благополучия, который включает когнитивную составляющую (удовлетворенность жизнью), эмоциональную составляющую (уровень счастья) и уровень экономического оптимизма [Монусова, 2012; Родионова, 2015].

По данным предшествующих исследований, в большинстве развитых стран обнаружена параболическая форма зависимости от возраста – относительно более благополучными себя считают молодые и пожилые возрастные когорты, а в среднем возрасте

<sup>4</sup> В этом отношении наблюдается сходная ситуация в постсоциалистических государствах с доминированием православия [Pew Research Center, 2017].



**Рис. 8.** Доля респондентов, полностью или скорее удовлетворенных своей жизнью в целом в настоящее время, по поколениям, 15 лет и старше, в %, 1994–2016 гг.,  $N = 260143$

этот уровень ниже. А в развивающихся странах уровень субъективного благополучия с возрастом монотонно снижается [Blanchflower, Oswald, 2008; Guriev, Zhuravskaya, 2009].

По данным Европейского социального исследования (European Social Survey) по 29 странам за 2012 г. выделяется три группы стран. В первой группе более развитых стран (преимущественно скандинавских и северо-европейских) уровень субъективного благополучия почти не меняется с возрастом, во второй группе стран (англосаксонских и средиземноморских) кривая приобретает форму упомянутой выше параболы. И наконец, в третьей группе стран (менее развитых), к которым принадлежит и Россия, наиболее высокий уровень тоже демонстрируют молодые (в возрасте 15–19 лет), в зрелых возрастах этот уровень снижается, но у пожилых уже не растет, а скорее снижается еще больше, что считается проявлением социального неблагополучия, прежде всего, вследствие более низких оценок материального положения и состояния здоровья<sup>5</sup>. Исключением является небольшой рост в самой старшей возрастной группе (после 65–70 лет) [Родионова, 2015].

Данные RLMS-HSE демонстрируют сходную картину применительно к России. Если говорить об общей удовлетворенности жизнью, то после кризиса 1998 г. с началом экономического роста в России в целом этот уровень довольно устойчиво возрастает, по крайней мере до последнего кризиса (2014–2016), когда этот показатель начинает снижаться. Заметим, что и в ходе предшествовавшего финансового кризиса 2008–2009 гг. он явно притормаживал.

Что же касается межпоколенческих сравнений, то выясняется, что уровни общей удовлетворенности жизнью у всех поколений, кроме миллениалов, близки к сходному уровню. Пожалуй, чуть выше кривая реформенного поколения, а в трех старших поколениях кривые фактически сливаются. А вот миллениалы на протяжении всего обследуемого периода вновь стоят особняком, и в самом деле демонстрируя наиболее высокий уровень такой удовлетворенности (отличия от всех предшествующих поколений статистически значимы) (рис. 8). При ретроспективном анализе, разница остается весьма значительной – среди миллениалов в 2016 г. доля удовлетворенных жизнью

<sup>5</sup> С возрастом в России также снижается субъективная оценка своего социального статуса, т.е. более молодые поколения считают, что занимают более высокое общественное положение [Косова, 2015].



**Рис. 9.** Доля респондентов, считающих, что через 12 месяцев они и их семьи будут жить намного лучше или немного лучше, по поколениям, 15 лет и старше, в %, 1994–2016 гг., N = 214325

достигала 59,1%, а в предшествующем реформенном поколении в аналогичном возрасте в 2002 г. – лишь 35,6%.

Добавим, что по удовлетворенности работой и уровнем ее оплаты миллениалы в 2016 г. почти не отличаются от предшествующих двух поколений. Речь идет скорее о сторонах жизни, в меньшей степени связанных с профессией. Но с оценкой материального благополучия, как и в предшествующих исследованиях [Монусова, 2012], общая удовлетворенность жизнью коррелирует на высоком уровне значимости. Это проявляется, в частности, при расчете уровня экономического оптимизма – доли тех, кто считает, что через 12 месяцев они и их семьи будут жить намного лучше или немного лучше. После достижения 15-летнего среднего возраста, кривая оптимизма у миллениалов пробивает 50%-й порог и остается над ним до начала кризисного времени, когда с 2013 г. доля оптимистов во всех поколениях начинает снижаться. Но и после четырех лет снижения доля оптимистов среди миллениалов остается значимо более высокой, чем в предшествующем реформенном поколении (41,3 против 26,4%), не говоря уже о более старших поколениях, у которых разрыв с миллениалами достигает уже трех-четырех раз (рис. 9)<sup>6</sup>. Хотя при ретроспективном анализе различия между соседними поколениями в данном случае исчезают.

По оценке эмоциональной составляющей субъективного благополучия (уровня счастья) в RLMS-HSE доступны лишь данные за 2012 и 2016 гг. И здесь миллениалы также отличаются относительно большим оптимизмом. В целом чем моложе поколение, тем чаще счастливыми себя ощущают его представители. Среди миллениалов таковых почти 60%, а с каждым более старшим поколением эта доля уменьшается и в итоге падает вдвое – до 30%. Данное наблюдение подтверждается и при расчете индекса счастья (разницы между теми, кто ощущает себя счастливыми и несчастными). По сравнению с двумя самыми старшими поколениями, этот индекс в каждом более молодом поколении значимо возрастает.

Однако есть признак, объединяющий все поколения: за период 2012–2016 гг. доля ощущающих себя счастливыми уменьшилась во всех поколениях на 2–2,5%, что не

<sup>6</sup> Более высокий уровень оптимизма у миллениалов в отношении экономической ситуации в России уже фиксировался ранее в рамках опросов «ГеоРейтинга» ФОМ. URL: <http://bd.fom.ru/pdf/d13np10.pdf>.

удивительно, поскольку это было время рецессии и экономического кризиса. Но доля чувствующих себя несчастными тоже снизилась. И потому значение индекса счастья за эти годы подросло в пределах 2–3 пунктов<sup>7</sup>. При этом все межпоколенческие различия сохраняются.

В целом полученные результаты об относительном оптимизме миллениалов соответствуют другим наблюдениям, ранее сделанным в специальной литературе по России и другим странам [Монусова, 2012; Родионова, 2015; Pew Research Center, 2014]. Миллениалы сравнительно более удовлетворены своей жизнью, более оптимистичны и чаще считают себя счастливыми. Но в данном случае мы не можем утверждать, что речь идет о каком-то необычном поколенческом переломе, скорее это проявление возраста и, к сожалению, с годами это у миллениалов с высокой вероятностью пройдет. Но значимый поколенческий эффект здесь также прослеживается.

## Основные выводы

Мы переживаем вторую волну фундаментальных социальных изменений, которые, в отличие от 1990-х гг., происходят в относительно стабильное время и связаны не с радикальными реформами, а скорее с поколенческими сдвигами. Чтобы проанализировать изменения, возникающие на стыках поколений, мы разделили российские поколения по историческим условиям, в которых они оказались в период своего взросления. Уделив особое внимание самому молодому взрослому поколению – миллениалам, входящим во взрослую жизнь в 2000-е гг., мы подтвердили общее предположение о том, что они значимо отличаются от предшествующего поколения и более старших поколений.

Полученные результаты не вписываются в единую схему, межпоколенческие различия проявляют себя по-разному. В одних случаях мы имеем ступенчатый рост анализируемого показателя от старших поколений к более молодым (использование гаджетов и цифровых технологий) или, наоборот, его ступенчатое снижение (уровень религиозности). В другом случае все поколения оказываются близки друг к другу, несмотря на различия в возрасте, за исключением миллениалов, которые стоят особняком (занятия физической культурой и спортом). В третьем случае наблюдается общее для всех поколений уменьшение распространенности определенных практик, но миллениалы во многом обеспечивают перелом сложившихся ранее повышательных трендов (потребление алкоголя, курение табака). В четвертом случае их показатели заметно выше, чем у старших поколений, но это в сильной степени является возрастным (преходящим) феноменом (субъективное благополучие, экономический оптимизм).

Объединяет все эти случаи устойчивая значимость межпоколенческих различий. По данным RLMS-HSE, при корреляционном анализе эти различия между соседними поколениями значимы не только в текущий момент (2016), но и по результатам анализа объединенного массива данных (1994–2016). Миллениалы также сохраняют свои особенности при ретроспективном анализе, когда их средние показатели сравниваются с предшествующим реформенным поколением в аналогичном медианном возрасте. При регрессионном анализе и введении множества контрольных переменных (возраста, гендера, семейного статуса, образования, занятости, дохода, типа поселения, этничности и временного периода), значимые межпоколенческие различия между миллениалами и соседними поколениями (реформенным и поколением застоя), как правило, сохраняются, кроме одного случая с уровнем религиозности. При сравнении с более старшими поколениями на передний план чаще выходит возраст как таковой.

Иногда межпоколенческие переходы сглажены, иногда, напротив, связаны с серьезными скачками, отделяющими миллениалов от их предшественников. В отдельных случаях наиболее серьезные скачки наблюдаются в предшествующем реформенном

<sup>7</sup> Аналогичный небольшой рост наблюдается по индексу счастья ВЦИОМ, URL: [https://wciom.ru/news/ratings/indeks\\_schastyaj/](https://wciom.ru/news/ratings/indeks_schastyaj/) (дата обращения: 27.11.17).

поколении – будучи переходным по своей сути, оно успело освоить многие практики, которые более старшим поколениям даются с трудом, а миллениалами только еще более усиливаются (использование гаджетов и Интернета).

В целом мы имеем множество свидетельств того, что так называемый «советский простой человек», вопреки некоторым оценкам [Гудков, 2016], уходит в прошлое, по крайней мере, если речь идет о неполитических сферах. В этой связи следует обратить более пристальное внимание даже не на одно, а скорее на два поколения – реформенное и миллениалов, которые выросли в постсоветский период и, не имея деятельного советского опыта, вносят наибольший вклад во вторую волну социальных изменений. Причины этих изменений еще ждут своего содержательного объяснения и должны стать предметом специальных исследований. Также потребуется использование более сложных статистических методов для отделения эффектов поколения, возраста и периода времени.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 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.
- Бурдые П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 2. С. 44–59.
- Вишневецкий А.Г. (отв. ред.) Демографическая модернизация России, 1900–2000. М.: Новое издательство, 2006.
- Готов М.Б. Поколение как категория социологии // Социологические исследования. 2004. № 10. С. 42–49.
- Гудков Л.Д. Повесть о советском человеке // Ведомости. 2016. 28 декабря. URL: <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/12/28/671519-povest-o-sovetskom>
- Ибрагимова Д.Х. Когортный анализ потребительских ожиданий населения России (1996–2010): теоретико-методологические основы исследования // Экономическая социология. 2014. Том 15. № 2. С. 99–118.
- Иванова Е.И. Проблема поколений и воспроизводство населения: теоретические подходы и реальность // Социологические исследования. 2012. № 4. С. 42–53.
- Косова Л.Б. Третий возраст: социальное самочувствие // Демоскоп Weekly. 2015. № 667–668. С. 1–12.
- Левада Ю.А. Поколения XX века: возможности исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2001. № 5. С. 7–14.
- Левада Ю.А., Шанин Т. (ред.). Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. М.: Новое литературное обозрение, 2005.
- Мангейм К. Проблема поколений // Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений. Состязательность. Экономические амбиции: пер. с англ. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 8–63.
- Монусова Г.А. Субъективное благополучие и возраст: Россия в контексте межстрановых сравнений // Ясин Е.Г. (ред.) XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. Книга 3. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2012. С. 98–109.
- Науэн М.С. Метод когортного анализа в социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 2006. 9 (3): 137–144.
- Пруцкова Е.В. Связь религиозности и ценностно-нормативных показателей: фактор религиозной социализации // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия Богословие. Философия. 2015. Вып. 3 (59). С. 62–80.
- Родионова Л.А. Возрастные особенности счастливой жизни в России и в Европе: эконометрический подход // Прикладная эконометрика. 2015. № 4. С. 64–83.
- Савельева И.М., Полетаев А.В. Смена поколений // Савельева И.М., Полетаев А.В. История и время: в поисках утраченного. М.: Языки русской культуры, 1997. С. 360–371.
- Семенова В.В. Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию «поколение» // Дробижина Л.М. (ред.) Россия реформирующаяся: Ежегодник-2003. М.: Институт социологии РАН, 2003. С. 213–237.
- Урланис Б.Ц. История одного поколения (социально-демографический очерк). М.: Мысль, 1968.

## MILLENNIALS COMPARED TO PREVIOUS GENERATIONS: AN EMPIRICAL ANALYSIS

V.V. RADAEV

National Research University Higher School of Economics, Russia

Vadim V. RADAEV, Dr. Sci. (Econ. ), Prof. Head of Laboratory for Studies in Economic Sociology, First Vice-Rector, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia (radaev@hse.ru).

**Acknowledgements.** This work was supported by the Program for Basic Research of the National Research University Higher School of Economics. We thank for assistance E. Nazarbayeva and for valuable comments D.Ibragimova, Z. Kotelnikova, I. Pavlyutkin, Ya. Roshchina, D. Salnikova.

**Abstract.** The paper comes up with an idea of fundamental social change derived from the generational shifts in contemporary Russia. A sociological approach towards the generational cohort analysis is developed. We provide an original classification of generations based upon historical conditions faced during the years of emerging adulthood. A broad range of social indicators is used for empirical exploration of inter-generational changes. A special emphasis is made upon the youngest adult generation of millennials coming out of their adolescence in the 2000s. Data were collected from the annual Russian Longitudinal Monitoring Survey (RLMS-HSE) in 1994–2016. Methods of rank correlations and logistic regressions are used as statistical tools to reveal significant differences among generational cohorts with regard to the family planning, use of digital technologies, commitment to the healthy lifestyles, religious affiliation, and subjective well-being. Retrospective analysis is also applied to control the impact of age on generational cohorts. In most of the considered cases, we have found significant and robust differences between millennials and previous generations over time of observations. However, patterns of change are different. In some cases, like use of digital technologies, millennials contribute to acceleration of existing trends whereas in other cases, like alcohol consumption and smoking, they provide a break in these trends.

**Keywords:** social shifts, generational differences, millennials, population surveys, Russia.

## REFERENCES

- Arnett J.J. (2000) Emerging Adulthood. A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties. *American Psychologist*. Vol. 55. No. 5: 469–480.
- Becker H., ed. (1992) *Dynamics of Cohort and Generations Research*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Bennett S., Maton K. Kervin L. (2008) The 'digital natives' debate: a critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*. Vol. 39. No. 5: 775–786.
- Blanchflower D.G., Oswald A.J. (2008) Is well-being U-shaped over the life cycle? *Social Science and Medicine*. Vol. 66: 1733–1749.
- Bochaver A.A., Zhilinskaya A.V., Khlomov K.D. (2016) Perspectives of the modern adolescents in the context of life trajectory. *Sovremennaya Zarubezhnaya Psikhologiya* [Modern Foreign Psychology]. Vol. 5. No. 2: 31–38 (In Russ.).
- Bolton R.N., Parasuraman A., Hoefnagels A., Migchels N., Kabadayi S., Gruber T., Komarova Y., Solnet L.D. (2013) Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*. Vol. 24. No. 3: 245–267.
- Bourdieu P. (1998) Structure, habitus, practice. *Zurnal Sotsiologii i Sotsialnoy Politiki* [Journal of Sociology and Social Policy]. Vol. 1. No. 2: 44–59 (In Russ.).
- Brosdahl D.J. Carpenter J.M. (2011) Shopping orientations of US males: a generational cohort comparison. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 18: 548–554.
- Glotov M.B. (2004) Generation as a sociological category. *Sociologicheskie Issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 10: 42–49 (In Russ.).
- Gudkov L.D. (2016) A story about Soviet man. *Vedomosti*. 28 December. URL: <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/12/28/671519-povest-o-sovetskom> (accessed 10.08.2017). (In Russ.)
- Ibragimova D. (2014) Cohort Analysis of Consumer Expectations of Russian Population (1996–2010): Theoretical and Methodological Backgrounds. *Ekonomicheskaya Sotsiologiya* [Journal of Economic Sociology]. Vol. 15. No. 2: 99–118 (In Russ.).
- Inglehart R. (1977) *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton: Princeton University Press.
- Ivanova E.I. (2012) Problem of generations and reproduction of population: theoretical approaches and reality. *Sociologicheskie Issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 4: 42–53 (In Russ.).
- Gurieva S., Zhuravskaya E. (2009) (Un)Happiness in transition. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 23. No. 2: 143–168.
- Howe N. Strauss W. (2000) *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Kerr W.C., Greenfield T.K., Bond J. et al. (2009) Age-period-cohort modelling of alcohol volume and heavy drinking days in the US National Alcohol Surveys: divergence in younger and older adult trends. *Addiction*. Vol. 104: 27–37.
- Kosova L.B. (2015) The third age: Social well-being. *Demoscope-Weekly*. No. 667–668: 1–12 (In Russ.).

- Kraus L., Eriksson Tinghög M., Lindell A., Pabst A., Piontek D., Room R. (2015) Age, Period and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the Swedish Adult Population 1979–2011. *Alcohol and Alcoholism*. Vol. 50. No. 3: 319–327.
- Krosnick J.A., Alwin D.F. (1989) Aging and Susceptibility to Attitude Change. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 57: 416–425.
- Levada Yu.A. (2001) Generations of the 20<sup>th</sup> century: Research opportunities. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsialnye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes]. No. 5: 7–14 (In Russ.).
- Levada Yu.A., Shanin T., eds. (2005). *Fathers and sons: Generational analysis of the contemporary Russia*. Moscow: Novoye Literaturnoye Obozrenie [New Literature Review] (In Russ.).
- Livingston M. (2014) Trends in non-drinking among Australian adolescents. *Addiction*. Vol. 109: 922–929.
- Manheim K. (2000) The Problem of Generations. In: Manheim K. *Essays on the sociology of knowledge*. Moscow: INION of the Russian Academy of Sciences: 8–63 (In Russ.).
- Mayrl D., Uecker J.E. (2011) Higher Education and Religious Liberalization among Young Adults. *Social Forces*. Vol. 90. No. 1: 181–208.
- Monusova G.A. (2012) Subjective well-being and age: Russia in the context of cross-country comparisons. In: Yasin E.G., ed. *XII International scientific conference on development of economy and society*. Vol. 3. Moscow: Higher School of Economics: 98–109 (In Russ.).
- Nauen M. (2006) Method of Cohort Analysis in Sociology. *Zurnal Sotsiologii I Sotsilanoj Antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology]. Vol. 9. No. 3: 137–144 (In Russ.).
- Ng E.S.W., Schweitzer L., Lyons S.T. (2010) New generation, great expectations: a field study of the millennial generation. *Journal of Business and Psychology*. Vol. 25. No. 2: 281–292.
- Norstrom T., Svensson J. (2014) The declining trend in Swedish youth drinking: collectivity or polarization? *Addiction*. Vol. 109: 1437–1446.
- Pew Research Center (2014) *Millennials in adulthood: Detached from institutions, networked with friends*. Washington, D.C.: Pew Research Center.
- Pew Research Center (2017) *Religious Belief and National Belonging in Central and Eastern Europe*. Washington, D.C.: Pew Research Center.
- Prutskova E.V. (2015) Association of religiosity with norms and values. *Vestnik Pravoslavnogo Svyato-Tikhonovskogo Gumanitarnogo Universiteta: Seriya Bogoslovie, Filosofija* [Bulletin of the Orthodox Saint-Tikhon Gumanitarian University: Series in Theology and Philosophy]. No.3: 62–80 (In Russ.).
- Quirnbach D., Gerry C.J. (2016) Gender, education and Russia's tobacco epidemic: A life-course approach. *Social Science and Medicine*. Vol. 160: 54–66.
- Rodionova L.A. (2015) Age characteristics of the happy life in Russia and Europe: The econometric approach. *Prikladnaya Ekonometrika* [Applied Econometrics]. No. 4: 64–83 (In Russ.).
- Ryder N.B. (1965) The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociological Review*. Vol. 30: 843–861.
- Savelieva I.M., Poletayev A.V. (1997) Generational shift. In: Savelieva I.M., Poletayev A.V. *History and time: Searching for lost*. Moscow: Yazyki sovremennoy kultury: 360–371 (In Russ.).
- Semenova V.V. (2003) Contemporary conceptual and empirical approaches to the notion of "generation". In: Drobizheva L.M., ed. *Reforming Russia: Yearbook, 2003*. Moscow: Institute of Sociology; 213–237.
- Strauss W., Howe N. (1991) *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company.
- Urlanis B. Ts. (1968) History of one generation (socio-demographic essay). Moscow: Mysl (In Russ.).
- Vishnevsky A.G., ed. (2006) *Demographic Modernization of Russia, 1900–2000*. Moscow: Novoye izdatelstvo.