

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.14515/monitoring.2018.4.15

Правильная ссылка на статью:

Попов Н. П. Российские и американские поколения XX века: откуда пришли миллениалы? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 4. С. 309—323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.15>.

For citation:

Popov N. P. (2018) Russian and American generations of the 20th century: where have Millennials come from? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 309—323. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.4.15>.



Н. П. Попов

РОССИЙСКИЕ И АМЕРИКАНСКИЕ ПОКОЛЕНИЯ XX ВЕКА: ОТКУДА ПРИШЛИ МИЛЛЕНИАЛЫ?

РОССИЙСКИЕ И АМЕРИКАНСКИЕ ПОКОЛЕНИЯ XX ВЕКА: ОТКУДА ПРИШЛИ МИЛЛЕНИАЛЫ?

RUSSIAN AND AMERICAN GENERATIONS OF THE 20TH CENTURY: WHERE HAVE MILLENNIALS COME FROM?

ПОПОВ Николай Петрович — доктор исторических наук, ведущий научный сотрудник Института США и Канады РАН, Москва, Россия.

E-MAIL: popovnpkm@mail.ru

ORCID: 0000-0002-2168-2157

*Nikolay P. POPOV¹ — Dr. Sci. (Hist.),
Leading Research Fellow*

E-MAIL: popovnpkm@mail.ru

ORCID: 0000-0002-2168-2157

¹ Institute for US and Canadian Studies, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются концепции поколений в России и США, основанные в большой степени на работах Н. Хоува и У. Штрауса, выдвинувших в 1990-е годы идею, что люди одной поколенческой группы разделяют сходные ценности, убеждения и модели поведения, поскольку росли в одинаковых исторических условиях, под влиянием одних

Abstract. The article addresses Russian and American generation concepts largely based on the works of N. Howe and W. Strauss. In the 1990s, they put forward an idea that individuals within one generational group share similar values, beliefs and behaviors because they grew up in the same historical conditions, were influenced by the same

и тех же событий и проблем. Описываются недостатки этой концепции, ее критика в США, дается критический анализ различных адаптаций этой теории к российским условиям, показывается ошибочность формального переноса на российскую почву менталитета, психологии, набора ценностей, сформировавшихся в различных поколениях американской молодежи под воздействием специфически американских экономических, политических и внешнеполитических проблем и событий. Автор рассматривает условия формирования ценностей и взглядов молодых когорт во время шести исторических периодов и соответствующих им поколений, которые послужили основой последнего поколения XX века, имеющего значительные черты сходства в двух странах и выходящего на авансцену политической жизни.

Ключевые слова: концепции поколений, миллениалы, поколение GI, потерянное поколение, беби-бумеры, поколение X, поколение Y, поколение Миллениума, сетевое поколение, эхо-бумеры, поколение Z, цифровое поколение, поколение XD

events and faced the same problems. The article explores the shortcomings and criticism of this concept in the United States, provides a critical analysis of multiple adaptations of this concept to the Russian conditions and shows that the use of alien concepts, i. e. mentality, psychology, a set of values shared by different generations of young Americans in country-specific economic and political conditions and under different international circumstances, on domestic soil is wrong. The author investigates the conditions which form values and views of young cohorts in six major time periods and their respective generations serving as the basis for the last generation of the 20th century which has significant similarities in the two countries and is at the forefront of political life.

Keywords: generation concepts, Millennials, G. I. Generation, lost generation, baby-boomers, Generation X, Generation Y, Millennial Generation, Network Generation, Echo Boomers, Generation Z, Digital Generation, Generation XD

В России и в США все более активную роль в жизни и в политике играет поколение молодежи, последнее, родившееся в XX веке, оканчивающее школы уже в XXI веке, от чего оно получило название «поколение Миллениума». Помимо других важных факторов, влиявших на формирование ценностей и менталитета этого поколения, основным источником информации для него стал интернет, а не телевизор, социальные сети, а не школа. Соответственно, еще одно его название — «сетевое поколение». Многие связывают с этим поколением надежды на отход от конфронтации в мире, развившейся в последние годы, на затухание очередного витка холодной войны.

Эту надежду высказывают и «отцы-основатели» «теории поколений» Н. Хоув¹ (Хау) и У. Штраус: «Как группа миллениалы отличаются от любых других поколений

¹ Howe — старинная английская фамилия, ее правильная фонетическая транскрипция на русский язык должна быть Хау, как было с носителями фамилии в прошлом. В данном случае в многочисленных российских публикациях закрепилось неправильное написание «Хоув», которое мы вынуждены использовать и в данном тексте.

молодежи на нашей исторической памяти. Они наиболее многочисленны, богаты, образованны и более этнически разнообразны. Что важнее, они начинают проявлять множество положительных социальных черт, которые более старшие американцы не ассоциируют с молодежью, включая новый акцент на работу в коллективе, достижения, скромность и хорошее поведение. Всего через несколько лет эта молодежная революция сокрушит циников и пессимистов. В течение следующего десятилетия это поколение миллениалов полностью изменит образ молодежи — от пессимистичной и отчужденной до оптимистичной и гражданской — с потенциальными сейсмическими последствиями для Америки» [Howe, Strauss, 2000].

В последние годы в многочисленных книгах и статьях подчеркивалось стремление миллениалов помогать другим, участвовать в общественных и государственных организациях, работать над улучшением окружающей среды. «Люди, родившиеся между 1982 и 2000 гг., обладают наиболее развитым чувством гражданского долга со времен поколения 1930-х и 1940-х годов», — подчеркивали Эрик Гринберг и Карл Вебер в своей книге «Поколение Мы. Как молодежь поколения миллениалов принимает на себя Америку и навсегда изменяет наш мир». «Поколение Мы — нецинично и граждански настроено. Они верят в ценность политического участия и убеждены, что правительство может быть мощной добродетельной силой» [Greenberg, Weber, 2008].

В своем отзыве на эту книгу М. Юнус, лауреат Нобелевской премии мира 2006 г., пишет: «В моих поездках по миру я получил самое благоприятное впечатление о современных молодых людях. Они умны, отзывчивы, изобретательны и добры. И я разделяю надежду Гринберга и Вебера на то, что это новое поколение поможет изменить нашу планету и победить проблемы бедности, войн и разрушения окружающей среды, которые мучают ее» [Юнус, Жоли, 2009].

Существуют и более критические оценки этого поколения, о чем будет сказано ниже, однако важно также рассмотреть, как это поколение вписывается в общую картину поколений последнего века, в частности, разработанную Н. Хоувом и У. Штраусом. Как утверждают сами авторы, их концепция опирается на работы Полибия, Огюста Конта, Джона Стюарта Милля, Карла Мангейма, Хосе Ортега-и-Гассета, Эмиля Литре, Франсуа Мантре и других историков и философов, в которых проводится идея, что люди, родившиеся в определенный промежуток времени, испытали на себе влияние одних и тех же событий и социальных процессов и обладают сходными ценностями. Хоув и Штраус изучили историю Англии и США с 1584 г. и составили периодизацию истории на основе чередования поколений. Каждое поколение длится около 20 лет, по прошествии четырех поколений цикл повторяется, соответственно, цикл длится около 80 лет. Каждому поколению присваивалось определенное образное название и характеризующий его архетип, которые затем широко тиражировались в прессе.

Периодизация американской истории с разбивкой на поколения дана ими в следующих основных работах: «Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069» [Howe, Strauss, 1991], «The Forth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny» [Howe, Strauss, 1997], «Millennials Rising: The Next Great Generation» [Howe, Strauss, 2000]. Их периодизация поколений США прошлого века и начала нынешнего приведена в таблице 1.

Таблица 1. Периодизация поколений США У. Штрауса и Н. Хоува

Названия поколений	Годы рождения	События в США и в мире
«Поколение GI», «поколение победителей»	1900—1923	Первая мировая война и конец американского изоляционизма
«Поколение молчаливое», «потерянное поколение»	1923—1943	Великая депрессия, начало Второй мировой войны
Поколение «беби-бумеров», «трудоголики»	1943—1963	Окончание Второй мировой войны и послевоенная экспансия, холодная война, Карибский кризис, начало войны во Вьетнаме
«Поколение X», «неизвестное поколение»	1963—1983	Окончание войны во Вьетнаме, кризис власти, мировой кризис и разрядка
«Поколение Y», «поколение Миллениума», «сетевое поколение», «эхо-бумеры»	1983—2003	Окончание холодной войны, мировое лидерство США, теракты 11 сентября 2001 г.
«Поколение Z», «цифровое поколение», «поколение XD» (Digital children of Generation X)	2003+	Вторжение войск международной коалиции в Ирак, мировой финансовый кризис

Источник: [Howe, Strauss, 1991].

Концепция авторов навлекла множество критических оценок. Достаточно жесткая периодизация поколений — их длительность в 20 лет плохо коррелирует с историей — крупные события в мире и соответствующие им поколения плохо вписываются в 20 лет, «великая депрессия» длилась «всего» 10 лет, а вторая мировая война и того меньше. Некоторые периоды (как, например, «беби-бумеры» и «поколение X» включали в себя столько драматических событий, что в это время сформировалось несколько поколений. Авторы мало опирались на эмпирические, социологические данные, их выводы в значительной степени «pop-culture», художественная фантазия. Особенно вольно авторы присваивали поколениям характеристики их архетипов — «герои, художники, пророки, странники».

Как раз в силу образности, художественности их определений теория поколений и характеристики поколений были с энтузиазмом подхвачены маркетологами и рекламистами — их было удобно превращать в рекламные слоганы и рекомендации торговому бизнесу, хотя проверить эти «черты поколений», их покупательскую философию весьма сложно. Также популярны описания поколений у кадровиков компаний, которым они якобы помогают не ошибиться при наборе кадров. Авторы научного обзора «Поколение Y и поколение Z в поисках собственных мест под солнцем» отмечают, что исследования поколенческой темы носят «эпизодический характер», «в публичных оценках доминируют эмоции и публицистичность», «существующая исследовательская традиция опирается в основном на разработки в интересах маркетинга и кадровых служб. Чаще всего предлагается портрет потребителя и наемного работника. Социологическое, философское, культурологическое осмысление темы еще предстоит» [Фонд «Петербургская политика», 2017].

Проблемы возникают при попытках перенести описания и анализ поведения поколений из Америки в другие страны. Хотя теория поколений, разработанная Хоувом и Штраусом, основана на изучении англо-американской истории, она стала применяться в некоторых других странах, в том числе в России. «Теорию поколений после США сначала проверили в ЮАР, потом в странах «азиатских тигров», а затем в Европе и России. Ценности поколений во всех странах схожи. Дело в том, что есть ключевые события и явления в мире (появление интернета, распространение мобильной связи), общие для разных стран. Смена поколений проходит практически в одном режиме по всему миру», — утверждает Евгения Шамис, координатор проекта «Теория поколений в России — Regenerations»². С этим утверждением трудно согласиться — и события в каждой стране свои, и население воспринимает одни и те же мировые происшествия по-разному.

В России больше, чем где-либо, теорию поколений стали применять на практике маркетологи, специалисты по рекламе и связям с общественностью и HR-менеджеры [Асташова, 2014]. Они проводят конференции, обучающие семинары, пишут статьи и пособия о том, «как привлечь на покупательский рынок «беби-бумеров», «чего хочет от работы поколение «игреков»» и т. п.

Наряду с активными распространителями концепции поколений в практике маркетинга и рекламы существуют и критики безудержного применения «теории поколений», в частности, при подборе кадров. Например, Ирина Ходарева, менеджер по персоналу холдинга «ТИБЛ-Груп», считает: «Частично можно к этой теории прислушиваться, но в чистом виде на практике мы ее не применяем. Она слишком обобщает целые пласты людей, не учитывая ни психологический тип, ни темперамент, ни личные мотивы и социальные приоритеты»³.

Наиболее глубокий философский и социологический подход к изучению концепции поколений содержится в работах Т. Шанина, ректора Московской высшей школы социальных и экономических наук, который анализировал реальную смену поколений в российской истории [Шанин, 1997; Шанин, 2005], и Ю. А. Левады, директора ВЦИОМ (1992—2003) и «Левада-Центра» (2004—2006), который ушел из жизни, не успев развить свои исследования по этой тематике. Его последняя публикация 2006 г. по теме поколений содержится в книге «Ищем человека. Социологические очерки, 2000—2005» — раздел «Поколения XX века: возможности исследования» [Левада, 2006]. В ней он выдвинул концепцию двух типов «поколений». «Элитарный» — это «группы, небольшие по численности, но сыгравшие огромную роль в культурной и политической жизни страны», такими были, например, «поколение 1812 года», «лицейское поколение». Это поколения, «формирующие определенные значимые образцы или рамки поведения, мысли, соответствующий набор символов и прочее — *значимые поколения*». «Поколенческие образцы формируются *значимыми группами*, которые могут быть массовыми (в ситуации массовых войн) или элитарными». «Понятно, что смена поколенческих типов в наиболее массовых «низовых» группах городских и сельских жителей

² Соколова Н. Поколение Игрек [Электронный ресурс] // Профиль. № 35. 27.10.2010. URL: <http://www.profile.ru/arkhiv/item/58878-pokolenie-igrek-58878> (дата обращения: 10.08.2018).

³ Кукина Е. Теория поколений в HR не действует в России [Электронный ресурс] // Дело.ru. 31.01.2012. URL: <http://deloru.ru/article/3726/> (дата обращения: 10.08.2018).

детерминируется другими факторами и имеет иную хронологию, лишь отчасти совпадающую с элитарной (например, в точке «войны»). Эпохи «массовой» жизни определяются такими феноменами, как война, голод, коллективизация, паспортная система, переселение в города, введение и отмена распределения товаров по карточкам, массовое жилищное строительство, автомобилизация, развитие потребления в бездефицитных условиях, дефолт 1998 года и т. п.» [Левада, 2006].

Ю. А. Левада разработал систему периодизации поколений, временные рамки формирования (социализации) определенных возрастных групп [Левада, 2006]. В значительной мере в данной статье мы используем сходные критерии периодизации поколений, в то же время их временные рамки несколько отличаются для возможности сравнения с американской периодизацией. Поколенческий ряд XX века Ю. А. Левады приведен в таблице 2.

Таблица 2. **Временные рамки социализации «значимых» поколений (по Ю. А. Леваде)**

Название поколения	Временные рамки	Годы рождения поколенческой группы	Условия формирования, социализации
Революционный перелом	1905—1930	90-е годы XIX века	Войны, революции, Серебряный век российской культуры, «территория кровавого фанатизма»
«Сталинская» мобилизационная система	1930—1941	Около 1910 г.	Формирование монолитного тоталитарного общества — раскрестьянивание, урбанизация, массовый террор, массовое образование, принудительное единообразие и единомыслие
Военный и послевоенный период	1941—1953	1920—1928	Вопрос выживания тоталитарного режима, создание основ холодной войны, политические чистки (высылки целых народов), продолжение репрессий,
«Оттепель»	1953—1964	1929—1943	XX съезд КПСС, обличение «культа» Сталина; формируется первое в советской истории поколение (поколенческая группа), свободное от массового страха и надеющееся на гуманизацию социализма.
«Застой»	1964—1985	1944—1968	Попытка стабилизировать партийно-советский режим при отказе от массовых репрессий и реформ, разрядка с США; ориентации массового потребительства, рост коррупции, возникновение либеральных, демократических, диссидентских национальных групп и движений, «шестидесятников».
«Перестройка» и «реформы»	1985—1999	Конец 1960-х годов	«В активную жизнь вошло новое поколение, не знавшее переломов и исканий»

Источник: [Левада, 2006: 8—9].

Примечательно, что Ю. А. Левада в качестве главных действующих лиц каждого поколения, «активных участников событий эпохи» определил людей, родившихся

за 15—20 лет до начала эпохи. Например, поколение «оттепели» — это не люди, родившиеся во время XX съезда партии с «антисталинским» докладом Хрущева, а молодежь 16—25 лет, в той или иной мере осознававшая суть событий. Родившиеся в 1956 г. — это уже поколение «застоя».

Таблица 3. Структура поколений в России (по Е. Шамис, А. Антипову)

Поколение GI General Item или Победители	Поколение P Pensioners или Молчуны	Поколение ВВ Baby Boomers или Бумеры	Поколение X Иксы или Неизвестные	Поколение Y Millennials или Next	Поколение Z Дети индиго
1900–1923	1923–1943	1943–1963	1963–1983	1983–2003	2003–н.вр
осень	зима	весна	лето	осень	зима
События:					
<ul style="list-style-type: none"> революция 1905 и 1917 коллективизация электрификация 	<ul style="list-style-type: none"> сталинские репрессии Вторая мировая война восстановление разрушенной страны 	<ul style="list-style-type: none"> бум рождаемости покорение космоса СССР – мировая супердержава “холодная война” очереди и талоны 	<ul style="list-style-type: none"> продолжение “холодной войны” перестройка война в Афганистане 	<ul style="list-style-type: none"> распад СССР терракты и военные конфликты кризис 2008 интернет бренды 	<ul style="list-style-type: none"> все впереди
Ценности:					
<ul style="list-style-type: none"> трудолюбие ответственность вера в светлое будущее приверженность идеологии семья доминантность категоричность 	<ul style="list-style-type: none"> преданность соблюдение правил уважение к должности и статусу жертвенность подчинение терпение экономность 	<ul style="list-style-type: none"> идеализм оптимизм имидж молодость здоровье работа ориентация на команду личный рост личное вознаграждение статус вовлеченность 	<ul style="list-style-type: none"> выбор глобальная информированность индивидуализм выживание обучение в течение всей жизни поиск эмоций прагматизм надежда на себя баланс между работой и личной жизнью 	<ul style="list-style-type: none"> изменения оптимизм общительность уверенность в себе подчиненность немедленное вознаграждение мораль достижение наивность профи в технике 	<ul style="list-style-type: none"> об их ценностях пока рано говорить

Источник: Одеркова Е. Теория поколений: как в рекламе найти общий язык с любой аудиторией [Электронный ресурс] // Текстерра. 03.07.2017. URL: <https://texterra.ru/blog/teoriya-pokoleniy-kak-v-reklame-nayti-obshchiy-yazyk-s-lyuboy-auditoriy.html> (дата обращения: 10.08.2018).

Общая проблема адаптации американских поколенческих периодов к российским реалиям в том, что у Хоува и Штрауса при длительности поколения около 20 лет формативный период составляет около семи лет, который можно поместить в любой участок двадцатилетия, таким образом связывая становление личности с тем или иным важным историческим событием. Российские авторы произвольно трактуют период «формирования ценностей», то есть социализации, «до 10—12 лет», в то время как концепция социализации (развитая, в частности, З. Фрейдом, Ж. Пиаже, Л. Выготским, Э. Эриксоном, Л. Колбергом и др.) определя-

ет, что важные аспекты социализации, такие как усвоение ценностей и социальных норм, а тем более политическая социализация, как раз начинаются в 11 лет и длются до 15 лет и позже.

В российской литературе по анализу поколений процесс социализации, в том числе различных этнических, гендерных групп, городского и сельского населения вообще не исследуется. Впрочем, сходный упрек предъявляют и американские социологи и психологи к авторам теории поколений — она рассматривает в основном ценности белого населения зажиточных пригородов.

Кроме того, процесс социализации, очевидно, сдвинут к концу периода поколения, он связан с событиями второй половины цикла поколения, более того, он фактически вклинивается в первые десять лет жизни следующего поколения.

Социализация российскими авторами трактуется достаточно упрощенно: ребенок не оценивает события с позиции «это хорошо или плохо», «правильно или неправильно»; он просто умеет жить в этих условиях. Однако в реальности в разных ситуациях на ребенка, подростка по-разному действуют различные агенты социализации — семья, сверстники (peer groups), школа, СМИ — радио, телевидение, массовая культура, в том числе кинематограф, интернет и социальные медиа.

В России вместо того, чтобы разработать свою концепцию поколений, соответствующую российской истории и психологии населения, скопировали почти полностью американскую схему, добавив в нее несколько российских реалий [Шамис, Антипов, 2007] (см. табл. 3).

Поколение 1900—1923 г. р. — «поколение GI», или «победители»

Первое включенное в российский научный оборот поколение по У. Штраусу и Н. Хау — это «поколение GI», «поколение победителей». Неудачно само название поколения в российском применении. GI означает «Government issue», а именно солдат армии США (в российской литературе это сокращение по незнанию расширявается как General item, нечто общее, см. табл. выше). В Европе XX века это название часто воспринималось как обозначение солдат оккупационной армии, синоним термина «янки» — для одних освободители, для других — новые хозяева. Иными словами, термин имеет политическую окраску и в российском применении совершенно неуместен.

Утверждения российских исследователей концепции поколений об универсальности характеристик поколений для большинства стран далеки от действительности. Особенно это относится к описанию поколения 1901—1924 гг. как «поколения победителей». Единственная страна, в которой настроения были близки к этому описанию, — США. Страна вступила в войну лишь в 1917 г., армия участвовала в активных боевых действиях около полугода. Домой вернулись большинство из 4,7 млн американцев, призванных на Первую мировую войну, за исключением 117 тыс. погибших. Потери значительно меньше, чем у Англии — 0,7 млн, Франции — 1,3 млн, России — 0,85—1,7 млн (по разным оценкам), Германии — 2 млн, Австро-Венгрии — 1,5 млн, Османской империи — 0,8 млн⁴.

⁴ См. например: Волков С. В. Забытая война [Электронный ресурс] // Сайт историка С. В. Волкова. 2004. URL: <http://swolkov.org/publ/27.htm> (дата обращения: 14.08.2018); Кривошеев Г. Ф. Россия и СССР в войнах XX века. М., 2001. Табл. 52; Armed forces mobilized and casualties in World War I // The New Encyclopedia Britannica. 15th Edition. Vol. 29. Chicago, 1994, p. 987.

Так что у США было больше других оснований для празднования победы, поскольку потери были наименьшие. Кроме того, страна активно развивалась: промышленность получила дополнительный толчок от военных поставок, началась бурная автомобилизация, росли пригородные районы индивидуальной застройки; несмотря на сухой закон, процветало подпольное производство и торговля алкоголем — все то, что дало основание назвать десятилетие «громовыми двадцатыми» («roaring twenties»), а все поколение, формировавшееся в этот период — «величайшим поколением» («Greatest Generation»), или «поколением победителей».

Германия никак не попадает под это определение. Здесь это было скорее «разбитое поколение», к тому же обиженное, озлобленное из-за несправедливых для Германии, как им представлялось, условий Версальского мирного договора. Это поколение привело к власти Гитлера, а потом составило основу вермахта на фронтах Второй мировой войны. Оно же было в наибольшей степени «выбито» в войну. Так что для Германии поколение 1901—1923 г. р. было никак не «поколением GI», не «величайшим поколением» и тем более не «поколением победителей».

Поколение 1900—1923 в России также имеет мало схожего с американским, соответственно, неоправданно присваивать ему американские титулы — «GI» (американский солдат), «величайшее» или «поколение победителей». На его долю пришлось тяжелейшие испытания и невзгоды, уступающие только испытаниям Второй мировой войны. Это поколение прошло через революцию 1905 г., Февральскую 1917 г. и большевистский переворот октября 1917 г., эпидемии «испанки», унесшей 3 млн жизней, тифа (2 млн умерших), гражданскую войну (свыше 10 млн жертв, включая погибших в военных действиях и в результате террора с обеих сторон, умерших от болезней и голода). Впереди еще была коллективизация с миллионами жертв, но она включается в следующее поколение. В целом поколение 1900—1923 г. р. в России, в отличие от американского, было поколением кризиса и величайших страданий народа. «Художественное» название ему еще предстоит придумать. Возможно, описание А. Толстого этого периода нашей истории «Хождение по мукам» ближе всего к действительности, так же как и определение Ю. А. Левады — поколение «революционного перелома».

Попытки «подогнать» характеристику этого поколения под американское описание и архетип — а этому поколению соответствует архетип «героя», — лишены смысла. Пример механического переноса американского описания этого поколения на российскую почву приводится ниже.

«Самый яркий архетип — Архетип Героя. Это молодой Герой, который совершает подвиги. Рядом с ним часто есть мудрый Пророк, связь с которым существенна для успеха молодого Героя. (Пророк не обязательно будет хорошим персонажем, но мудрым будет всегда). В результате действий Героев появляются новые страны, создаются династии. Архетипу Героя соответствуют поколение GI (1900—1923 г. р.), которое мы знаем как героев Великой Отечественной войны) и поколение Y (1985—2000 г. р.). Поколение с архетипом Героя рождается Осенью. Его задача пережить кризис Зимы и в это время совершить свои героические

поступки»⁵. Сравнить американское «Поколение GI» с нашими героями Великой отечественной войны, по меньшей мере, некорректно и неверно по смыслу.

Поколение 1924—1943 гг. р.— «молчаливое поколение», «потерянное поколение»

Сопоставление американского и российского поколений 1924—1925 — 1943—1945 г. р. также показывает несравнимость этих когорт. Если в США ключевыми событиями, сформировавшими это поколение, были Великая депрессия и начало Второй мировой войны, то в СССР такими событиями стали коллективизация с 6—7 млн жертв, репрессии конца 1930-х годов с 1,7 млн расстрелянных и миллионами, попавшими в лагерь ГУЛАГа, и война.

Опять же, драматизм этих событий для молодежи, взрослевшей в это время в двух странах, трудно сравнивать. Особенно трудно сравнивать воздействие войны на народы двух стран в целом и поколения взрослых в этот период.

Действительно, во время Великой депрессии в США, оказавшейся шоком для большинства населения, особенно после экономического бума 1920-х годов, невзгоды испытало большинство американского народа. ВВП сократился на 31 % с 1929 г. по 1933 г. — самый тяжелый период кризиса. Обанкротилась половина банков. Без работы оказалось более 13 млн трудоспособного населения, уровень безработицы достигал 25 %. В 1932 г. еще 34 млн принадлежали к семьям, в которых основной кормилец не имел постоянной работы. Миллионы семей страдали от голода, голодающие рабочие проводили «голодные марши». По оценкам, от 25 % до 90 % детей в стране страдали от недоедания. Свыше миллиона фермерских семей лишились своих ферм. Более четверти миллиона семей были выселены из своих домов за неуплату квартплаты, два миллиона бездомных скитались по стране в поисках пристанища.

К началу войны в 1939 г. промышленное производство достигло лишь 90 % от уровня 1932 г., а безработица все еще составляла 17 %. Следствием кризиса стало резкое снижение рождаемости — почти вдвое в 1934 г. (18 %) по сравнению с 1914 г. (30 %). При этом смертность за кризисное десятилетие 1930-х годов продолжала снижаться — с 11,3 % до 10,8 %⁶.

Тяготы десятилетия тридцатых годов, Великой депрессии оставили глубокий след в памяти американцев, в том числе детей и подростков, росших тогда. Это поколение названо «молчаливым», «разбитым поколением». Вероятно, если не считать военных конфликтов, в материальном отношении это был самый тяжелый период в жизни американского населения за последние сто лет или даже со времен Гражданской войны.

Американские авторы концепции поколений и их российские последователи для соблюдения двадцатилетнего цикла формирования поколения объединяют в период взросления этого поколения как кризисные 1930-е годы, так и половину

⁵ Рыжова Е. Теория поколений. Презентация. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://900igr.net/prezentacija/pedagogika/teoriya-pokolenij-252593.html> (дата обращения: 11.08.2018).

⁶ Overproduction of Goods, Unequal Distribution of Wealth, High Unemployment, and Massive Poverty. Archived 2009—02—05 at the Wayback Machine. From: President's Economic Council [Электронный ресурс]. URL: <https://englishc.pressbooks.com/chapter/the-great-depression/> (дата обращения: 16.08.2018).

Второй мировой войны. Однако это были совершенно разные периоды с разными поколенческими опасениями, бедами и ценностями. И если для Америки период 1941—1943 гг. — это «начало Второй мировой войны», то мы в этот период потеряли уже миллионы людей убитыми.

В СССР предвоенная жизнь «молчаливого поколения» включала НЭП, коллективизацию, первые пятилетки, гигантские стройки с сотнями тысяч заключенных и, соответственно, рост «Архипелага ГУЛАГ», усиление репрессий в 1937—1938 гг., «Московские процессы», истребление большей части командного состава Красной Армии.

Как ни драматичен был этот период, дальше наступила еще большая трагедия Великой отечественной войны. По последним данным, армия потеряла более 19 млн убитых и пропавших без вести⁷ и свыше 20 млн погибших мирных жителей. Огромные территории были превращены в пустыню, разрушены города, промышленность, жилые кварталы. Объем материального ущерба составил почти 30 % всего национального богатства.

В США из 16 млн призванных в армию солдат погибли 405,4 тыс. человек, из них в войне с Японией — 297 тыс. Мирных жителей погибло 12,1 тыс. человек. Материальные потери на территории страны минимальны [Wells, 2009].

Пережитое двумя народами и молодыми поколениями этого периода несопоставимо: американское поколение войны — это еще одно «поколение победителей», триумфаторов, в СССР — «радость со слезами на глазах», как поется в известной песне, 43 млн погибших, 15 млн раненых, половина страны в развалинах. Как ни называть это поколение войны, в двух странах это разные поколения, с разными ценностями и образом жизни [Зима, 1996].

«Поколение беби-бума» — 1943—1963 гг. р.

То, что началось после войны, также радикально различалось в двух странах. В США уже в последние два года войны резко поднялась рождаемость и оставалась высокой (выше 20‰) до середины 1960-х годов. Этот процесс был назван baby boom (беби-бум), а поколение 1944—1964 — «baby bombers», или «Baby Boom generation» («поколение беби-бума»). Оно значительно отличалось от предыдущих поколений и от следующих за ним. Из армии вернулись большинство из призванных 16 миллионов, стремящихся завести семьи. За время войны, когда безработица спала, вся страна работала на войну, американцами были накоплены 140 миллиардов долларов, и они стремились начать новую, зажиточную жизнь, позволяя траты, о которых они забыли во время депрессии и войны.

Начался новый рост пригородов крупных городов, где обзавелись отдельными домами 33 % населения. В крупных городах осталась жить лишь треть населения. Быстро увеличивались производство и продажа машин, домашней техники, цветных телевизоров; по сути это был не только «беби-бум», но и в целом экономический бум. С 1945 по 1950 гг. производство товаров и услуг выросло на 25 %, в следующее десятилетие ВВП увеличился на 80 % и дальше — на 83 %⁸.

⁷ Гутионов П. Победа предьявляет счет // Новая газета. 22.03.2017. № 29. С. 4.

⁸ Послевоенный беби бум в США и его настоящие причины [Электронный ресурс] // USA-24.ru. URL: <http://usa-24.ru/poslevoennyj-bebi-bum-v-ssha-i-ego-nastoyashhie-prichiny/> (дата обращения: 14.08.2018).

Родившиеся в этот период 76 млн детей не знали тягот великой депрессии, не помнили войны; они выросли в процветающей, самой богатой стране мира. Часто их называют избалованным, «испорченным» поколением, наслаждающимся вседозволенностью; в Европе именно они создали долгоживущий образ американцев, ездящих на огромных машинах, в яркой одежде, шумных и самодовольных, бравирующих своим богатством.

Это поколение многое изменило в традиционных американских ценностях, достаточно консервативных и основанных на религии. Отсюда идут нынешние социальные нормы нежелания заводить семью, иметь детей, отказ от религии, стремление прежде всего к карьерному успеху. Здесь началась культура битников и хиппи, рок-н-ролла, наркопотребления и сексуальной революции.

Нечто подобное происходило и в Европе, но там рождаемость увеличивалась лишь в первые послевоенные годы и не сопровождалась столь явными культурными сдвигами, как в США.

Послевоенное поколение в Советском Союзе

Послевоенное поколение в СССР не имеет практически ничего общего с поколением беби-бумеров в Америке. Прежде всего, не было беби-бума. Как отмечается в Демографическом энциклопедическом словаре, «Послевоенный подъем рождаемости не носил ярко выраженного характера, максимальный уровень общего коэффициента рождаемости в 1949 году был ниже довоенного. В 50-х гг. этот коэффициент приближался к 25‰, но показатели уровня рождаемости — по возрастные и суммарный коэффициенты рождаемости — свидетельствуют о продолжающемся снижении рождаемости. В конце 50-х — начале 60-х годов наблюдалось резкое уменьшение общего коэффициента рождаемости в СССР, снизившегося к 1969 г. до 17‰» [Демографический энциклопедический словарь, 1985: 433].

Никакого беби-бума в Советском Союзе быть не могло — с войны не вернулись 19 млн солдат, в основном мужчин, около 10 млн вернулись с фронта инвалидами. Военные потери населения не могли скомпенсироваться еще очень долго. Об экономическом подъеме тоже невозможно говорить — восстанавливалось разрушенное народное хозяйство, которое достигло довоенного уровня лишь к 1948—1949 гг. Более того, в 1946—1947 гг. в стране был голод, унесший, по разным оценкам, от 500 тыс. до 1,5 млн человек. Довоенный уровень жизни был достигнут, по официальным данным, лишь к середине 1960-х годов. Существовала огромная жилищная проблема из-за разрушений в годы войны и притока сельского населения в города.

Не менее важную роль, чем неисчислимы военные потери и материальные проблемы, в формировании этого поколения сыграли политические события — «холодная война», создание соцлагеря, но больше всего — смерть Сталина, XX съезд партии, критика «культы Сталина», освоение «целины», возвращение тысяч людей из лагерей, осознание истории репрессий, приоткрылись границы — и «туда» и «оттуда», прошел фестиваль молодежи 1957 г. Наступала «оттепель» 1960-х годов.

В целом для этого поколения России больше подходит название не «бумеры», а «поколение войны, победители», а также «Поколение XX съезда, оттепели».

«Поколение X», «неизвестное поколение» — 1963—1982 гг. р.

В Америке этому поколению авторы концепции поколений присвоили также название «13-е поколения» — это его номер с основания США. Это время правления президентов Л. Джонсона, двух президентских сроков Р. Никсона, Дж. Картера и начала президентства Р. Рейгана. Этот период изобилует драматическими событиями внутри страны и во внешней политике. Хотя первые представители этого поколения только родились в 1963 г., убийство популярного президента Дж. Кеннеди в том году еще долго оставалось широко обсуждавшейся драмой американской жизни. Она включала начало политики дегрегации негритянского населения, реформы «Великого общества», начатые Л. Джонсоном, расширение Вьетнамской войны и массовые протесты против нее, приведшие в к ее бесславному завершению в 1973 г. Декада 1970-х годов вошла в американскую историю как период студенческих волнений, негритянских бунтов, распространения наркотиков и сексуальной революции. Одновременно состоялась высадка астронавтов на Луну, разворачивалась разрядка между СССР и США, состоялись визиты Никсона и Брежнева. В это время начался конфликт с Ираном после свержения режима М. Р. Пехлеви, захвата американских заложников и провала попытки их освобождения. Вероятно, это было еще одно «бурное десятилетие» и соответствующее ему «бунтарское поколение», во всяком случае, студенческие волнения оказали существенное влияние на последующую молодежную культуру.

В Советском Союзе это поколение застало конец оттепели 1960-х годов, смену Н. Хрущева на Л. Брежнева, переход к «брежневскому застою», разрядку с Америкой, и в то же время — ввод войск в Афганистан, положивший конец разрядке, Пражскую весну 1968 г., «социализм с гуманным лицом», закончившиеся вводом в Чехословакию войск Варшавского блока, неудачные попытки экономической реформы Косыгина, конец политической и экономической либерализации. Молодое поколение этого периода окончательно потеряло веру в социалистические идеалы, тем более — в построение коммунизма к 1980 г., обещанное Хрущевым. В СССР это не малопонятное «поколение X», а поколение «потерявших веру в социализм». В это время и в этом поколении началось движение к распаду коммунистической идеологии и Советского Союза.

Поколение 1982—2003 гг. р. — «поколение Миллениума»

В США это правление президентов Р. Рейгана, Дж. Буша-ст., Б. Клинтона, Дж. Буша-мл., война в Персидском заливе, с Ираком, конфликт в Косово, военная операция против Югославии, террористический акт 11 сентября 2001 г., начало военной операции в Афганистане, окончание холодной войны, экономический подъем 1990-х годов. Это период интерактивного телевидения, массового распространения персональных компьютеров, бурного роста интернета и социальных сетей.

В России это уход старой гвардии политиков — Брежнева, Андропова, Черненко, приход Горбачева, начало гласности и перестройки, приход к власти Ельцина, провал путча, распад СССР, конституционный кризис 1993 г., расстрел парламента, чеченская война, избрание В. Путина президентом; весь этот период — распад социалистического хозяйства, внедрение капитализма — рыночной экономи-

ки, приватизации, концентрация собственности в руках олигархов и правящей бюрократии.

Одновременно распространялись компьютеры, внедрялся интернет.

В этот период в целом в мире и в двух главных глобальных соперниках молодые поколения жили под впечатлением распада советской империи, конца конфронтации и холодной войны. Для этих поколений глобализация обретает реальные черты с развитием «всемирной паутины», социальных сетей, информационной революции благодаря интернету. Впервые можно говорить о сходстве поколений в США и России, у которых становится все больше общего, чем различного.

Анализ истории двух стран в XX веке показывает, что определенное сходство исторического развития в них, как и в других странах мира — участие в мировых войнах, экономические проблемы и кризисы — существует параллельно с индивидуальными событиями, переломными периодами и особыми факторами формирования массового сознания, в том числе менталитета молодых поколений. В силу значительного отличия экономической ситуации, исторической памяти, культурных традиций эти события оказывали совершенно разное воздействие на формирование (социализацию) растущих молодых поколений.

Несмотря на распространенную концепцию радикального отличия каждого нового поколения, условно определяемого длительностью в 20 лет, от предыдущих, «разрывов» между поколениями, конфликтов между поколениями «отцов и детей», никто не может отменить многовековую тенденцию преемственности поколений, сохранения определенного «культурного кода» нации, при том, что роль и влияние этих традиций регулярно пересматриваются. В США это традиции и принципы либеральной демократии, берущие отсчет от американской революции, соседствующие, правда, с укорененными традициями расового неравенства. В России это еще более древние традиции авторитаризма, укоренившиеся не только в политической практике, но и в массовом сознании.

Определенные черты сходства поколений миллениалов в России и США, определяемые на уровне психологических черт, интересов и ценностей, необходимо дополнить анализом уже сформированных и формирующихся отношений и взглядов на ключевые проблемы общества, чтобы понять, какую роль они будут играть в политической жизни двух стран, развитии их взаимоотношений в ближайшем десятилетии.

Список литературы (References)

Асташова Ю. В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2014. Т. 8. № 1. С. 108—114.

Astashova Y. V. (2014) Generation theory in marketing. *Bulletin of South Ural State University, Series «Economics and Management»*. Vol. 8. No. 1. P. 108—114. (In Russ.)

Демографический энциклопедический словарь. М. : Советская энциклопедия, 1985.

Demographic encyclopedic dictionary (1985) Moscow: Soviet Encyclopedia. (In Russ.)

Зима В. Ф. Голод в СССР 1946—1947 годов: происхождение и последствия. М., 1996.

Zima V. F. (1946) Famine in the USSR in 1946—1947: origin and consequences. Moscow, 1946. (In Russ.)

Левада Ю. А. Ищем человека // в кн.: Социологические очерки 2000—2005. М. : Новое издательство, 2006. С. 8—9.

Levada Y. A. (2006) In search of a man. In: Sociological essays 2000—2005. Moscow: New publishing house. P. 8—9. (In Russ.)

Фонд «Петербургская политика». Поколение Y и поколение Z в поиске собственных мест под солнцем. 2017. URL: <https://fpp.spb.ru/fpp-pokolenie-xyz> (дата обращения: 10.08.2018).

Foundation «Petersburg politics» (2017) Generation Y and Generation Z in search of their place under the Sun. (In Russ.) URL: <https://fpp.spb.ru/fpp-pokolenie-xyz> (accessed: 10.08.2018).

Шамис Е., Антипов А. Теория поколений // Маркетинг Менеджмент. 2007. № 6.

Shamis E., Antipov A. (2007) Theory of generations. *Marketing management*. No. 6. (In Russ.)

Шанин Т. История поколений и поколенческая история России // Человек. Сообщество. Управление. 2005. № 3. С. 6—25.

Shanin T. (2005). History of generations and generational history of Russia. *Man. Society. Management*. No. 3. P. 6—25. (In Russ.)

Шанин Т. Революция как момент истины : Россия 1905—1907—1917—1922 гг. М. : Весь Мир, 1997.

Shanin T. (1997) Revolution as the decisive moment: Russia 1905—1907—1917—1922 yrs. Moscow: Ves Mir Publ. (In Russ.)

Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма. М. : Альпина Паблшерз, 2009.

Yunus M., Jolis A. (2009). *Vers un monde sans pauvrete*. Moscow: Alpina Publishers. (In Russ.)

Greenberg E., Weber K. (2008) Generation We. How millennial youth are taking over America and changing our world forever. Emeryville, CA: Pachatusan.

Howe N., Strauss W. (1991) Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company.

Howe N., Strauss W. (1997) The Forth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books. ISBN 978-0-7679-0046-1.

Howe N., Strauss W. (2000) Millennials Rising: The Next Great Generation. NY: Vintage Books.

Wells A. S. (2009) The A to Z of World War II: The War Against Japan. Scarecrow Press, Inc.