

РОССТАТ

**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ОРГАН
ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ
ПО НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ
(НОВОСИБИРСКСТАТ)**

Каинская ул., д. 6, г. Новосибирск, 630007
Тел.: (383) 223-23-50, факс: (383) 223-37-12
<http://novosibstat.gks.ru>; E-mail: p54_mail@gks.ru

№ 220 от 1 сентября 2020 года

ПРЕСС-РЕЛИЗ

*При опубликовании ссылка на
Новосибирскстат обязательна*



1 сентября для зумеров: чем будет отличаться новое поколение – покажет перепись!

Более 20 млн. представителей нового поколения Z перешагнут в этом году пороги российских школ и вузов. Они уже не такие, как поколение рожденных в 90-е годы. Кем они станут через 10 лет, как могут изменить страну и чем уже отличаются от предыдущих поколений пепси и миллениалов? Об этом расскажет Всероссийская перепись населения 2020 года.

Сегодня социологи разных стран сходятся во мнении, что с середины XX века сменилось как минимум четыре поколения молодежи, имеющих свои уникальные черты и особенности. В том числе и в России. Набор их установок — отпечаток времени, в котором они родились, воспитывались, учились и входили в зрелую жизнь.

Так, отличительные черты **беби-бумеров** (послевоенное поколение рожденных с 1944 по 1963 год, в эпоху беби-бума и оттепели): патриотизм, привычка работать в коллективе, готовность к самопожертвованию ради общественных интересов, хорошие навыки физического труда. Это поколение экономных, но уже получивших больше материальных возможностей людей.

Особенности следующего поколения X (родившихся с 1964 по 1984 год, так называемого поколения пепси): стремление к индивидуальности и персональным предложениям, практичность, склонность как к экономии, так и к незапланированным покупкам. Их ценность — самореализация. Главная мотивация — деньги и карьера, которую они готовы строить десятилетиями на одном рабочем месте.

Особенность поколения **Y** (родившихся с 1985 по 2000–2003 годы, так называемых миллениалов) — большая зависимость от соцсетей. Они ценят эмоции, легко расстаются с деньгами и стремятся их быстро заработать, непостоянны, следят за лидерами мнений и зависимы от чужих суждений. Ценность — самовыражение. Главная мотивация — личностный рост. Готовы к переменам и многозадачности.

Расскажем, какие еще отличия и особенности поколений **X** и **Y** в нашей стране позволили выявить Всероссийские переписи населения 2002 и 2010 годов.

К примеру, в 2002 году численность россиян в возрасте от 15 до 29 лет (преимущественно поколение **X**) составляла **34,9 млн.** человек, в том числе городских жителей — 26,7 млн., сельских — 8,2 млн. Доход от трудовой деятельности как единственный источник средств к существованию тогда назвали 13,9 млн. (40,2%) представителей российской молодежи, стипендию — 525 тыс. человек (1,5%), находились на иждивении (на материальном обеспечении других людей, чаще всего родителей или родственников) 9,5 млн. молодых людей (27,6%).

Перепись 2010 года показала, что число россиян в возрасте от 15 до 29 лет (преимущественно поколение **Y**) сократилось до **32,5 млн.** человек. Примечательно, что в поколении **Y** заметно уменьшилось (на 2 млн. — до 24,5 млн. человек) число городских жителей, а количество сельчан осталось почти на прежнем с поколением **X** уровне — 8 млн. человек.

Трудовую деятельность как основной источник средств к существованию назвали 16,7 млн. (52,9%) представителей поколения **Y**. На стипендию в 2010 году проживало 578 тыс. человек (1,8%). Число иждивенцев в поколении **Y** насчитывало 11,5 млн. человек (36,3%).

Подобная информация с сопоставлением данных по регионам, полученных в ходе переписи, — находка для социологов. Она позволяет оценивать, как может в дальнейшем меняться общество, насколько заметно на него будет влиять очередное молодое поколение со своим набором жизненных установок, ценностей и потребностей. Также эта информация поможет выяснить, чего ждать от нового поколения **Z** (зумеров) — современных школьников и студентов, — которое стало зарождаться с начала 2000-х и уже вытесняет миллениалов.

Особенности зумеров: они всегда онлайн, быстро меняют цели и предпочтения, не признают авторитетов, для них важно разнообразие во всем. Деньги для них — не главное, но зумеры могут влиять на решения о покупках

родителей. Ценности — саморазвитие, научные знания. Не представляют жизнь без цифровых технологий. Не привыкли к физическому труду.

Кстати, благодаря характерным особенностям миллениалов — склонности к переменам и отказу от накопительства — сегодня активно развивается рынок аренды, так называемый шеринг: автомобилей, жилья, техники. По мнению **основателя и координатора российской школы теории поколений RuGenerations Евгении Шамис**, миллениалы будут жить с такими установками и поддерживать их в обществе лет 15, но не факт, что новое поколение молодежи пойдет по их стопам. Социологи отмечают: зумеры уже не так склонны легко пробовать новые вещи и расставаться с ними. Это переносится и на межличностные отношения.

Но это не все. Эксперты заметили, что сейчас вслед за техническим прогрессом поколения сменяются гораздо быстрее. На смену зумерам уже приходит очередное поколение **Альфа** — детей, о которых говорят, что они «рождены с планшетом в руках». Их установки и ценности еще предстоит изучить. Но уже отмечается, что альфа отличаются большей любознательностью, чем предыдущие поколения.

Узнать больше интересной статистической информации о зумерах и альфа, а также понять, что происходит сегодня с предыдущими поколениями молодежи — «иксами» и миллениалами, мы сможем уже скоро — по итогам Всероссийской переписи населения, которая пройдет в апреле 2021 года.

Всероссийская перепись населения пройдет с 1 по 30 апреля 2021 года с применением цифровых технологий. Главным нововведением предстоящей переписи станет возможность самостоятельного заполнения жителями России электронного переписного листа на портале Госуслуг (Gosuslugi.ru). При обходе жилых помещений переписчики будут использовать планшеты со специальным программным обеспечением. Также переписаться можно будет на переписных участках, в том числе в помещениях многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг «Мои документы».

Медиаофис ВПН-2020