

Операционализация феномена «поколение онлайн»

УДК 314.06 DOI 10.26425/2658-347X-2019-4-31-38

Получено 11.11.2019 Одобрено 30.12.2019 Опубликовано 31.12.2019

Смирнов Роман Георгиевич

Магистр, докторант, Университет Карла-Франца, Грац, Австрия

ORCID: 0000-0002-5618-7172

E-mail: r.smirnov.1994@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Рассмотрена проблема дефиниции и операционализации феномена «поколение онлайн». На основании классических и современных подходов к определению возрастных границ молодежи и исходя из социологически релевантных социально-культурных отличительных характеристик современного молодого поколения предложены возрастные границы «поколения онлайн». Под «поколением онлайн» автор понимает поколение современной молодежи, социализация и взросление которого проходили под непосредственным влиянием интернет-культуры и онлайн-коммуникаций.

Сделаны предположения о таких социально-психологических чертах, как: стремление пролонгировать «социальную молодость», отсутствие стремления брать на себя ответственность и т.д. Кроме того, выявлен феномен дематериализации событий в цифровую эпоху, когда события, даже масштабные и значимые, приобретая характер инфоповодов,

вытесняются из дискурса (в том числе из дискурса молодежи), становятся «принципиально далекими» событиями, больше не относящимися к настоящему.

Проанализировав проблему ценностных установок «поколения онлайн» через призму конфликта «отцов и детей», автор пришел к выводу, что ценности молодежи из 2010–2019-х гг. будут/смогут соответствовать ожидаемым обществом ценностям только в том случае, если само общество, его социальная, экономическая и политическая системы будут соответствовать требуемым от современной молодежи коллективным ценностям. Иными словами, молодые люди смогут соответствовать декларируемым идеалам пионеров и комсомольцев лишь в условиях плановой экономики, и когда политическая система страны будет соответствовать системе политической власти в СССР, что невыполнимо в сегодняшних условиях.

Ключевые слова

«Поколение онлайн», молодежь, интернет, социализация, демография, взросление, возрастные границы, поколение Z.

Цитирование

Смирнов Р.Г. Операционализация феномена «поколение онлайн» // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 4. С. 31–38.



Operationalization of the “Online Generation” phenomenon

DOI 10.26425/2658-347X-2019-4-31-38

Received 11.11.2019

Approved 30.12.2019

Published 31.12.2019

Smirnov Roman

Master of Arts, PhD-Student, University of Graz, Grats,

ORCID: 0000-0002-5618-7172

E-mail: r.smirnov.1994@gmail.com

ABSTRACTS

The problem of definition and operationalization of the “Online Generation” phenomenon has been discussed in the article. Based on the classical and modern approaches to determining the age boundaries of young people and based on socio-cultural characteristics of the modern young generation, the age boundaries of “Online Generation” have been proposed. “Online Generation” is the generation of modern youth whose socialization and maturation took place under the direct influence of Internet-culture and onlinecommunications.

Assumptions about such socio-psychological features of “Online Generation” as: the desire to prolong “social youth”, the lack of desire to take responsibility, etc., – have been made. In addition, the phenomenon of “dematerialization of events” in the digital era has been revealed, when events, even large-scale and

significant, having acquired the character of information lines, are being squeezed out of discourse (including from youth discourse), become “fundamentally distant” events that are no longer relevant to the present.

Analyzing the problem of “Online Generation” through the prism of the conflict of “fathers and children”, the author has come to the conclusion that the values of youth from 2010–2019 will be able to meet the values expected by society only if the society itself, its social, economic and political systems will correspond to the collective values required of modern youth. In other words, young people will be able to meet the declared ideals of pioneers and Komsomol members only in a planned economy, and when the country’s political system will correspond to the system of political system in the USSR, which is impossible in today’s conditions.

Keywords

“Online Generation”, generation Z, youth, Internet, socialization, demography, growing up, age limits.

For citation

Smirnov R.G. (2019) Operationalization of the “Online Generation” phenomenon. *Digital sociology*. Vol. 2, no 4, pp. 31–38. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-4-31-38



ВВЕДЕНИЕ

Исследование молодежной проблематики, ее операционализация и определение основных понятий продолжает оставаться одной из центральных проблем социальных наук, что обусловлено не только очевидной важностью социальной преемственности и межпоколенной передачи ценностей, норм и поведенческих моделей, но и объективной трудностью релевантной социологической интерпретации молодежи. На современном этапе важной чертой, социокультурной характеристикой молодежи является широкое использование сети «Интернет» (далее – Интернет) и глубокая вовлеченность молодых людей в онлайн-коммуникации: Интернет стал одним из наиболее значимых факторов как социальности¹, так и социализации молодого поколения². Таким образом, трансформация шаблонов процесса социализации, ускорение темпа жизни, изменения культуры – эти и другие факторы, влияющие на самоидентификацию молодых людей, ее жизнь и социальность, актуализируют проблему социологического определения возрастных границ молодежи и анализа ее социальных и психологических черт.

Объектом представленной работы является «поколение онлайн» – поколение молодых людей, чья социализация проходила/проходит в эпоху развития интернет-технологий. Статья посвящена проблеме операционализации понятия «поколение онлайн» и анализу роли цифровых технологий, прежде всего Интернета, в процессе социализации и самоидентификации молодежи.

Отметим, что, проблема характеристики и определения основных черт современных молодых людей в значительной степени обостряется «конфликтом отцов и детей», который, широко освящаясь, занимает одно из ведущих мест в дискурсе: ценности, являющиеся лишь надстройкой, следствием концептуальных отличий молодежи от «взрослых», активно критикуются, в то время как сам социально-психологический образ современной российской молодежи остается недостаточно изученным.

ВОЗРАСТНЫЕ ГРАНИЦЫ МОЛОДОСТИ

Отечественные и зарубежные социологи предлагают различные возрастные границы молодости, которые в среднем лежат в пределах от 16 до 36 лет (И. Кон, И. Громов, Т. Лисовский, П. Бабочкин, М. Günther, D. Altschuler, G. Strangler, A. Dalsgaard, K. Hansen).

¹ Armour S. (2008). Generation Y: They've arrived at work with a new attitude // USA Today. Режим доступа: https://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y_x.htm (дата обращения: 10.11.2019).

² McCrindle M. Generations Defined. McCrindle Research Center. Режим доступа: <https://mccrindle.com.au/wp-content/uploads/2018/03/Generations-Defined-Sociologically.pdf> (дата обращения: 10.11.2019).

В советской научной литературе в качестве границ «молодого поколения» были приняты 15 лет и, соответственно, 25 лет [Громов и др., 1969]. С. Иконникова относит к молодежи лиц в возрасте от 16 до 30 лет [Иконникова, 1974]. В. Боряз определяет возрастные границы молодости между 14 и 35 годами [Боряз, 1973]. Позже, в 1990-х гг., были предложены и альтернативные возрастные границы молодости – 14–28 лет [Бабочкин, 1998], 14–24 года [Ентелис, 1998].

Отметим, что традиционно в основе определения границ, отделяющих молодых людей от взрослых и детей, лежат те или иные правовые, профессиональные или образовательные критерии – наступление совершеннолетия, получение образования (того или иного уровня) и т.д. [Ковалева, Луков, 1999]. В то же время сформировался альтернативный взгляд на определение молодого поколения, который во многом соответствовал принятым ранее в Европе и США стандартам – дифференциация молодежи на подростков, молодежь и «молодых взрослых». Согласно Б. Ручкину, к подросткам относятся лица до 18 лет; к молодежи – лица в возрасте 18–24 года; к молодым взрослым – лица от 25 до 29 лет [Ручкин, 1998].

Методологическая дифференциация молодого поколения на подростков, молодежь и молодых взрослых вызвана тем, что, несмотря на в широком смысле молодость, данная группа не является однородной ни по социальным, ни по психологическим, ни по физиологическим признакам. Согласно ООН, к молодым людям сегодня относят лиц в возрасте от 15 до 24 лет. При этом от 13–19 лет – подростки; от 20–24 лет – молодые взрослые. Важным аспектом в рамках первого подхода является также правовая. Так, в ФРГ к молодежи относятся граждане в возрасте от 12 до 25 лет, при этом с законодательной точки зрения, молодыми являются лица «старше 18, но не старше 27 лет» [Altschuler и др, 2009; Günther, 1993; Schleicher, 2010; Shell Jugendstudie, 2019]. Кроме того, в различных странах существуют законодательно обозначенные возрастные границы употребления спиртного, вступления в брак, сексуального согласия, полной уголовной ответственности и т.д., что также можно расценивать как границы, отделяющие детей и молодых людей от взрослых.

СОВРЕМЕННЫЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ

Исходя из наиболее широких (из предложенных выше) возрастных границ молодежи, можно проследить и демографические тенденции данной группы. По данным Росстата³, с 2005 г. наблюдается последовательное снижение на 1–2 % в год доли молодых людей

³ Распределение населения по возрастным группам // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: [https://gks.ru/storage/mediabank/demo14\(1\).xls](https://gks.ru/storage/mediabank/demo14(1).xls) (дата обращения: 10.11.2019).

в возрасте от 15 до 34 лет. Если 2005 г. людей в возрасте от 15 до 34 лет насчитывали 45,4 млн чел., то в 2010 г. – 43,52 млн чел., в 2015 г. – 40,83 млн чел., в 2019 г. – 37 млн чел. Из них 6,9 млн чел. в возрасте 15–19 лет; 7,1 млн чел. в возрасте 20–24 лет; 10,2 млн чел. в возрасте 25–29 лет; 12,7 млн чел. в возрасте 30–34 лет. Таким образом, доля молодых людей (не считая детей) снизилась более чем на 7 млн чел. за период 2005–2019 гг.

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОКОЛЕНИЙ

Одним из наиболее важных понятий в рамках социологической операционализации современной молодежи является понятие поколения: когорты людей, рожденных в одном временном промежутке и имеющих сходный культурный опыт [Mannheim, 1952]. На современном этапе можно условно выделить два основных подхода к определению дифференциации поколений и их возрастных границ:

- 1) факторный подход (N. Howe, W. Strauss, A. Мудрик, Л. Лебедева);
- 2) типологизация «поколения X-Y-Z» (M. McCrindle, S. Armour, M. Dimmock).

Первым подходом является «факторный», в соответствии с которым важную роль в установлении поколенческих границ играет не только возраст и связанные с ним права и обязанности, но и макрофакторы социальной среды, под влиянием которых поколения социализируются. Н. Хове и В. Штраус, дифференцируя поколения через призму развитости институциональной структуры общества, выделяют «поколение подъема», поколение пробуждения», «поколение спада» и «поколение кризиса». Согласно данной поколенческой теории можно определить цикл, по которому поколения сменяют друг друга: подъем, пробуждение, спад, кризис. «Поколение подъема» – поколение посткризисного периода, когда институты сильны, а индивидуализм слаб. «Поколение пробуждения» – «дети» периода, когда институты подвергаются нападкам во имя личной и духовной автономии. «Поколение спада» – это поколение во многом (в своих ценностях, стремлениях, приоритетах) противоположно «поколению подъема»: институты слабы и лишены доверия, тогда как индивидуализм процветает. «Поколение кризиса» – люди, родившиеся и прошедшие основные ступени социализации в период, когда институциональные структуры разрушены и созданы вновь для выживания нации [Howe, 1993; Howe & Strauss 1991].

Близкой к данной является позиция, согласно которой макрофакторами дифференциации поколений являются государство, окружающая среда, Интернет и т.д. [Лебедева, 2018; Мудрик, 2016]. Здесь также речь может идти о категории «макрособытие», то есть

о роли событий, чьи социальные, психологические и культурные последствия оказали ключевое влияние на социализацию и самоидентификацию целого поколения. Ярким примером «факторного» подхода к определению границ поколений является выделение «потерянного» и «великого» поколений – поколений Первой и Второй мировой войн, соответственно.

В качестве *второго подхода* может быть выделение поколений X-Y-Z, так как, с одной стороны, эти поколения имеют четкие возрастные границы, а с другой – выделены на основе общих социально-культурных черт (но не произошедших макрособытий):

- поколение X (1965–1980) [Howe, 1993; Twenge, 2018];
- поколение Y (миллениалы) (1982–1996) [Dimmock, 2019];
- поколение Z (1996–2000) [Dimmock, 2019].

Основным маркером (и отличительной чертой) поколений Y и Z является глубокая вовлеченность членов данной группы в онлайн-коммуникацию и интернет-потребление. Таким образом, опираясь на обозначенные выше возрастные границы молодого поколения и отталкиваясь от возросшего уровня социальной значимости Интернета, представляется релевантным в качестве «поколения онлайн» выделить группу молодых людей в возрасте до 30 лет.

ЧЕРТЫ «ПОКОЛЕНИЯ ОНЛАЙН»

Рассматривая «поколение онлайн» через призму факторного поколенческого подхода, можно сказать, что макрособытием, оказавшим глубокое влияние на социально-психологические и культурные черты данной группы, стало развитие (с 1998 г.) и коньюмирование (с 2005 г.) Интернета, который стал широкодоступным средством коммуникаций, а также агентом досуга и потребления.

Интернет, став общедоступным, к тому же почти не требующим материальных затрат, приобрел значение агента вторичной социализации. Именно в контексте интернет-общения значительная часть современной молодежи воспринимает морально-этические нормы и вырабатывает определенные социальные привычки. Посредством участия в социальных сетях и т.д. формируются крупные (вплоть до миллиона человек) группы, которые, имеют общие интересы, но при этом достаточно слабые социальные связи [Hurrelmann, Ulich, 1991].

Характерными чертами «поколения онлайн» являются вовлеченность в цифровые технологии и стремление «оттянуть» наступление взрослости. Кроме того, представители данного поколения демонстрируют достаточно близкие политические и идеологические взгляды: нейтральные политические взгляды, неприятие полярных позиций, ценность индивидуального

выбора личности^{4,5,6,7} [Dalsgaard, Hansen, 2008]. При этом ценности данной группы отличаются от ценностей предыдущего поколения: для значительной части поколения Y и Z является отсутствием стремления к формализации социального статуса и приобретению четких позиций внутри социальной структуры. Характерными также являются более позднее вступление в брак, неформальная занятость и т.д. Также одной из отличительных черт значительной части современной молодежи, является низкий уровень социальной активности – в отличие от более ранних поколений («поколения Великой отечественной войны», поколения «Застоя» или поколения «Перестройки») современная молодежь может характеризоваться отсутствием некой глобальной деятельно-реформаторской силы [Асташова, 2014].

ОТЦЫ И ДЕТИ

Обращаясь к «вечному» конфликту отцов и детей, стоит отметить, что ценности (как молодых людей, так и их родителей) продиктованы теми условиями, в которых проходила социализация и взросление каждого поколения. Формирующаяся в каждом обществе система ценностей обусловлена социокультурными, историческими, политическими, культурными, экономическими условиями его развития, тенденциями общественной динамики, спецификой конкретного периода функционирования социума с его трудностями и перспективами. На формирование жизненных стратегий, ценностных ориентаций того и иного поколения влияют факторы внутреннего и внешнего характера. К внутренним факторам следует отнести происходящие в стране изменения, отражающиеся на функционировании базовых социальных институтов: семьи, образования, культуры, экономики, спорта, средств массовой информации и государства в целом. К внешним факторам влияния на формирование ценностных ориентаций и установок поколения следует отнести международные события, военные конфликты, глобализацию, информационно-коммуникативную революцию, доминирующие идеологии. Ценности не существуют

и не могут существовать вне определенного социального контекста, и, как следствие, природы социальных ценностей, например, ценности раннего вступления в брак, раннего рождения детей, коллективизма и занятости (желательно в государственном секторе) деактуализируются в контексте свободного рынка, пролонгированного обучения и социализации.

Таким образом, ценности молодежи из 2010–2019 гг. будут/смогут соответствовать ожидаемым обществом ценностям только в том случае, если само общество, его социальная, экономическая и политическая системы будут соответствовать требуемым от современной молодежи коллективным ценностям. Иными словами, молодые люди смогут соответствовать декларируемым идеалам пионеров и комсомольцев лишь в условиях плановой экономики, и когда политическая система страны будет соответствовать системе политической власти в СССР, что невыполнимо в современных условиях.

ДЕМАТЕРИАЛИЗАЦИЯ СОБЫТИЙ: СВОЙСТВО «ПОКОЛЕНИЯ ОНЛАЙН»

Рассматривая «поколение онлайн» через призму факторно-событийного подхода, можно сказать, что временной период взросления и социализации «поколения онлайн» (1990–2000 гг.) характеризуется отсутствием иных макрособытий, кроме возникновения и широкого распространения Интернета. В контексте ускоряющейся глобализации и интернационализации социальных и культурных пространств лишь немногие масштабные события способны стать драйверами, этически, социально и психологически объединяющими целое поколение людей. Влияние интернет-культуры прослеживается и здесь: события дематериализовались, приобретая статус инфоповодов или иных символических раздражителей, которые обосновались в новостной ленте. Таким образом, на современном этапе как вторичная социализация молодежи («поколения онлайн»), так и «события» перешли в онлайн-сферу, мир нематериального, неосознанного и принципиально далекого.

Под дематериализацией события (соответственно, «принципиально дальним событием») понимается феномен, когда событие, привлекая к себе повышенное внимание, так же быстро выпадает из информационного дискурса. Социальные, психологические и иные последствия воспринимаются, как происходящие «где-то», то есть как не влияющие на повседневность инфоповоды. Одновременно с этим, нейтральность взглядов, низкая политическая активность и невысокий уровень социальной активности содействуют переходу события в раздел нематериальных инфоповодов.

⁴ Atheism Doubles Among Generation Z, Barna Group. Режим доступа: <https://www.barna.com/research/atheism-doubles-among-generation-z/> (дата обращения: 10.11.2019).

⁵ Pro-Choice or Pro-Life. Demographic Table, Gallup, 2019. Режим доступа: (дата обращения: 10.11.2019).

⁶ De Pinto J., Backus F. Younger Americans views' on climate change: More serious, yet more optimistic. Режим доступа: <https://www.cbsnews.com/news/younger-americans-views-on-climate-change-more-serious-yet-more-optimistic> (дата обращения: 10.11.2019).

⁷ Saad L. (2019). U.S. Still Leans Conservative, but Liberals Keep Recent Gains. Gallup Poll. Politics, January 8. Режим доступа: <https://news.gallup.com/poll/245813/leans-conservative-liberals-keep-recent-gains.aspx> (дата обращения: 10.11.2019).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленной работе рассмотрен и операционализирован феномен «поколение онлайн». «Поколение онлайн» было дефинировано как поколение современной молодежи, социализация и взросление которого проходили под непосредственным влиянием интернет-культуры и онлайн-коммуникаций. «Поколение онлайн» проанализировано в двух измерениях: как 1) демографическая группа (по возрасту), 2) группа, обладающая особыми социально-психологическими чертами. В рамках анализа «поколения онлайн» как группы, обладающей особыми социально-психологическими чертами, особый акцент сделан на ценностном конфликте «отцов и детей» и на таком явлении, как дематериализация событий.

«Поколение онлайн», как демографическая группа, представляет собой современную молодежь в возрасте до 35 лет. Вместе с тем, несмотря на широкие возрастные рамки и общую неоднородность молодежи как социальной группы, мы можем выделить ряд специфических социально-психологических черт, которые являются общими для целого поколения: вовлеченность в цифровые технологии, нейтральные политические взгляды, непринятие полярных позиций, ценность индивидуального выбора личности, стремление отсрочить наступление взрослости, отсутствие

стремления к формализации социального статуса и приобретению четких позиций внутри социальной структуры. В качестве одного из важнейших явлений, непосредственно связанных с «поколением онлайн», названа дематериализация событий. На современном этапе все большее влияние как на социализацию, так и на социальность оказывают интернет-культура и потребление информации: даже масштабные и значительные события, становясь инфоповодами внутри новостной ленты, дематериализовались, перейдя в сферу символических раздражителей. В рамках обсуждения ценностного конфликта поколений, который активно тиражируется, сделан вывод, что ценности современного молодого поколения продиктованы «не их желаниями», а в первую очередь, средой – объективными социальными, экономическими, информационными и цифровыми условиями, в которых проходили первичная и вторичная социализация «поколения онлайн». Возрастающие темпы научно-технического прогресса, глобализация, а также общая для развитых стран тенденция пролонгации социальной молодости стали базисом формирования определенной ценностной системы координат: молодые люди смогли бы соответствовать декларируемым идеалам пионеров и комсомольцев лишь в тех условиях, в которых существовали эти пионеры, что невыполнимо в сегодняшних условиях.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Асташова Ю.В. (2014). Теория поколений в маркетинге//Вестник Южно-Уральского Государственного Университета. Т. 8. № 1. С. 108–114.
- Бабочкин П.И. (1998). Молодежь в структуре современного российского общества//Методологические проблемы исследования молодежи (материалы к дискуссии). С. 22–30.
- Боряз В.Н. (1973). Молодежь: Методологические проблемы исследования. Л.: Наука. 155 с.
- Громов И.А., Иконникова С.Н., Лисовский В.Т. (1969). Молодежь в обществе//Человек и общество: Социальные проблемы молодежи. Вып. VI / под общ. ред. Б. Г. Ананьева, Д. А. Керимова. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та. С. 6–15.
- Ентелис Г.С. (1998). Возраст и возрастные пределы категории «молодежь»//Методологические проблемы исследования молодежи (материалы к дискуссии). С. 43–51.
- Иконникова С.Н. (1974). Молодежь: Социологический и социально-психологический анализ. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та. 166 с.
- Ковалева А.И., Луков В.А. (1999). Социология молодежи: Теоретические вопросы. М.: Социум. 351 с.
- Лебедева Л.Г. (2018). Социализация личности в дискурсе преемственности поколений//Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. № 4 (52). С. 116–125.
- Мудрик А.В. (2016). Социально-педагогические проблемы социализации: монография. М.: МПГУ, 154 с.
- Ручкин Б.А. (1998). Что такое «российская молодежь»?//Методологические проблемы исследования молодежи (Материалы к дискуссии) / НИЦ при Институте молодежи. С. 52–67.
- Altschuler D., Strangler G., Berkley K., Burton L. (2009). Supporting youth in transition to adulthood: Lessons learned from child welfare and juvenile justice. Center for Juvenile Justice Reform. 215 p.
- Dalsgaard A., Hansen K. (2008). Youth and the city in the global south / Tracking Globalization. Bloomington: Indiana University Press. 224 p.
- Dimmock M. (2019). Defining generations: Where millennials end and post-millennials begin / Pew Research Center. Режим доступа: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (дата обращения: 10.11.2019).

Günther M. (1993). Hilfe für junge Volljährige nach SGB VIII [Помощь молодым совершеннолетним после СГБ VIII] // Jugendhilfe. № 8. Pp. 44–76.

Howe N. (1993). 13th Gen: abort, retry, ignore, fail? Vintage. 240 p.

Howe N. and Strauss W. (1991). Generations: The history of America's future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. 544 p.

Hurrelmann K. and Ulich D. (1991). Gegenstands- und Methodenfragen der Sozialisationsforschung [Предметные и методологические вопросы социализации] / Handbuch der Sozialisationsforschung [Справочник по исследованиям социализации]. Basel, Beltz: Weinheim. Pp. 3–20.

Mannheim K. (1952). Essays on the sociology of knowledge. London. 327 p.

Schleicher H. (2010). Jugend- und Familienrecht. Auflage 13 [Молодежное и семейное право. Выпуск 13]. München: Verlag C.H. Beck. 409 p.

Shell Jugendstudie "Eine Generation meldet sich zu Wort" [Исследование молодежи компанией Shell «Поколение заявляет о себе»] (2019). Режим доступа: https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/_jcr_content/par/toptasks.stream/1570810209742/9ff5b72cc4a915b9a6e7a7b6fdc653cebd4576/shell-youth-study-2019-flyer-de.pdf (дата обращения: 10.11.2019).

Twenge J. (2018). How Are Generations Named? Trend. The Pew Charitable Trusts. Режим доступа: <https://trend.pewtrusts.org/en/archive/winter-2018/foreword-how-are-generations-named> (дата обращения: 10.11.2019).

REFERENCES

Altschuler D., Strangler G., Berkley K. and Burton L. (2009) Supporting youth in transition to adulthood: lessons learned from child welfare and juvenile justice, Center for Juvenile Justice Reform.

Astashova Yu.V. (2014) Theory of generations in marketing [Teoriya pokolenii v marketing]. *Bulletin of the South Ural State University [Vestnik Yuzhno-Ural'skogo Gosudarstvennogo Universiteta]*, vol. 8, no. 1, pp. 108–114.

Babochkin P.I. (1998) Youth in the structure of modern Russian society [Molodezh' v strukture sovremennogo rossiiskogo obshchestva]. *Metodologicheskie problemy issledovaniya molodezhi (materialy k diskussii)*, pp. 22–30.

Boryaz V.N. (1973) *Youth: Methodological problems of research [Molodezh': Metodologicheskie problemy issledovaniya]*. Nauka, Leningrad, USSR. [In Russian].

Dalsgaard A. and Hansen K. (2008) Youth and the City in the Global South, In: Tracking Globalization, Indiana University Press, Bloomington, USA.

Dimmock M. (2019) Defining generations: Where millennials end and post-millennials begin, pew research center. Available at: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/> (accessed 10.11.2019).

Entelis G.S. (1998) Age and age limits of the category "youth" [Vozrast i vozrastnye predely kategorii "molodezh'"]. *Metodologicheskie problemy issledovaniya molodezhi (materialy k diskussii)*, pp. 43–51.

Gromov I.A., Ikonnikova S. N. and Lisovskii V. T. (1969) Youth in society [Molodezh' v obshchestve]. *Chelovek i obshchestvo: Sotsial'nye problemy molodezhi*, issue VI, Eds. B.G. Anan'eva, D.A. Kerimova, Izd-vo Leningr. un-ta, Leningrad, USSR, pp. 6–15. [In Russian].

Gunther M. (1993) Help for young adults according to SGB VIII [Hilfe für junge Volljährige nach SGB VIII]. *Youth Welfare [Jugendhilfe]*, no. 8, pp. 44–76.

Howe N. (1993) 13th Gen: abort, retry, ignore, fail? Vintage.

Howe N. and Strauss W. (1991) *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*, William Morrow & Company, New York, USA.

Hurrelmann K. and Ulich D. (1991) Issues of the subject and methods of socialization research [Gegenstands- und Methodenfragen der Sozialisationsforschung]. *Handbook of socialization research. [Handbuch der Sozialisationsforschung]*, Beltz, Weinheim, Basel, pp. 3–20.

Ikonnikova S.N. (1974) *Youth: Sociological and socio-psychological analysis [Molodezh': Sotsiologicheskii i sotsial'no-psikhologicheskii analiz]*, Izd-vo Leningr. un-ta, Leningrad, USSR. [In Russian].

Kovaleva A.I. and Lukov V.A. (1999) *Sociology of youth: Theoretical issues [Sotsiologiya molodezhi: Teoreticheskie voprosy]*. Sotsium, Moscow, Russia. [In Russian].

Lebedeva L.G. (2018) Socialization of personality in the discourse of continuity of generations [Sotsializatsiya lichnosti v diskurse preemstvennosti pokolenii]. *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences [Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsial'nye nauki]*, no. 4 (52), pp. 116–125.

Mannheim K. (1952) *Essays on the Sociology of Knowledge*, London, UK.

Mudrik A.V. (2016) *Socio-pedagogical problems of socialization: monography [Sotsial'no-pedagogicheskie problemy sotsializatsii: Monografiya]*, MPGU, Moscow, Russia. [In Russian].

Ruchkin B.A. (1998) What is the "Russian youth"? [Chto takoe "rossiiskaya molodezh'"]. *Metodologicheskie problemy issledovaniya molodezhi (Materialy k diskussii)*, NITs pri Institute molodezhi, pp. 52–67.

McCrindle M. "Generations defined", *McCrindle Research Center*. Available at: <https://mccrindle.com.au/wp-content/uploads/2018/03/Generations-Defined-Sociologically.pdf> (accessed 10.11.2019).

Schleicher H. (2010) *Youth and family law. 13. Edition [Jugend- und Familienrecht. 13. Auflage]*, Verlag C.H. Beck, 400 p. München, Germany [in German].

(2019) Shell youth study: A Generation speaks out [Shell Jugendstudie «Eine Generation meldet sich zu Wort*»]. Available at: https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie/_jcr_content/par/toptasks.stream/1570810209742/9ff5b72cc4a915b9a6e7a7a7b6fdc653cebd4576/shell-youth-study-2019-flyer-de.pdf (accessed 10.11.2019).

Twenge J. (2018) How Are Generations Named? Trend. The Pew Charitable Trusts. Available at: <https://trend.pewtrusts.org/en/archive/winter-2018/foreword-how-are-generations-named>] (accessed 10.11.2019).

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

¹ Armour S. (2008) Generation Y: They've arrived at work with a new attitude. USA Today. Available at: https://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y_x.htm (accessed 10.11.2019).

² McCrindle M. Generations Defined. McCrindle Research Center. Available at: <https://mccrindle.com.au/wp-content/uploads/2018/03/Generations-Defined-Sociologically.pdf> (accessed 10.11.2019).

³ Distribution of the population by age groups, Federal state statistics service. Available at: [https://gks.ru/storage/mediabank/demo14\(1\).xls](https://gks.ru/storage/mediabank/demo14(1).xls) (accessed 10.11.2019).

⁴ Atheism Doubles Among Generation Z, Barna Group. Available at: <https://www.barna.com/research/atheism-doubles-among-generation-z/> (accessed 10.11.2019).

⁵ Pro-Choice or Pro-Life. Demographic Table, Gallup, 2019. Available at: <https://news.gallup.com/poll/244709/pro-choice-pro-life-2018-demographic-tables.aspx> (accessed 10.11.2019).

⁶ De Pinto J. and Backus F. Younger Americans views' on climate change: More serious, yet more optimistic. Available at: <https://www.cbsnews.com/news/younger-americans-views-on-climate-change-more-serious-yet-more-optimistic> (accessed 10.11.2019).

⁷ Saad L. (2019). U.S. Still Leans Conservative, but Liberals Keep Recent Gains, Gallup, Politics, January 8, Available at: <https://news.gallup.com/poll/245813/leans-conservative-liberals-keep-recent-gains.aspx> (accessed 10.11.2019).