

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ / SOCIAL PSYCHOLOGY

Научная статья / Research Article
<https://doi.org/10.11621/npj.2024.0303>
УДК/UDC 159.9.075

Идентичность поколений: социально-психологический подход и опыт эмпирического исследования

Е.П. Белинская, А.М. Рикель ✉

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация

✉ a.m.rikel@gmail.com

Резюме

Актуальность. Актуальность исследования определяется: 1) в условиях неопределенности и сокращения привычных оснований социальной солидаризации анализ закономерностей идентичности поколений задает новый ракурс для понимания динамического единства процессов конструирования социальной и персональной идентичностей; 2) выявление феноменологии идентичности различных поколений представляется необходимым для нужд практической психологической помощи различным социальным субъектам.

Цель. Выявление и описание особенностей идентификации людей, принадлежащих к разным поколениям, со своей поколенческой группой.

Выборка. 215 человек (поколения застоя, реформенное, миллениалы, зумеры).

Методы. Авторская анкета (Приложение 1) из трех блоков: 1) вопросы об исторических событиях, повлиявших на становление поколенческой группы; 2) вопросы о культурном жизненном сценарии поколения и оценка вероятности того или иного типичного события; 3) неоконченные предложения о психологическом портрете своего поколения.

Результаты. Идентификационный портрет поколения застоя включает в себя: акцент на масштабные события; преобладание коллективистических и семейных ценностей; самоатрибуцию таких качеств, как патриотизм, открытость миру, добросовестность, отзывчивость. Идентичность реформенного поколения опирается на события 1990-х годов, интерпретируя их через призму политики открытости окружающему миру, а также события технологического порядка; оно является «переходным» с точки зрения типичных жизненных сценариев и личностных черт. Идентификационный портрет **миллениалов включает в себя:** преимущественно события 2010-х годов и экономические события, преобладание ценностей свободы, творчества, прогресса; самоатрибуцию переживания жизненных трудностей. Идентичность поколения **зумеров** значительно отличается: у них отсутствуют политические события в идентификационном портрете; в качестве идентификационной опоры выступают события недавнего времени (пандемия, цифровизация); в жизненных сценариях маловероятны брак и рождение детей; самоатрибуции включают гибкость, индивидуализм, политкорректность и миролюбие.

Выводы. Социально-психологический анализ идентичности поколений реализован на трех взаимосвязанных уровнях через идентификацию: с историческими событиями, с событиями жизненного сценария и с типичным психологическим портретом представителя поколения.

Ключевые слова: социальная идентичность, временная идентичность, идентификация, самокатегоризация, поколение, поколенческая группа

Для цитирования: Белинская, Е.П., Рикель, А.М. (2024). Идентичность поколений: социально-психологический подход и опыт эмпирического исследования. *Национальный психологический журнал*, 19(3), 31–45. <https://doi.org/10.11621/npj.2024.0303>

Identification with the Generation: Socio-Psychological Approach and Empirical Research Experience

Elena P. Belinskaya, Alexander M. Rikel ✉

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

✉ a.m.rikel@gmail.com

Abstract

Background. The relevance of the study is determined by two core factors. (1) In conditions of uncertainty and reduction of the usual bases of social solidarity, the analysis of the patterns of generational identity sets a new perspective for understanding the dynamic unity of the processes of constructing social and personal identities. (2) Identifying the phenomenology of identity of different generations seems necessary for the needs of practical psychological assistance to various social subjects.

Objective. The research is focused on revealing and describing the features of identification with the generational group in people belonging to different generations.

Methods. Author's questionnaire (Appendix 1) consisting of: (1) questions about historical events that influenced the formation of a generational group; (2) questions about the cultural life scenario of a generation and an assessment of the probability of a particular typical event; (3) unfinished sentences on the psychological portrait of one's generation.

Study Participants. 215 respondents (Generations of Stagnation, Reform, Millennials, and Zoomers) took part in the research.

Results. The identity portrait of the stagnation generation includes: an emphasis on large-scale events; the prevalence of collectivist and family values; self-attribution of such qualities as patriotism, openness to the world, conscientiousness, responsiveness. The identity of the reform generation is based on the events of the 1990s, interpreting them through the prism of the policy of openness to the outside world, as well as technological events; it is "transitional" in terms of typical life scenarios and personality traits. The identity portrait of millennials includes: mainly the events of the 2010s and economic events, the prevalence of the values of freedom, creativity, progress; self-attribution of experiencing life's difficulties. The identity of the zoomer generation is significantly different: they do not have political events in their identity portrait; recent events (pandemic, digitalization) act as an identification support; marriage and childbirth are unlikely in life scenarios; self-attributions include flexibility, individualism, political correctness, and peacefulness.

Conclusion. The socio-psychological analysis of the identity of generations is implemented at three interconnected levels through identification: with historical events, with events of the life scenario and with a typical psychological portrait of a representative of the generation.

Keywords: social identity, temporary identity, identification, self-categorization, generation, generational group

For citation: Belinskaya, E.P., Rikel, A.M. (2024). Identification with the generation: socio-psychological approach and empirical research experience. *National Psychological Journal*, 19(3), 31–45. <https://doi.org/10.11621/npj.2024.0303>

Введение

На современном этапе изучения идентичности, несмотря на его кризисное состояние, причины и проявления которого не раз становились предметом анализа (Андреева, 2011; Белинская, 2015; Леонтьев, 2009; Соколова, 2014; Емелин, Тхостов, 2020), существуют, как минимум, две содержательно взаимосвязанные «точки согласия» между исследователями самой разной дисциплинарной принадлежности и теоретических пристрастий. Во-первых, это все больший сдвиг исследовательского интереса от структурных составляющих идентичности к ее процессуальным характеристикам, в результате чего в центре внимания оказывается «текущая» идентичность человека «текучей» современности (Бауман, 2008), лишенная структур-

ной определенности и завершенности; а во-вторых — констатация определенных феноменологических изменений в системе идентификаций (Белинская, 2018). Последние все чаще свидетельствуют о необходимости концептуальных метаморфоз в трактовке традиционных дихотомий, характеризующих предметное поле всей проблематики идентичности.

Так, прежде всего, сегодня конфигурация персональных и социальных идентичностей человека ставится в зависимость не только от постоянно идущих их реципрокных взаимопереходов в соответствии с тем или иным вариантом социального сравнения, но и от процесса их непрерывающейся переоценки субъектом. Последняя осуществляется преимущественно с точки зрения содержания доминирующих социальных представлений, в результате чего

традиционное структурное различие персональной и социальной идентичностей во многом теряет смысл, уступая место идее главенства *отношения* человека к социальному контексту своего бытия (Марцинковская, Полева, 2017) — как основе не только системы персональных выборов, но и идентификаций. Последние в таком случае неизбежно приобретают изменчивость (Психология личности..., 2019) — хотя бы в силу факта своей аффективной «окрашенности» для человека, превращая его рефлексии анонии и отчуждения в онтологическую неопределенность, значительный вес в которой начинают играть «сложные чувства»: вины, стыда, «нелюбви» (Сложные чувства..., 2018; Белинская, 2020). Другая традиционная дихотомия в проблематике идентичности — константность/изменчивость идентификационных структур личности, — также фактически уходит в небытие. Сегодня тезис о том, что отсутствие в современности универсальных целостностей делают идентичность принципиально множественной (а потому — исключительно и только изменчивой), стал уже общепринятым. Подчеркнем здесь, что обе эти современные концептуальные метаморфозы в понимании идентичности (отказ от жесткости структурного деления «социальная/персональная» и акцент на множественности/изменчивости) закономерно заставляют исследователей расширять эмпирическое поле ее изучения: с одной стороны, обращая внимание на новые возможные основания социальной солидаризации и, соответственно, социальной самокатегоризации, а с другой — фиксируя не только и не столько факты идентификации человека с той или иной социальной группой, сколько постоянную динамику эмоционально-ценностного отношения к ней. И представляется, что обращение социальной психологии к анализу закономерностей конструирования идентичности поколений открывает для этого новые возможности.

Подчеркнем, что социологическая и культурологическая традиция исследования поколенческих групп предполагает их описание сквозь призму ярких исторических событий, оказавших влияние на ход политического, экономического, культурного, технологического и прочих процессов (Мангейм, 1998; Серебрякова, 2019; Шамис, 2019; Howe, Strauss, 2018; Twenge, 2012). Однако, несмотря на эти традиции, ряд логичных вопросов до сих пор остается без ответа. Кто определяет эпохальность и значимость исторического события с точки зрения формирования поколения? Есть ли необходимость в доказательстве связи события и некоторых паттернов поведения, объединяющих поколенческую группу? Когда именно это событие должно произойти, для того чтобы «сформировать» поколение? Ответ на последний вопрос выглядит достаточно абстрактно, но все же дается в логике различных теоретических классификаций, когда авторы рассуждают о так называемых формирующих годах (*formative ages*) и приводят с опорой на разные возрастно-психологические концепции те или иные сроки, очерчиваемые годами юности (Gauly, 2017; Giuliano, Spilimbergo, 2013). При этом первые два

вопроса остаются без теоретико-методологического обоснования и даже попыток привести доказательную базу влияния исторических событий на формирование поколения. Представляется, что именно социальная психология может внести очевидный вклад в научную концептуализацию понятия поколения, добавляя переменную идентичности поколений и тем самым проставляя логичный «мостик» между категорией исторического события и психологическими особенностями поколенческих когорт. Эта задача на данный момент остается нерешенной (Емельянова, Викентьева, Тарасова, 2022; Рикель, 2020; Петрунина, 2022; Lyons, 2019).

Отдельно подчеркнем, что введение в социально-психологический анализ проблематики идентичности поколений в значительной степени было заложено в поздних работах Г.М. Андреевой (Андреева, 2009, 2011), в которых обосновывалась идея временной идентичности (*time identity*) как осознания человеком своей принадлежности к определенному историческому времени, понимаемому (в том числе) событийно. Подобный тип идентичности конструируется в ходе взаимодействия различных социальных субъектов и нередко оказывается представлен в виде специфического нарратива о потере ощущения социального времени (Андреева, 2012). Как отмечала Г.М. Андреева, с этой точки зрения для любого человека возникают следующие вопросы: является ли мое поколение референтным для меня в подлинном смысле этого слова? Как я к нему отношусь? Разделяю ли его ценности? (Андреева, 2011).

Для эмпирической операционализации мы предлагаем рассматривать идентификацию с поколением на трех уровнях: 1) исторической идентичности (уровень идентификации с историческими событиями, оказавшими влияние на психологический портрет поколения); 2) идентичности на уровне культурного жизненного сценария поколения (совокупности установок о событиях, которые должны произойти в жизни типичного представителя данной поколенческой группы) и 3) личностной идентичности (представлений о социально-психологическом портрете типичного представителя данной поколенческой группы).

Методы исследования

В качестве основной **методики** исследования выступила авторская анкета (см. Приложение 1), состоящая из следующих блоков:

1) *исторически-событийный блок*: респондентам предлагалось не менее 7 раз ответить на вопрос о событиях, повлиявших на становление их поколенческой группы, а также оценить эти события как скорее, положительные, нейтральные или отрицательные. Ответы подвергались обработке контент-анализом. Анализировались как конкретные единицы событий, так и их отнесенность к той или иной сфере (политика, экономика, войны и т.п.), а также к временному периоду (1950, 1960, 1970-е и пр.).

2) блок представлений о культурном жизненном сценарии: респондентам предлагалось оценить вероятность наступления того или иного события в жизни типичного представителя его поколения (рождение своего ребенка, окончание школы, первая влюбленность, служба в вооруженных силах, получение высшего образования, покупка квартиры/дома, заключение брака, трудоустройство, обретение независимости от родителей, дружба). Перечень событий был сформирован на основе ранее проведенного исследования о жизненных сценариях различных поколений (Рикель, Дорохов, 2024), а также универсального списка событий культурных жизненных сценариев, выявленного в других исследованиях (Костромина и др., 2018; Нуркова, 2018; Scherman et al., 2017; Wilkinson, Dunlop, 2020);

3) блок психологического портрета: респондентам предлагалось завершить неоконченные предложения а) «Люди моего поколения...», б) «В отличие от других поколений, мы...», в) «Сильная сторона нашего поколения — это...», г) «Слабая сторона нашего поколения — это...», д) «Людей моего поколения можно легко узнать по типичной черте: мы, как правило...». Данная схема анализа может быть отнесена к схеме анализа идентификации с большими социальными группами, восходящей к классическим тестовым методам, подразумевающим открытые качественные ответы на вопросы, выявляющие особенности социальной идентификации (например, тест «Кто я?» М. Куна и Т. Макпартленда) (Андреева, 2012). Ответы подвергались качественному контент-анализу с помощью категориальной сетки контент-анализа социально-психологических качеств личности (Андреева, 2006).

Выборка

В исследовании приняли участие 215 человек, принадлежавших к 7 поколенческим группам (поколение застоя, реформенное поколение, поколение миллениалов и поколение зумеров, в каждом случае — старшая и младшая группы). Нами использовалась классификация поколений В. Радаева (Radaev, 2020), в максимальной степени эмпирически апробированная на большой выборке современных россиян и адаптированная к российским историческим реалиям по сравнению с аналогичными популярными западными классификациями (Howe, Strauss, 2018). В рамках данного исследования поколенческие когорты делились еще на 2 подгруппы (старшие и младшие), что, как было показано ранее (Radaev, 2020; Рикель, Дорохов, 2023) позволяет провести более тщательный и более обоснованный анализ. Ряд поколенческих групп (старшие и младшие представители поколений Застоя и поколений Миллениалов) при проведении ряда статистических процедур (однофакторный дисперсионный анализ, корреляционный анализ) подлежали временному объединению с

целью укрупнения для более обоснованного математического анализа.

Выборка не выравнена по уровню образования и не полностью выравнена по месту жительства. Смещение по данным переменным не позволяет составить психологический портрет идентификации менее образованного не городского населения, что не противоречит логике анализа поколенческих когорт в традиции изучения ядра поколения как представителей городского среднего класса (Radaev, 2020; Rikel, 2019).

Результаты исследования

Анализ представлений о себе как о типичном/нетипичном представителе своей поколенческой группы показывает: в большинстве групп респонденты, скорее, соотносят себя с типичным представителем своего поколения (см. Таблицу 1), что позволяет говорить о возможной релевантности оценок своего поколения людьми, оценивающими себя соответствующим образом. Чуть меньшая соотносимость наблюдается в группе младших миллениалов и младшего поколения застоя, однако, связи между принадлежностью к поколению и степенью схожести на типичного представителя своего поколения нет (k Спирмена = $-0,065$; $p = 0,352$), таким образом можно сказать, что выборка во всех когортах репрезентативна с точки зрения поставленных задач.

Таблица 1

Соотнесение респондентами себя с типичным представителем поколения

Оценка схожести в баллах	Доля респондентов, принадлежащих данной поколенческой группе (в %)						
	1	2	3	4	5	6	7
1-3 (скорее, не похож)	5	18,6	14,3	5,9	7,7	23,1	9,4
4 (и похож, и не похож)	30	25	19	17,6	23,1	30,7	20,8
5-7 (скорее, похож)	65	56,4	66,7	76,5	69,2	46,2	69,7

Table 1

Respondents' comparison of themselves with a typical representative of the generation

Similarity score	The proportion of respondents belonging to this generational group (in %)						
	1	2	3	4	5	6	7
1-3 (rather not similar)	5	18.6	14.3	5.9	7.7	23.1	9.4
4 (both similar and not similar)	30	25	19	17.6	23.1	30.7	20.8
5-7 (rather similar)	65	56.4	66.7	76.5	69.2	46.2	69.7

Фактор образования с точки зрения описательной статистики показывает любопытные результаты: 42,9% респондентов со средним уровнем образования не идентифицируют или слабо идентифицируют себя со своим поколением, в то время как для людей с другим уровнем образования этот показатель не превышает 12%. В то же время фактор проживания в том или ином населенном пункте демонстрирует любопытные различия в плане идентификации себя с типичным представителем поколения: жители крупных и малых городов ощущают свою общность с эпохой, а жители сельской местности — удаленными от поколенческих трендов. Этот результат может быть проинтерпретирован сторонниками наличия ядра поколения в свою пользу.

Идентификация респондентов с историческими событиями продемонстрировала лидерство технологических и политических событий (26,3% и 26,4% от общего числа упоминаний). Военные события занимают третье место (13,8%), далее — масштабные спортивные события (9,1%) и экономические события (8,8%). Чаще всего респонденты всех поколений вспоминали события, произошедшие в 2010-е годы (20,7%), 2020-е годы (20,4%), 2000-е годы (19,1%), 1990-е (17,2%), 1980-е (16,5%), а события 1940–1970-х годов вспоминались респондентами значительно реже.

Что касается рейтинга этих событий, то чаще всего респонденты называли: 1) распад СССР (9,7% упоминаний), 2) спортивные праздники (8,8%), 3) специальную военную операцию (7,7%), 4) появление интернет-технологий (7,6%), 5) эпидемию COVID-19 (7,2%), 6) появление мобильных технологий (5,7%), 7) медицинские технологические прорывы (4,4%).

Различия между поколенческими когортами были проанализированы с помощью однофакторного дисперсионного анализа.

Поколение застоя и реформенное поколение в среднем в 2 раза чаще вспоминают политические события в контексте идентификации с поколением, чем младшие (миллениалы и зумеры, $p < 0,001$). В свою очередь 75,5% зумеров вспоминают об эпидемии COVID-19 (против 38,5% миллениалов, 35,8% реформенного поколения и не более чем 27,8% поколения застоя) ($k = 0,181$; $p < 0,001$). Масштабные спортивные события чаще всего упоминают представители старшего поколения застоя (60%), а также молодые зумеры (54,7%); реформенное поколение вспоминает о них реже (не более 27,3%), а младшие миллениалы — совсем редко (15,4%). На уровне тенденции ($k = 0,705$; $p = 0,06$) можно говорить о том, что о войне чаще вспоминают представители поколения застоя (старшие) (70%), младшие миллениалы (69,2%), зумеры (50,9%) и реже — старшие миллениалы (38,5%).

Касательно времени наступления события, то 92,5% зумеров называют события 2020-х годов (различия с другими поколениями значимы на $p < 0,001$). 2010-е лидируют у старших миллениалов (77,2%); 1990-е чаще всего называют (88,6%) представители реформенного поколения. С 1980-ми идентифицируют себя представители поколения застоя (до 94,5%) против тех же 3,8% у зумеров и 15,4% у младших миллениалов ($p < 0,001$). Наконец, 1960-е предсказуемо на первом месте у самого старшего поколения (75% упоминаний), а у всех остальных когорт — не более 22,2% ($p < 0,001$). Этот логичный результат подтверждает гипотезу «формирующих лет» (Giuliano, Spilimbergo, 2013): большинство респондентов говоря о событиях, сформировавших их поколение, называют те из них, которые пришлось на период их юности.

Об идентификации с конкретными событиями, сформировавшими поколение, по результатам дисперсионного анализа были получены следующие значимые различия ($p < 0,001$), представленные в Таблице 2.

Таблица 2

Рейтинг событий, являющихся основаниями для идентификации поколенческих групп

Поколенческая группа / Рейтинг событий	1	2	3	4	5	6	7
I	Распад СССР (70%)	Распад СССР (55,6%)	Распад СССР (84,1%)	Распад СССР (66%)	Правление Путина (53,8%)	СВО (69,2%)	COVID-19 (75,5%)
II	Полет Гагарина (70%)	Интернет (50%)	Перестройка (40,9%)	Интернет (41,5%)	Олимпиада и ЧМ-2018 (53,8%)	Интернет (46,2%)	Олимпиада и ЧМ-2018 (56,6%)
III	Олимпиада 1980 (55%)	Перестройка (33,3%)	Интернет (38,6%)	СВО (32,1%)	Дефолт (46,2%)	Смартфоны (46,2%)	СВО (49,1%)
IV	СВО (30%)	Открытие границ (33,3%)	Открытие границ (36,4%)	Смартфоны (32,1%)	Смартфоны (38,5%)	COVID-19 (38,5%)	Интернет (35,8%)
V	ВОВ (25%)		СВО (36,4%)	Медицина (32,1%)	COVID-19 (30,8%)	Крым (38,5%)	Смартфоны (32,1%)

Table 2
Rating of events that are the basis for identifying generational groups

Generation Group / Event Rating	1	2	3	4	5	6	7
I	Collapse of the USSR (70%)	Collapse of the USSR (55.6%)	Collapse of the USSR (84.1%)	Collapse of the USSR (66%)	Putin's govern (53.8%)	Special Military Operation (69.2%)	COVID-19 (75.5%)
II	Gagarin's Flight (70%)	Internet (50%)	Perestroika (40.9%)	Internet (41.5%)	Olympics and 2018 World Cup (53.8%)	Internet (46.2%)	Olympics and 2018 World Cup (56.6%)
III	1980 Olympics (55%)	Perestroika (33.3%)	Internet (38.6%)	Special Military Operation (32.1%)	Default (46.2%)	Smartphones (46.2%)	Special Military Operation (49.1%)
IV	Special Military Operation (30%)	Opening of borders (33.3%)	Opening of borders (36.4%)	Smartphones (32.1%)	Smartphones (38.5%)	COVID-19 (38.5%)	Internet (35.8%)
V	Great Patriotic War (25%)		Special Military Operation (36.4%)	Medicine (32.1%)	COVID-19 (30.8%)	The Crimea (38.5%)	Smartphones (32.1%)

Итак, поколение *зумеров* полностью исключает для себя идентификацию сквозь призму политических событий, оставляя для себя в качестве главных эпидемию COVID-19, СВО, спортивные праздники и digital-технологии. Для *младших миллениалов* военно-политическая тематика оказывается чуть более важной, а *старшие миллениалы* добавляют к ней экономическую тематику. Для *всех групп поколения застоя и реформенного поколения* самым значимым событием является распад СССР. Они также упоминают «перестройку» и «открытие границ». В *поколении застоя* также закономерным образом фигурирует «Великая Отечественная война» и «полет Гагарина в Космос».

Нельзя не обратить внимание: самое старшее поколение называет события, связанные исключительно с нашей страной, в то время как последующие поколения добавляют к этим событиям и общемировые. *Младшее поколение застоя* и *старшее реформенное поколение* отличаются от других более частым упоминанием событий, связанных с реформами, направленными на активизацию взаимодействия нашей страны с западным миром. Наиболее технологичным поколением из всех можно назвать *младшее реформенное* поколение: в их рейтинге исторических событий присутствует сразу 3 позиции, относящиеся к технологиям («интернет», «смартфоны», «медицина»).

Любопытно, что практически во всех поколенческих группах максимальный рейтинг имеют «СВО»

и «появление Интернета»: эти исторические события можно охарактеризовать как максимально глобальные, повлиявшие на жизнь всех ныне живущих поколений, вне зависимости от возраста. Любопытно, что такое самовосприятие поколениями самих себя идет вразрез с популярной трактовкой влияния интернет-технологий лишь на молодые поколения.

Идентификация с событиями в рамках культурного жизненного сценария предусматривала анализ самых частотных событий, происходящих в жизни современного россиянина. Самыми вероятными событиями во всей выборке назывались события с положительной эмоциональной валентностью (например, развод, вероятность наступления которого у представителей ныне живущих поколений оценивается как очень высокая, занял последнее место в рейтинге идентификации). Наиболее популярными событиями в рейтинге оказались те, которые занимают конвенционально высокие места в реальных жизненных сценариях людей, предполагая наименьшую вариабельность («окончание школы», «первая влюбленность», «трудоустройство» и пр.). Более низкие позиции таких событий как «брак», «рождение ребенка», «получение высшего образования» демонстрируют возможное разнообразие в развитии именно этих стратегий поведения.

Межпоколенческие отличия анализировались с помощью дисперсионного анализа, данные представлены в Таблице 3.

Таблица 3

Усредненные вероятности наступления события для каждой поколенческой группы ($p = 0,05$)

Событие	Среднее значение для каждой поколенческой группы						
	1	2	3	4	5	6	7
Окончание 9 класса	0,924	0,873	0,872	0,935	0,908	0,883	0,906
Окончание 11 класса	0,724	0,753	0,694	0,774	0,775	0,7	0,683
Первая любовь	0,953	0,96	0,886	0,896	0,867	0,908	0,915
Получение в/о	0,541	0,64	0,65	0,659	0,733	0,633	0,581
Покупка дома/квартиры	0,494	0,587	0,6	0,587	0,583	0,458	0,53
Брак	0,8	0,78	0,797	0,761	0,683	0,608	0,551*
Рождение ребёнка	0,882	0,893	0,864	0,846	0,708	0,833	0,628*
Трудоустройство	0,935	0,947*	0,903*	0,893*	0,925*	0,789	0,758*
Армия	0,741*	0,747*	0,594	0,502	0,483	0,35	0,398
Независимость от родителей	0,782	0,767	0,789	0,761	0,783	0,808	0,726
Развод	0,324	0,467	0,45	0,507	0,55	0,5	0,502
Друг	0,908	0,892	0,773	0,841	0,945	0,891	0,859

*помечены значимые отличия, согласно дисперсионному анализу.

Table 3

Average probabilities of the event occurrence for each generation group ($p = 0.05$)

Event	Average value for each generation group						
	1	2	3	4	5	6	7
Graduation from 9th grade	0.924	0.873	0.872	0.935	0.908	0.883	0.906
Graduation from 11th grade	0.724	0.753	0.694	0.774	0.775	0.7	0.683
First love	0.953	0.96	0.886	0.896	0.867	0.908	0.915
Getting a higher education	0.541	0.64	0.65	0.659	0.733	0.633	0.581
Buying a house/apartment	0.494	0.587	0.6	0.587	0.583	0.458	0.53
Marriage	0.8	0.78	0.797	0.761	0.683	0.608	0.551*
Birth of a child	0.882	0.893	0.864	0.846	0.708	0.833	0.628*
Employment	0.935	0.947*	0.903*	0.893*	0.925*	0.789	0.758*
Army	0.741*	0.747*	0.594	0.502	0.483	0.35	0.398
Independence from parents	0.782	0.767	0.789	0.761	0.783	0.808	0.726
Divorce	0.324	0.467	0.45	0.507	0.55	0.5	0.502
Friend	0.908	0.892	0.773	0.841	0.945	0.891	0.859

*significant differences according to variance analysis are marked.

Итак, обе подгруппы поколения застоя демонстрируют более частотное представление о службе в армии как части жизненного сценария, чем другие когорты (74%, $p < 0,001$), согласно попарному сравнению групп с поправкой Тьюки, различия есть). Отметим, что опрос респондентов проводился во время активной фазы СВО, что, вероятно, оказало влияние на ответы респондентов. Также отметим для них факт низкой вероятности разводов (32%), высокой вероятности брака (80%) и рождения детей (88%). У старшего и младшего реформенного поколения нет значимых отличий от других поколенческих групп, но наименее вероятным событием становится служба в армии (50%), слегка возрастает вероятность получения высшего образования (66%), показатели рождения детей и брака все так же высоки (85% и 76%, соответственно). У поколения миллениалов так же нет значимых отличий, но при этом продолжает быть еще менее популярной служба в армии, снижается вероятность трудоустройства, заключения брака и рождения ребенка. Наиболее отличающимся по совокупности параметров поколением выступает поколение Z: у них значимые отличия в низкой вероятности заключения брака (55%, $p < 0,001$ — согласно попарному сравнению групп с поправкой Тьюки различия есть); низкой вероятности рождения ребенка и низкой вероятности трудоустройства (63% и 75% $p < 0,001$ — согласно попарному сравнению групп с поправкой Тьюки). Первые два события иллюстрирует распространенный в обществе дискурс о постепенном отказе общества от института брака, распространению гражданских браков и проникновении идеологии чайлд-фри (Тихомандрицкая, Рикель, 2022). Последний тренд особенно любопытен, если учесть также отказ молодого поколения от традиционного понятия карьеры и трудоустройства.

Идентификация с социально-психологическим портретом своего поколения показала следующие результаты. Респонденты всех поколений характеризуют свое поколение с помощью положительных (74,2%) или нейтральных (17,7%) характеристик: чаще всего респонденты говорят о высоком культурном уровне (7,2%), гибкости и пластичности (7%), своего поколения, о перенесенных их поколением трудностях (5,6%), а также характеризуют свое поколение как целеустремленное, образованное и трудолюбивое.

Дисперсионный анализ выявил следующие закономерности ($p < 0,001$).

Поколение застоя в 2 раза чаще реформенного поколения называет себя патриотичными, ни один (!) из опрошенных миллениалов и зумеров не приписал своему поколению такую характеристику. Это же поколение считает себя трудолюбивым (50%, при 11,3–17% у реформенного поколения и 7,5% у зумеров), открытым (20% против низких показателей у реформенного поколения и миллениалов), оптимистичным (25%, что в 2–4 раза больше, чем

у большинства других когорт), но при этом негибким. Старшая когорта этого поколения удивительно редко заявляет о перенесенных жизненных трудностях (10%), причем младшая когорта говорит о том же уже в 38,9% случаев. Чаще других поколений они считают себя добрыми (30%), дружелюбными (25%), отзывчивыми (20%).

Реформенное поколение «раскололось» в вопросе патриотизма: таким себя считает 20,5% старшей когорты и всего 1,9% младшей. Как и поколение застоя, они практически не считают себя прогрессивными (не более 5,7%), но точно так же считают себя оптимистами (до 25%), хотя тоже воспринимают свое поколение как перенесшее трудности (до 35,9%). Они реже называют себя трудолюбивыми и значительно менее открытыми окружающему миру. На младшем реформенном поколении начинается резкий рост восприятия своей гибкости (до 35,9%).

Миллениалы непатриотичны (ни одного упоминания), зато прогрессивны (до 23,1%), хотя и не трудолюбивы (всего 7,7% упоминаний). Миллениалы — единственное поколение, не называющее себя открытым, а у младших миллениалов оптимизм падает до 0 упоминаний (что заслуживает отдельной интерпретации). При этом они считают себя гибкими и более других поколений (до 53,8%) перенесшими жизненные трудности. Они не называют себя добросовестными, отзывчивыми, дружелюбными, мягкими, но считают себя творческим поколением (до 23,1%) и чаще других — свободными и раскованными (до 7,7%).

Зумеры очень во многом похожи на младших миллениалов: они так же непатриотичны (0%), редко упоминают доброту, отзывчивость и мягкость (0%), трудолюбие (7,5%), при этом часто говорят о своей современности и прогрессивности (24,6%), гибкости (32,1%), свободности (11%), индивидуальности (17%), тактичности и политкорректности (18,9%). Они смотрят на жизнь без оптимизма (3,8%) и, вероятно, справедливо реже всех других когорт говорят о своем поколении как о перенесшем трудности жизни (всего 1,9%), при этом чаще других называют себя мирным поколением (11,3%). Любопытно, что по уровню восприятия своего поколения как открытого окружающему миру они находятся на уровне высоких цифр поколения застоя (22,7%). Естественно, что на уровне поведенческих привычек именно это поколение идентифицирует себя через приверженность социальным сетям (26,4%).

Обсуждение результатов

Значительная часть респондентов идентифицирует себя со своим поколением, что позволяет говорить о том, что изучение поколенческих трендов оправданно. При этом связь жителей сельской местности, а также менее образованной части выборки со своей поколенческой группой ощущается ими меньше, так

же большинство поколенческих когорт называют в качестве сформировавших их исторических событий те, которые произошли на границе их юношеского и молодого возраста, тем самым подтверждая гипотезу о так называемых формирующих годах в жизни поколения. Это в совокупности позволяет говорить о корректности методологии изучения ядра поколения — представителей городского среднего класса (Howe, Strauss, 2018; Radaev, 2020).

Описание особенностей своего поколения в рамках жизненного сценария или в рамках психологического портрета соответствует законам социальной перцепции и психологии межгрупповых отношений: люди не идентифицируют себя с эмоционально негативными событиями (развод, смерть близких), а также свое поколение они описывают положительно или нейтрально.

Восприятие своего поколения находится в консонансе с культурологическими, историческими и научно-популярными представлениями о портрете того или иного поколения: старшее поколение видится само себе коллективистским, их описание жизнеутверждающее (с опорой на оптимизм, трудолюбие, доброту), зумеры — напротив, индивидуалистичны, свободны, интернет-зависимы. Инструментарий исследования не позволяет отследить причинно-следственные связи, а именно характер влияния представлений на особенности идентификации, и наоборот.

Исторический уровень идентификации включает, преимущественно, политические, военные, технологические, спортивные, но не экономические события: вероятно, экономические аспекты истории не воспринимаются людьми как части событийной картины восприятия.

Ниже представлен обобщенный идентификационный портрет каждого из поколений.

Поколение застоя (в особенности старшая когорта) характеризует себя сквозь призму коллективистических ценностей (патриотизм, открытость миру, добросовестность, отзывчивость). Говоря о событиях, повлиявших на их поколение, они вспоминают масштабные спортивные события, войны, а также политические события, однако, все они исключительно связаны с внутрироссийскими и внутрисоветскими трендами. События жизненного сценария, типичные для данного поколения, так же больше, чем у других поколений ориентированы на коллективистические и семейные ценности: представители этого поколения чаще служили в вооруженных силах, не отрицали семейные ценности (брак и рождение ребенка). Они видят себя ориентированными на добросовестный труд, в отношениях с окружающими говорят об отзывчивости и открытости миру. Они не считают себя поколением, перенесшим трудную эпоху, что может показаться странным лишь на первый взгляд: возможно, поколение Застоя — дети воевавшего поколения — воспринимают свою жизнь как гораздо более легкую, чем жизнь их родителей, перенесших Великую Отечественную войну. По этой же

причине они, вероятно, приписывают себе оптимизм: в сравнении с людьми, встретившими серьезные жизненные испытания, они могут позволить себе смотреть на жизнь с надеждой.

Реформенное поколение предпочитает вспоминать о событиях 1990-х годов, чаще других упоминая события, связанные с политикой открытости окружающему миру («Перестройка», «Открытие границ»), и события технологического порядка («Появление Интернета», «Появление смартфонов», только у этой когорты — «События, связанные с медицинскими инновациями»). Видно, что именно это поколение — переходное в части восприятия патриотизма: старшая когорта еще приписывает его себе, а младшая — уже значимо реже. Возможно, это связано с тем, что они считают себя перенесшим трудности поколением, но при этом оптимистичным, хотя и менее открытым окружающему миру.

Поколение миллениалов чаще называет события 2010-х годов и в отличие от других когорт упоминает экономические события. Младшие миллениалы чаще других вспоминают «украинские события», что, возможно, связано с актуальностью военного контекста для этой группы в силу их возраста. Они революционно непатриотичны (ни одного упоминания), при этом они идентифицируют себя через категории свободы, творчества, раскованности, прогресса. Как и другие поколения, они считают себя перенесшими жизненные трудности.

Наконец, **зумеры** сильно отличаются от предыдущих поколенческих когорт. Они удивляют отсутствием политических событий в идентификационном портрете: это можно объяснить и аполитичностью, и коллективным «вытеснением» политического контекста за рамки их дискурса. Чаще вспоминаемая события 2020-х годов, они резонным образом упоминают эпидемию COVID-19, цифровизацию, а также часто говорят о масштабных спортивных событиях. Они так же, как и миллениалы, не видят себя патриотами и в целом воспринимают себя свободными космополитами: прогрессивные, гибкие, индивидуалистичные, политкорректные и миролюбивые, они при этом не приписывают себе оптимизм (возможно, в силу возрастной критичности, а, может быть, в силу приписываемого им себе критического мышления). Возможно, эта же индивидуалистическая ориентация позволяет им, говоря о своем жизненном сценарии, чаще ставить под сомнение брак и рождение ребенка как часть последнего. Их характеризует справедливо приписанная самоидентификация через отсутствие жизненных трудностей. Пресловутая индивидуализация жизненного сценария позволяет им даже потенциальное трудоустройство отнести к менее вероятным жизненным событиям, чем у предыдущих поколений (возможно, последнее объясняется через расширение способов и форм возможностей заработка).

Выводы

1. Введение в исследовательское пространство проблемы идентификации поколений позволяет социальной психологии расширить и дополнить проблематику идентичности, особенно в том ее аспекте, который касается соотношений социального и персонального полюсов идентификационных структур личности. Представляется, что в современных условиях нарастающей онтологической неопределенности и объективного сокращения привычных оснований социальной солидаризации обращение к анализу закономерностей идентификации через «поколенческую» призму задает новый ракурс для понимания динамического единства процессов конструирования социальной и персональной идентичностей.

2. Модель измерения идентификации поколения на трех выделенных уровнях позволяет сформировать комплексный социально-психологический портрет каждого поколения: на уровне макросоциальной идентификации (идентификация с историческими событиями, что может быть обозначено как историческая идентичность), на социально-психологическом уровне (идентификация с нормативными событиями культурно-жизненного сценария как основание для построения и реализации собственно социальной идентичности) и на личностном уровне (самоатрибуция конкретных психологических характеристик как отражение персональной идентичности).

3. Эмпирически построенная феноменология особенностей идентификационных структур различных поколений позволяет, с одной стороны, увидеть их общие черты (во многом связанные с уже известными социально-психологическими закономерностями — таково, например, преобладание преимущественно позитивных самооценок на макро- и микроуровне социальной идентификации), а с другой — выделить их специфические характеристики, как уже отмечавшиеся в других исследованиях (например, отсутствие идентификации «зумеров» с политическими событиями), так и ранее не известные (например, склонность тех же «зумеров» к противоречивому сочетанию в самоатрибуциях отсутствия оптимизма и трудных жизненных ситуаций).

Практическое применение

Представляется, что полученные эмпирические результаты могут служить доказательной базой для, как минимум, трех направлений социальной и психологической работы, а именно:

— специфические особенности идентификации различных поколений с историческими событиями могут быть использованы в рамках направленного идеологического влияния на них посредством масс-медиа;

— содержательная феноменология социально-психологических портретов поколений может служить опорой для создания тренинговых программ, направленных на помощь в разрешении межличностных конфликтов в организациях разного типа и видов деятельности, в которых работают представители различных поколенческих когорт;

— включение в параметры социальной и персональной идентичностей поколений событий культурно-жизненного сценария и их особенностей с точки зрения аффективной валентности позволяют существенно расширить направления психологических интервенций в рамках оказания профессиональной консультативной и психотерапевтической помощи.

Ограничения исследования

1. Для подтверждения полученных данных выборка может быть увеличена, однако, уже на данной стадии ее формирования (215 чел.) достигается репрезентативность за счет равномерности распределения выборки по другим значимым социально-экономическим параметрам (место проживания, образовательный статус и пр.).

2. Представленная в данном исследовании схема изучения идентичности поколений, безусловно, не претендует на абсолютную методологическую универсальность, однако, рассмотренная на трех уровнях, она значительно расширяет возможный методический кругозор в исследовании поколений и их самовосприятия, а так же логики и строгости их анализа как отдельных социальных групп.

Список литературы

- Андреева, Г.М. (2011). К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций. *Психологические исследования*, 6(20), 1. <https://doi.org/10.54359/ps.v4i20.804>
- Андреева, Г.М. (2009). Социальная психология: векторы новой парадигмы. *Психологические исследования*, 3(1). <https://doi.org/10.54359/ps.v2i3.1000>
- Андреева, Г.М. (2012). Презентации идентичности в контексте взаимодействия. *Психологические исследования*, 5(26), 1. <https://doi.org/10.54359/ps.v5i26.731>
- Бауман, З. (2008). *Текущая современность*. Санкт-Петербург: Изд-во «Питер».
- Белинская, Е.П. (2018). Современные исследования идентичности: от структурной определенности к процессуальности и незавершенности. *Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. «Психология. Педагогика»*. Серия 16, 8(1), 6–15.

- Белинская, Е.П. (2020). Парадоксы эпохи эмоциональной неопределенности. *Социальная психология и общество*, 11(2), 204–208.
- Белинская, Е.П. (2015). Изменчивость Я: кризис идентичности или кризис знания о ней? *Психологические исследования*, 40(8), 8. <https://doi.org/10.54359/ps.v8i40.551>
- Емелин, В.А., Тхостов, А.Ш. (2020). Дисформативная идентичность. *Вопросы философии*, (4), 80–91.
- Емельянова, Т.П., Викентьева, Е.Н., Тарасов, С.В. (2022). Городская идентичность и образ будущего в двух городах: фактор поколения. *Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование*, (4), 57–78.
- Костромина, С.Н., Гришина, Н.В., Зиновьева, Е.В., Москвичева, Н.Л. (2018). Жизненная модель как конструкт изучения жизненного сценария личности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология*, 8(4), 341–357. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.403>
- Леонтьев, Д.А. (2009). Лабиринт идентичностей: не человек для идентичности, а идентичность для человека. *Философские науки*, (10), 5–10.
- Мангейм, К. (1998). Проблема поколений. *Новое литературное обозрение*, 2(30), 7–47.
- Марцинковская, Т.Д., Полева, Н.С. (2017). Поколения эпохи транзитивности: ценности, идентичность, общение. *Мир психологии*, 89(1), 24–37.
- Нуркова, В.В. (2018). Жизнь — инструкция по применению: результаты графической экспликации культурного жизненного сценария. *Международный журнал исследований культуры*, 1(30), 55–73.
- Петрунина, Д.С. (2022). «Переходное поколение»: поколенческая идентичность миллениалов. *Социологические исследования*, (2), 57–64.
- Гришина, Н.В. (ред.). (2019). Психология личности: Пребывание в изменении. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та.
- Рикель, А.М. (2020). Рациональное, прагматичное и конкурирующее: опыт эмпирического исследования стереотипов о поколении «Y». *Социальная психология и общество*, 11(3), 135–148.
- Рикель, А.М., Дорохов, Е.А. (2023). Поколение как предмет социальной психологии: исследовать нельзя отказаться? *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*, 46(3), 143–165.
- Серебрякова, Е.Г. (2019). Шестидесятники: биография поколения. *Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры*, 25(1), 99–105.
- Соколова, Е.Т. (2014). Утрата Я: клиника или новая культурная норма? *Эпистемология и философия науки*, (3), 191–209.
- Андреева, Г.М., Аксенова, Е.А., Базаров, Т.Ю. (2006). Социальная психология: Практикум: Учеб. пособие для студентов вузов. Под ред. Т.В. Фоломеевой. Москва: Изд-во «Аспект Пресс».
- Тихомандрицкая, О.А., Рикель А.М. (2022). (Не)взрослое поколение: модель исследования поколенческой относительно-сти оценки взрослости. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Психология и педагогика*, 19(2), 209–232.
- Аронсон, П. (ред.). (2022). Сложные чувства. Разговорник новой реальности: от абьюза до токсичности. Москва: Изд-во «Индивидуум».
- Шамис, Е., Никонов, Е. (2019). Миллениумы (Y). Rugenerations — российская школа теории поколений. URL: <https://rugenations.ru/category/миллениумы-у-85-03> (дата обращения: 01.03.2023).
- Gauly, B. (2017) The Intergenerational Transmission of Attitudes: Analyzing Time Preferences and Reciprocity. *Journal of Family and Economic Issues*, (38), 293–312. <https://doi.org/10.1007/s10834-016-9513-4>
- Gilleard, C., Higgs, P. (2005). Contexts of Ageing: Class, cohort and community. Cambridge: Polity Press.
- Giuliano, P., Spilimbergo, A. (2013). Growing up in a Recession. *The Review of Economic Studies*. URL: <http://restud.oxford-journals.org/content/early/2013/12/25/restud.rdt040.full.pdf> (accessed: 01.03.2023).
- Howe, N., Strauss, W. (2018). Millennials Rising: The Next Generation. In *Small Business and the City*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Lyons, S.T., Schweitzer, L., Urick, M.J., Kuron L. (2019). A Dynamic Social-Ecological Model of Generational Identity in the Workplace. *Journal of Intergenerational Relationships*, 17(1), 1–24.
- Radaev, V. (2020). The Divide Among the Millennial Generation: Historical and Empirical Justifications. (Part One). *Sociological Journal*, 26(3), 30–63.
- Rikel, A.M. (2019). Generation as a Social-Psychological Research Object: Playing at Home or an Away Match? *Social Policy and Society*, 10(2), 9–18.
- Scherman, A.Z., Salgado, S., Shao, Z., Berntsen, D. (2017). Life Script Events and Autobiographical Memories of Important Life Story Events in Mexico, Greenland, China, and Denmark. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(1), 60–73.
- Twenge, J.M., Campbell, W.K., Gentile, B. (2012). Generational Increases in Agentic Self-Evaluations Among American College Students, 1966–2009. *Self and Identity*, (11), 409–427.
- Wilkinson, D.E., Dunlop, W.L. (2020). Ethnic-Racial Life Scripts: Relations with Ethnic-Racial Identity and Psychological Health. *Emerging Adulthood*, 10(2), 402–419.

References

- Andreeva, G.M. (2011). On the issue of identity crisis in the context of social transformations. *Psikhologicheskie issledovaniya = Psychological Research*, 6(20), 1. (In Russ.). <https://doi.org/10.54359/ps.v4i20.804>
- Andreeva, G.M. (2009). Social Psychology: Vectors of the New Paradigm. *Psikhologicheskie issledovaniya = Psychological Research*, 3(1). (In Russ.). <https://doi.org/10.54359/ps.v2i3.1000>
- Andreeva, G.M. (2012). Presentations of identity in the context of interaction. *Psikhologicheskie issledovaniya = Psychological Research*, 5(26), 1. (In Russ.). <https://doi.org/10.54359/ps.v5i26.731>
- Bauman, Z. (2008). Fluid modernity. St. Petersburg: Piter Publ. (In Russ.)
- Belinskaya, E.P. (2018). Contemporary studies of identity: from structural certainty to processuality and incompleteness. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta. «Psikhologiya. Pedagogika». Seriya 16 = Bulletin of St. Petersburg State University. "Psychology. Pedagogy". Series 16*, 8(1), 6–15. (In Russ.)

- Belinskaya, E.P. (2020). Paradoxes of the era of emotional uncertainty. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 11(2), 204–208. (In Russ.)
- Belinskaya, E.P. (2015). Variability of the Self: A Crisis of Identity or a Crisis of Knowledge about It? *Psikhologicheskie issledovaniya = Psychological Research*, 40(8), 8. (In Russ.). <https://doi.org/10.54359/ps.v8i40.551>
- Emelin, V.A., Tkhostov, A.Sh. (2020). Disformative identity. *Voprosy filosofii = Questions of Philosophy*, (4), 80–91. (In Russ.)
- Emelyanova, T.P., Vikentyeva, E.N., Tarasov, S.V. (2022). Urban identity and the image of the future in two cities: the generation factor. *Vestnik RGGU. Seriya: Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie = Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Psychology. Pedagogy. Education*, (4), 57–78. (In Russ.)
- Kostromina, S.N., Grishina, N.V., Zinovieva, E.V., Moskvicheva, N.L. (2018). Life model as a construct for studying the life scenario of an individual. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Psikhologiya = Bulletin of St. Petersburg University. Psychology*, 8(4), 341–357. (In Russ.). <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.403>
- Leontiev, D.A. (2009). The labyrinth of identities: not a person for identity, but identity for a person. *Filosofskie nauki = Philosophical sciences*, (10), 5–10. (In Russ.)
- Mannheim, K. (1998). The problem of generations. *Novoe literaturnoe obozrenie = New Literary Review*, 2(30), 7–47. (In Russ.)
- Martsinkovskaya, T.D., Poleva, N.S. (2017). Generations of the era of transitivity: values, identity, communication. *Mir psikhologii = The World of Psychology*, 89(1), 24–37. (In Russ.)
- Nurkova, V.V. (2018). Life — instructions for use: results of a graphic explication of a cultural life scenario. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury = International Journal of Cultural Studies*, 1(30), 55–73. (In Russ.)
- Petrutina, D.S. (2022). “Transitional generation”: generational identity of millennials. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Research*, (2), 57–64. (In Russ.)
- Grishina, N.V. (ed.). (2019). Psychology of personality: Staying in change. St. Petersburg: St. Petersburg University Publ. (In Russ.)
- Rikel, A.M. (2020). Rational, Pragmatic, and Competitive: An Empirical Study of Stereotypes about Generation Y. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 11(3), 135–148. (In Russ.)
- Rikel, A.M., Dorokhov, E.A. (2023). Generation as a Subject of Social Psychology: Is It Possible to Refuse to Research? *Lomonosov Psychology Journal*, 46(3), 143–165. (In Russ.)
- Serebryakova, E.G. (2019). The Sixties: Biography of a Generation. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Bulletin of the Ural Federal University. Series 1. Problems of Education, Science, and Culture*, 25(1), 99–105. (In Russ.)
- Sokolova, E.T. (2014). Loss of Self: A Clinic or a New Cultural Norm? *Epistemologiya i filosofiya nauki = Epistemology and Philosophy of Science*, (3), 191–209. (In Russ.)
- Andreeva, G.M., Aksenova, E.A., Bazarov, T.Yu. (2006). Social Psychology: Workshop: Textbook for University Students. In: T.V. Folomeeva (ed.). Moscow: Aspect Press Publ. (In Russ.)
- Tikhomandritskaya, O.A., Rikel, A.M. (2022). The (Un)Adult Generation: A Model for Studying the Generational Relativity of Adulthood Assessment. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya Psikhologiya i pedagogika = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Psychology and Pedagogy Series*, 19(2), 209–232. (In Russ.)
- Aronson, P. (ed.). (2022). Complex Feelings. A Phrasebook of the New Reality: From Abuse to Toxicity. Moscow: Individual Publ. (In Russ.)
- Shamis, E., Nikonov, E. (2019). Millennials (Y). Rugenerations is a Russian school of generational theory. URL: <https://rugen-erations.su/category/миллениумы-у-85-03> (accessed: 01.03.2023). (In Russ.)



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / ABOUT THE AUTHORS

Елена Павловна Белинская, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация, elena_belinskaya@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3057-5273>

Elena P. Belinskaya, Dr. Sci. (Psychology), Professor at the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, elena_belinskaya@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3057-5273>



Александр Маркович Рикель, кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация, a.m.rikel@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6940-4244>

Alexander M. Rikel, Cand. Sci (Psychology), Associate Professor at the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, a.m.rikel@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6940-4244>

Поступила: 16.05.2024; получена после доработки: 28.06.2024; принята в печать: 21.08.2024.

Received: 16.05.2024; revised: 28.06.2024; accepted: 21.08.2024.

Приложение 1 Авторская анкета

Здравствуйте! Это опрос, который проводит факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова.
Он о том, **что**, как Вам кажется, **повлияло на жизнь вашего поколения**.

Представьте себе самые важные события из сферы:

- исторических и политических событий
- научных открытий и изобретений
- экономических и бизнес-трендов
- медицинских открытий
- знаковых событий из мира культуры, искусства, спорта и пр.,

которые **оказали влияние на жизнь ИМЕННО** вашего поколения.

Это могут быть события как из далекого и недавнего прошлого, так и актуальные события.

Отвечайте не задумываясь, в этом опросе нет правильных и неправильных ответов.

Напишите, пожалуйста, **5–7 таких событий**.

В конце мы еще зададим вам пару вопросов о том, как вы видите свое поколение, чем оно отличается от других.

Опрос займет **не более 10–12 минут** и не затронет никаких чувствительных и конфиденциальных тем.

Спасибо Вам большое заранее.

Ваш год рождения:*

- 2001 г. и позднее
- 1991–2000 гг.
- 1982–1990 гг.
- 1975–1981 гг.
- 1968–1974 гг.
- 1958–1967 гг.
- 1947–1957 гг.

Где вы проживаете?*

Ваше образование:*

- Среднее
- Среднее специальное
- Высшее
- Кандидат/доктор наук

Напоминаем задание.

Представьте себе самые важные события из сферы:

- исторических и политических событий
- научных открытий и изобретений
- экономических и бизнес-трендов
- медицинских открытий
- знаковых событий из мира культуры, искусства, спорта и пр.,

которые **оказали влияние на жизнь ИМЕННО** вашего поколения.

Событие № 1 — это...*

Для меня это событие —* -3-3

Люди из поколения моих родителей воспринимают это событие, скорее...* -3-3

Люди из поколения моих детей воспринимают это событие, скорее...* -3-3

Событие 2-7...

Оцените вероятность наступления следующих событий в жизни **ТИПИЧНОГО** человека вашего поколения*

Насколько вероятно, что каждое событие ниже обязательно наступит (или наступило) в жизни типичного человека из вашего поколения?

Рождение своего ребенка
Окончание 9 классов школы
Окончание 11 классов школы
Первая любовь / первые отношения
Получение высшего образования
Покупка своей квартиры/дома
Заключение брака
Трудоустройство
Служба в армии
Обретение независимости от родителей
Развод (в браке)
Появление друга

Осталось совсем чуть-чуть, наберитесь терпения. Закончите несколько фраз ниже.

Люди моего поколения...*
В отличие от других поколений, мы...*
Сильная сторона нашего поколения — это...*
Людей моего поколения можно легко узнать по типичной черте: мы, как правило...

Я, в целом, похож на типичного представителя своего поколения*
1 “звезда” — мне гораздо комфортнее общаться с людьми другого возраста и других поколений, со сверстниками ощущаю себя не в своей тарелке. 7 “звезд” — с людьми своего поколения я как рыба в воде, полностью разделяю их ценности, привычки и увлечения.

Appendix 1 Author’s questionnaire

Hello! This is a survey conducted by the Faculty of Psychology of Lomonosov Moscow State University.
It is about **what**, in your opinion, **has influenced the life of your generation**.
Imagine the most important events in the field of:

- historical and political events
- scientific discoveries and inventions
- economic and business trends
- medical discoveries
- significant events in the world of culture, art, sports, etc.,

that **have influenced the life of EXACTLY your generation**.

These can be events from the distant and recent past, as well as current events.

Answer without thinking, there are no right or wrong answers in this survey.

Please write down 5–7 **such events**.

At the end, we will ask you a couple more questions about how you see your generation, how it differs from others.

The survey will take **no more than 10–12 minutes** and will not touch on any sensitive or confidential topics.

Thank you very much in advance.

The year of your birth:*

- 2001 and later
- 1991–2000
- 1982–1990
- 1975–1981
- 1968–1974
- 1958–1967
- 1947–1957

Where do you live?*

Your education:*

- Secondary
- Secondary special
- Higher
- Candidate/Doctor of Science

We remind you of the task.

Imagine the most important events in the field of:

- historical and political events
- scientific discoveries and inventions
- economic and business trends
- medical discoveries
- significant events in the world of culture, art, sports, etc.,

that **have influenced the life of EXACTLY your generation.**

Event #1 is...*

For me, this event is —* -3-3

People from my parents' generation perceive this event more as...* -3-3

People from my children's generation perceive this event more as...* -3-3

Event 2-7...

Assess the probability of the following events occurring in the life of a TYPICAL person of your generation*

How likely is it that each event below will definitely occur (or has occurred) in the life of a typical person of your generation?

- The birth of your child
- Finishing 9th grade at school
- Finishing 11th grade at school
- First love / first relationship
- Getting a higher education
- Buying your own apartment/house
- Getting married
- Employment
- Military service
- Gaining independence from parents
- Divorce (in marriage)
- Making a friend

There's just a little bit left, be patient. Finish a few sentences below.

People of my generation...*

Unlike other generations, we...*

The strong point of our generation is...*

People of my generation can be easily recognized by a typical feature: we, as a rule...

In general, I look like a typical representative of my generation*

1 "star" — I feel much more comfortable communicating with people of a different age and generation, I feel out of place with my peers. 7 "stars" — I feel completely at ease with people of my generation, I completely share their values, habits and hobbies.