

Е. А. Кузнецова

Е. В. Зиновьева

Санкт-Петербургский государственный университет

Санкт-Петербург, Россия

ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ЦЕННОСТНЫМ ПОСЛАНИЯМ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ ПОКОЛЕНИЯ Z: ВОЗРАСТНОЙ АСПЕКТ*

В настоящем исследовании выделены ценностные послания, транслируемые лидерами мнений поколений Z своей аудитории. На выборке в 2 087 человек — представителей поколения Z, и 197 человек — представителей поколения Y проведен внутр поколенный и межпоколенный анализ согласия с этими посланиями. Выделены послания, в большей мере поддерживаемые поколением Z вне зависимости от возраста, а также описаны некоторые внутр поколенные возрастные различия.

Ключевые слова: подростки, поколение Z, ценностные послания, лидеры мнений в цифровой среде.

Elena A. Kuznetsova

Elena V. Zinovyeva

Saint-Petersburg State University;

Saint-Petersburg, Russia

COMMITMENT TO THE VALUE MESSAGES OF GENERATION Z OPINION LEADERS: AGE ASPECT

This study highlights the value messages broadcast by generation Z opinion leaders to their audience. On a sample of 2,087 Gen Z and 197 Gen Y, intragenerational and intergenerational analysis of agreement with these messages was conducted. The messages that are mostly supported by gen-

* Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ № 20-013-00738 «Влияние мнения лидера поколения в цифровой среде на ценностные установки поколения Z».

eration Z, regardless of age, are highlighted, and some intragenerational age differences are described.

Keywords: teenagers, generation Z, value messages, opinion leaders in the digital environment.

Введение. Цифровое пространство стало расширением жизненного пространства человека, а для молодого поколения — поколения Z — оно является неотъемлемой частью их жизни. Онлайн-пространство начинает рассматриваться ими как ресурс для преадаптивности личности [1]. Различные авторы отмечают, что к особенностям поколения Z относятся свободное взаимодействие с цифровой средой, активная онлайн-жизнь, стремление оставаться на связи, высокая мобильность, автономность, быстрая смена целей и предпочтений [2]. Эти особенности распространяются на все сферы жизни и деятельности молодых людей поколения Z, и, соответственно, этим особенностям иначе, чем родительским поколением, начинает восприниматься окружающая действительность.

Значительную часть времени современные подростки и молодые люди, относимые к поколению Z, проводят в цифровом пространстве, где формируется своя среда, со своими правилами, нормами, ценностями, сообществами и лидерами мнений. Одновременно с этим авторы отмечают, что именно среда и культура, в которой подросток проводит время, в значительной мере формируют его собственную систему ценностей и оказывают влияние на дальнейшее поведение человека и его отношение к себе, другим и миру [3]. Таким образом, актуальным становятся вопросы: какие ценности транслируются лидерами мнений поколения Z в онлайн-пространстве? Насколько эти ценности похожи или отличны от ценностей родительского поколения? И главное, насколько представители поколения Z поддерживают мнения цифровых лидеров мнений и насколько подвержены их влиянию? Эти исследовательские вопросы были обозначены в настоящем исследовании.

Материалы и методы. Исследование проходило в несколько этапов. На первом этапе при помощи опроса представителей поколения Z ($N = 1084$) были выделены лидеры мнений поколения Z в цифровой среде. На втором этапе были проанализированы ви-

деоматериалы, выпускаемые выявленными лидерами, и интервью с ними же с целью выделения ценностных посланий, транслируемых лидерами. Послания, сформированные на основе цитат лидеров, проходили через процедуру экспертной оценки. На третьем этапе оценивалась степень согласия представителей поколения Z ($N = 789$) с выделенными посланиями в зависимости от возраста, места проживания и гендерной принадлежности. Всего в исследовании приняло участие 2 087 человек — представители поколения Z (ср. возраст $16,75 \pm 4,2$ лет) и 197 человек — представители поколения Y (ср. возраст $41,25 \pm 5,7$ лет). Также было проанализировано 546 видеоматериалов, размещенных установленными в ходе исследования лидерами мнений поколения Z, и 72 часа интервью с ними.

Результаты. Нами было выделено 17 блогеров, полностью отвечающих критериям лидера мнений в цифровой среде, чей контент включал в себя ценностные послания, методология и результаты данного этапа были подробно описаны нами ранее [4]. В ходе контент-анализа было выделено 568 цитат, из них 230 относились к сфере профессионального самоопределения и самореализации, 211 — цитаты о самопрезентации и образе жизни, 127 — цитаты, связанные с темой отношений. В итоговый список обобщенных утверждений вошли 37 ценностных посланий в трех сферах. В новом опросе данные послания предлагались к оценке по 7-балльной шкале Лайкерта, где 1 — совершенно не согласен, 7 — полностью согласен. Представители поколения Z были преимущественно или полностью согласны со всеми утверждениями: средняя оценка утверждений колебалась от $4,33 \pm 1,9$ до $6,74 \pm 0,7$. Наибольшее согласие было выражено в отношении утверждений, транслирующих ценность собственного выбора, личной свободы и ответственности за свое дело, свои выборы, свою жизнь в разных сферах. Это такие утверждения, как «нужно брать на себя ответственность за свою жизнь», «в отношениях нужно оставаться верным себе: своим интересам, желаниям и саморазвитию», «у человека должна быть свобода делать со своей внешностью и телом все, что хочется» и другие. Средняя оценка согласия с этими утверждениями была больше шести баллов. Наименьшее согласие было выражено в отношении утверждений, касающихся стабильности и негибкости жизненных выборов: «от-

ношения должны быть крепкими и одни на всю жизнь», а также утверждения, касающиеся приватности личной жизни: «отношения не нужно выставлять напоказ», «зарабатывать на хайпе — не круто». Средняя оценка согласия с данными утверждениями была от 4,33 до 4,78 баллов.

Для выявления поколенных различий в приверженности транслируемым ценностям был проведен сравнительный анализ поколений Z и Y. Были выявлены различия, которые были обобщены и факторизованы в пять факторов, характеризующих отличительные для поколения Z в сравнении с более старшим поколением ценностные послания:

- более выраженная ценность личной свободы (объясняет 14,5 % дисперсии),
- более низкая (в сравнении с родительским поколением) ответственность за то, что ты делаешь (12,3 %),
- более высокая ценность профессиональной самореализации (10,2 %),
- более внимательный подход к выбору партнера и подготовка к отношениям (8,6 %)
- более выраженное стремление к индивидуальному успеху (8,3 %).

Для выделенных факторов была проанализирована степень согласия транслируемому мнению лидеров поколения в цифровой среде у представителей поколения Z в зависимости от возраста, однако достоверных различий не было выявлено, что говорит о том, что, вероятно, были найдены ценности и установки, свойственные всему поколению и описывающие его особенности. При дополнительном сравнительном анализе оценок каждого из утверждений, выявлены отдельные отличия по некоторым из них, связанные, вероятно, с общевозрастными закономерностями. Так, с возрастом снижается степень согласия с утверждением «работу нужно делать так, чтобы не было стыдно», также снижается степень согласия с утверждением «в жизни важно заниматься тем, что тебе по-настоящему нравится», «быть успешным — это делать то, что тебе хочется, и получать за это хорошие деньги». Это может указывать на постепенный переход от идеализации будущего и гедонистиче-

ских представлений о деятельности, свойственных более младшей возрастной группе (15–17 лет), к более реалистичным представлениям у более взрослых молодых людей (18–24 года).

Заключение. Таким образом, в настоящем исследовании были выделены ценностные послания, транслируемые лидерами мнений поколений Z своей аудитории, проведен внутр поколенный и межпоколенный анализ согласия с этими посланиями. Выделены послания, в большей мере поддерживаемые поколением Z вне зависимости от возраста, а также описаны некоторые внутр поколенные возрастные различия.

Библиографические ссылки

1. *Асмолов А. Г.* Интернет как генеративное пространство: историко-эволюционная перспектива // *Вопр. психологии.* 2019. № 4. С. 1–26.
2. *Кулакова А. Б.* Поколение Z: теоретический аспект // *Вопр. территориального развития.* 2018. № 2 (42). С. 1–10. DOI: 10.15838/tdi.2018.2.42.6
3. *Зайцева Н. А.* Теория поколений: мы разные или одинаковые? // *Рос. регионы: взгляд в будущее.* 2015. № 2 (3). С. 220–236
4. *Зиновьева Е. В., Кузнецова Е. А.* Отношение молодых людей к гендерным установкам, транслируемым лидерами мнений в русскоязычном сегменте социальной сети YouTube // *Вестн. С.-Петерб. ун-та. Психология.* 2020. Т. 10. Вып. 2. С. 142–157.