

Ролдугина Татьяна Геннадьевна

магистрант

Научный руководитель

Попадюк Татьяна Геннадьевна

д-р экон. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при

Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПОКОЛЕНИЙ: ИЗМЕНЕНИЕ В МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ

Аннотация: в статье приводится сравнение российских и зарубежных практик в исследовании потребительского поведения различных поколений. В настоящее время проводится множество исследований потребительского поведения различных поколений потребителей, в частности поколения Z, которое уже сейчас становится одним из основных сегментов потребительского рынка, так как основное внимание маркетологов в развитых странах мира ориентировано на изучение потребителей поколения Z как одного из наиболее перспективных сегментов современного потребительского рынка. В условиях экономики, направленной на удовлетворение потребностей, новые компании каждый день вовлечены в борьбу за потребителя, которую нельзя проиграть.

Ключевые слова: теория поколений, поколение Z, инновации, поведение потребителей, маркетинг.

Как научное направление, теория поколений возникла в начале двадцатого века, хотя ее происхождение можно найти у Платона [1] и Полибия [1]. В новейший период истории методологические основы изучения поколений были заложены К. Мангеймом [2] и Х. Ортег-и-Гассетом [2]. Однако почти до конца двадцатого века этот подход не получил широкого распространения.

В 90-х годах прошлого века ситуация резко изменилась после публикации классических работ Нила Н. Хоув (Хау) и Уильяма Штрауса – «отцов-основателей теории поколений» [3].

В работах Нила Н. Хоув (Хау) [3] и Уильяма Штрауса [3] сформированы рекомендации и практические пошаговые инструкции, которые могут помочь в создании маркетинговых стратегий современности, а также рекламных линий торговых марок. Кроме того, приведено множество самых креативных идей того, как можно наиболее выгодно позиционировать товар, услугу, и продвигать их на рынке в условиях конкуренции.

Согласно их пониманию, люди, родившиеся в определенный период времени (в среднем около 16–20 лет), имеют общие жизненные ценности и социально-психологические характеристики, поскольку каждое поколение формируется в определенных исторических условиях. На процесс генерации влияет процесс первичной социализации, глобальные события, социальные, культурные и экономические особенности страны, семьи и факторы личной жизни человека. Ценностные ориентации, усвоенные на первом этапе социализации, могут сохраняться до конца их жизни и определять потребительское поведение поколения.

Таким образом, в научной литературе представлено большое разнообразие определений поколения Z и представлено множество теорий, касающихся их временного периода [3; 4]. Так, согласно Oblinger and Oblinger [5], поколение «пост-миллениалов» начинается с 1995 года, в то время как Ривз и Oh [6] отмечают начало поколения Z с 2001 года.

Одной из наиболее значимых характеристик поколения Z является то, что они родились «аборигенами» в современном цифровом мире [7]. Они были окружены миром технологий с их первых дней, и поэтому способы, которыми они живут, общаются, воспринимают информацию и принимают решения, полностью отличаются от способов любого другого поколения до этого.

В российской литературе по анализу поколений процесс социализации, в том числе различных этнических, гендерных групп, городского и сельского насе-

ления вообще не исследуется [8]. Впрочем, сходный упрек предъявляют и американские социологи, и психологи [9] к авторам теории поколений – она рассматривает в основном ценности белого населения зажиточных пригородов. 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 [8].

Утверждения российских исследователей концепции поколений об универсальности характеристик поколений для большинства стран далеки от действительности.

Рассмотрим различия в делении поколений между американской и российской историей. Поколение 1900–1923 в России имеет мало схожего с американским. В целом поколение 1900–1923 г. р. в России, в отличие от американского, было поколением кризиса и величайших страданий народа. Возможно, определение Ю.А. Левады – поколение «революционного перелома» – ближе всего к действительности. Попытки «подогнать» характеристику этого поколения под американское описание и архетип – а этому поколению соответствует архетип «героя», – лишены смысла.

Поколение 1924–1943 гг. р. – «молчаливое поколение», «потерянное поколение». 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 лагеря ГУЛАГа, и война.

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 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.

«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») [13].

76 миллионов детей, родившихся в этот период, не столкнулись с трудностями Великой депрессии и с временем Второй мировой войны, они выросли в процветающей Америке, самой богатой стране мира. Их часто называют поколением «испорченным» дорогими автомобилями, яркими одеждами, шумными вечеринками [13].

Это поколение сильно изменило традиционные американские ценности своих родителей, которые были довольно консервативным поколением. Поколение «беби-бумеров» было первым поколением, которое начало ставить карьеру выше желания завести семью и иметь детей. В это время началась культура хиппи, рок-н-ролла, наркомании и сексуальной революции [13].

Нечто подобное произошло и в Европе, где рождаемость увеличилась только в первые послевоенные годы, но не сопровождалась столь заметными культурными сдвигами, как в США.

В Советском Союзе, в тот же самый период не были существенного роста рождаемости, т.к. 19 миллионов солдат, в основном мужчин, не вернулись с Великой Отечественной Войны, а около 100 тысяч человек остались инвалидами [14]. Долгое время столь масштабная потеря населения не могла быть восстановлена. Нельзя говорить и о быстром восстановлении экономики. Разрушенная экономика страны достигла довоенного уровня только в 1948–1949 годах. Кроме того, в 1946–1947 годах в стране случился голод, который, по разным оценкам унес жизни от 500 тысяч до 1,5 миллиона человек [12]. Лишь в середине 1960-х годов советский уровень жизни поднялся до уровня довоенного периода [12]. Из-за разрушений во время войны и притока сельского населения в города возникли огромные жилищные проблемы.

«Поколение икс», «неизвестное поколение» – 1963–1982.

Авторы концепции поколений называют поколение, родившееся в этот период «поколение 13» – это его номер, со времени основания США. Этот период был насыщен драматическими событиями во внутренней и внешней политике. Хотя первые члены этого поколения родились только в 1963 году, убийство популярного президента Дж. Кеннеди наложило существенный отпечаток на последующее развитие американской жизни [7]. Десятилетие 1970-х годов вошло в американскую историю как период студенческих беспорядков, протестов среди афроамериканского населения США, широкого распространения наркотиков и сексуальной революции.

В Советском Союзе поколение X наблюдало окончание оттепели 1960-х годов [8], переход к «брежневскому застою» в экономике страны, сближение с США. В этот период советское молодое поколение окончательно утрачивает веру в социалистические идеалы, особенно после обещанного Хрущевым в 1980 году строительства коммунизма [8]. В СССР это было не потерянное поколение X, в сравнении с США, а поколение, которое «потеряло веру в социализм». В это время в этом поколении началось движение к коммунистической идеологии и распаду Советского Союза.

Поколение 1982–2003 – «поколение тысячелетия».

В США это был период существенных потрясений, не только в связи развитием электроники: это был период интерактивного телевидения, массового распространения персональных компьютеров, быстрого роста интернета и социальных сетей, но и в связи с терактами и напряженной обстановкой в стране и мире [7].

В России в этот период было начало распада СССР, начало перестройки, приход к власти Ельцина, провал государственного переворота и постепенно появление компьютеров и развитие интернет-технологий.

За это время молодое поколение, как и весь мир жило под впечатлением распада советской империи, окончания конфронтации и холодной войны между США и СССР.

Наступает век глобализации с развитием интернета, социальных сетей и информационной революции. Впервые мы можем говорить о сходстве поколений в США и России, которое в связи с открытием «железного занавеса» и возможностью перемещаться между странами перенимает друг у друга особенности поведения, привычки и предпочтения [8].

Исторический анализ этих двух стран в XX веке показал, что в их историческом развитии есть определенное сходство участие в мировых войнах, решение экономических проблем и преодоление кризисов – с отдельными событиями, критическими периодами и значительными различиями в экономических условиях, исторической памяти и культурных традициях, которые оказывают совершенно иное влияние на формирование (социализацию) подрастающего молодого поколения [9].

Несмотря на фундаментальные различия между каждым новым поколением, проблемы «разрыва» между поколениями, конфликт между поколениями «отцов и детей» наблюдались в каждой стране мира на протяжении всей истории развития человечества.

Никто не может опровергнуть тот факт, что поколение за поколением в Соединенных Штатах Америки складывались традиции и принципы либеральной демократии, которые основывались на противостоянии богатых и бедных классов населения, а также на расовом неравенстве, которое длилось вплоть до 1960-х годов прошлого века.

В России сложилась древняя авторитарная традиция, укоренившаяся не только в политической практике, но и в массовом сознании населения.

Таким образом, только войдя в век глобализации поколение Z в России и США наконец смогло сформировать ряд общих черт, определенных на уровне психологических характеристик, интересов и ценностей. Чтобы понять какую роль поколение Z будет играть в развитии маркетинговых технологий и появлении новых товаров в течение следующего десятилетия нужно проанализировать уже сформированные и возникающие взгляды молодого поколения на ключевые

социальные проблемы, на инновации в технологиях, которые возникают каждый день.

Список литературы

1. Малетин С.С. Особенности потребительского поведения поколения Z // С.С. Малетин // Российское предпринимательство. – 2017. – №21. – С. 3347–3360.
2. Берг Дж. «Крутые» всегда остаются «крутыми». Брендинг для поколения Y / Дж. ван ден Берг, М. Берер; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012. – 240 с.
3. Howe, N., & Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company. 567.
4. Hershatter, A., & Epstein, M. (2010). Millennials and the World of Work: An Organization and Management Perspective. *Journal of Business and Psychology*, 25, 2, 211–223.
5. Oblinger, D. & Oblinger, J. L. (2005). *Educating the Net Generation*. Education.
6. Reeves, T. C. & Oh, E. (2008). *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. 3d edition. London: Routledge.
7. Greenfield, S. (2009). *ID: the Quest for Meaning in the 21st Century*. London: Hachette UK.
8. Шамис Е. Теория поколений / Е. Шамис, А. Антипов // *Маркетинг Менеджмент*. – 2007. – №6.
9. 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. URL: <https://englishc.pressbooks.com/chapter/the-great-depression/>
10. Гутионов П. Победа предъявляет счет // *Новая газета*. – 22.03.2017. – №29. – С. 4.
11. Wells, A. S. (2009) *The A to Z of World War II: The War Against Japan*. Scarecrow Press, Inc.

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

13. Послевоенный беби бум в США и его настоящие причины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://usa-24.ru/poslevoennyj-bebi-bum-v-ssha-i-ego-nastoyashhie-prichiny/>

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