

**ХВОРОВА В. А.**

**Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина**

## **ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАПОВЕДЕНИЯ ТАМБОВСКИХ ШКОЛЬНИКОВ**

**Аннотация:** в статье представлены результаты исследования медиаповедения тамбовских школьников в период пандемии. Предметом исследования стали ценностные установки поколения Z в возрасте от 13 до 17 лет, объектом — процесс изменения ценностей под влиянием пандемии. В качестве методов исследования использовались общенаучные методы — анализ и синтез, и эмпирический метод измерения аудитории представителей поколения Z при помощи анкетирования. Результаты исследования позволяют прогнозировать изменения нравственных приоритетов молодежи, которые отразятся на медиаповедении центениалов в постпандемический период.

**Ключевые слова:** поколение Z, пандемия, медиаисследование, ценностные концепты.

**KHVOROVA V. A.**

## **THE EXPERIENCE OF STUDYING THE MEDIA STUDIES OF TAMBOV SCHOOLCHILDREN**

**Annotation:** the article presents the results of the media study related to the behavior of Tambov schoolchildren during the pandemic. The subject of the study was the values of generation Z at the age of 13 to 17 years, the object — the process of changing values under the influence of the pandemic. As research methods, we used general scientific methods-analysis and synthesis, and an empirical method of measuring the audience of representatives of generation Z using questionnaires. The results of the study allow us to predict changes in the moral priorities of young people, which will affect the media behavior of centenials in the post-pandemic period.

**Keywords:** generation Z, pandemic, media research, value concepts.

Возникшее в одной точке земного шара, вирусное заболевание быстро распространилось по всему миру и приобрело статус пандемии. Из-за коронавируса глобальное общество оказалось в уникальной ситуации: за очень короткий период изменились все сферы повседневной жизни — от профессиональной деятельности до коммуникации и развлечений. Пандемия стала самой обсуждаемой темой в мировых и в российских СМИ — в России каждая третья новость рассказывает о коронавирусе [2].

Представители поколения Z впервые столкнулись с социальным явлением, которое изменило не только повседневный образ жизни, но и повлекло ценностную «перезагрузку».

В период пандемии старшеклассники, основной ценностью которых является личная свобода, стали поколением Zoom — теми, кому пришлось мириться с двойным контролем со стороны учителей и родителей. Дистанционные образовательные технологии позволили подросткам пересмотреть свое отношение к обучению. В сентябре 2020 года мы провели собственное исследование, в котором приняли участие 100 тамбовских школьников в возрасте от 13 до 17 лет. 81 % респондентов признались, что испытывали трудности во время онлайн-обучения и рады возможности посещать занятия в традиционном формате.

Центениалы росли в период стабилизации экономики, поэтому большинство из них были уверены в собственных карьерных перспективах. Старшие зумеры активно выходят на рынок труда: 43 % выбрали полную занятость и еще 44 % — неполную [3]. Однако начало взрослой жизни совпало с пандемией, поэтому многие представители поколения Z столкнулись с неопределенностью. И, если исследования 2017 года показывают, что центениалы приоритетными считают нематериальные ценности — свободу выбора, семью, любовь [1, с.23], то в событиях 2020 года сделали современную молодежь более прагматичной: сейчас зумеры умеренны в расходах и задумываются о важности пенсионных накоплений [3].

Испытав на себе экономические и психологические последствия пандемии, молодежь изменила отношение к социальным проблемам. По данным компании Deloitte, раньше поколение Z волновали состояние окружающей среды (31 % опрошенных), безработица (21 %). Сейчас вопрос профилактики заболеваний предсказуемо вышел на первое место по важности: он волнует 22 % представителей поколения Z [4].

Переоценка нравственных приоритетов привела к изменению медиапривычек молодежи. В ходе нашего опроса 75 % респондентов отметили, что считают пандемию главным информационным поводом, а 68 % ежедневно отслеживают статистику заболеваемости в мире, в России и в Тамбовской области. В период пандемии выросло потребление образовательного контента, выросла популярность прикладных блогов, центениалы проявили интерес к ресурсам, связанным с финансовой грамотностью. В период пандемии и без того тонкая грань между реальностью и виртуальностью для зумеров окончательно исчезла. Борьба с коронавирусной инфекцией станет определяющим событием для дальнейшего нравственного становления поколения Z и окажет решающее влияние на их медиаповедение.

Таким образом, исходя из приведенных исследований и актуальной ситуационной модели можно сформулировать перспективные характеристики в медиаповедении поколения Z:

**1. Повышение популярности travel-контента.** Центениалы, которые ценят личную свободу во всех ее проявлениях, отдадут предпочтение тем проектам, которые позволят им перемещаться внутри страны или посещать мировые достопримечательности виртуально. Примером такого проекта могут служить новые сезоны программы «Орел и решка. Россия» и «Орел и решка. На удаленке», выпущенные в период пандемии.

**2. Бум популярности развлекательного контента.** Пандемия лишила центениалов возможности ходить на концерты и в кинотеатры, поэтому вполне

естественным кажется факт, что свое свободное время в период самоизоляции и ограничений, молодежь проводит, посещая онлайн-концерты и онлайн-кинотеатры.

**3. Увеличение числа блогеров среди подростков.** Представители поколения Z могут извлечь пользу из сложившейся ситуации — стать блогером, компенсируя себе таким образом дефицит живого общения.

**4. Отторжение от гаджетов.** Переход к дистанционному обучению и работе вынуждает молодежь пользоваться гаджетами не для личных интересов, а по необходимости. Это может вызвать внутренний протест.

## Литература

1. Богачева Н. В., Сивак Е. В. Мифы о «поколении Z» / Н. В. Богачева, Е. В. Сивак; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. — М.: НИУ ВШЭ, 2019.

2. Каждая третья новость в российских СМИ рассказывает о коронавирусе. — Текст: электронный // Интерфакс.ru. — 2020. — 20 март. — URL: <https://www.interfax.ru/russia/700150> (дата обращения: 12.02.2021).

3. Степанова А. Как пандемия и экономический кризис влияют на поколение Z / А. Степанова. — Текст: электронный // rb.ru. — 2021. — 4 авг. — URL: <https://rb.ru/young/generation-z-money/> (дата обращения: 17.02.2021).

4. Суховейко О. Deloitte исследовала настроения миллениалов во время пандемии / О. Суховейко. — Текст: электронный // FrankRG.ru: — 2020. — 16 июл. — URL: <https://frankrg.com/20855> (дата обращения: 17.02.2021).