Ольга Николаевна Касперович-Рынкевич

Белорусский государственный университет

[kasp-olga@ya.ru](mailto:kasp-olga@ya.ru)

**Потребление информации младшими представителями поколения Z Беларуси**

Исследование посвящено изучению используемых технологических средств при потреблении информации младшими представителями поколения Z Беларуси в возрасте от 10 до 18 лет. Приведены промежуточные итоги исследования.

Ключевые слова: массмедиа, медиапотребление, поколение Z, социальные сети, технологии

В изучении особенностей современного медиапотребления значительный исследовательский интерес представляет цифровое поведение самых активных пользователей интернета. Руководствуясь теорией поколений Хоува-Штрауса [2], молодых людей, рожденных на рубеже XX и XXI веков, мы относим к поколению Z. Целью данного исследования является выявление используемых технологических средств при потреблении информации младшими представителями поколения Z в возрасте от 10 до 18 лет (годы рождения 2002–2010). Ранее нами уже было проведено подобное исследование аудитории в возрасте, где большинство опрошенных были рождены в 1999–2001 годах [1].

На 23 января 2020 г. в опросе приняли участие 75 респондентов, территория проживания – Минская, Брестская, Витебская и Гомельская области. Основное количество опрошенных приходится на центральный регион (Минская область – 76 %).

Как и представители раннего поколения Z, для получения информации младшие представители используют два устройства: ноутбук или стационарный компьютер и смартфон или планшет. Четверть опрошенных мобильное устройство использует в сутки 4-5 часов (учитывалось время, потраченное на использование мобильной связи и трафика).

В интернет, используя разную технику, молодежь в большинстве случаев заходит постоянно через короткие промежутки времени. На втором месте по популярности – ответ «от 3 до 6 часов», что также характерно и для старших «зетов». Социальные сети молодежь посещает на протяжении дня также постоянно через короткие промежутки времени. Затем следуют ответы с равным количеством голосов: «менее часа» и «1-2 часа» (по 14 ответов).

Среди ежедневного использования социальных сетей лидируют «ВКонтакте», Instagram, YouTube, популярность последнего значительно выше, чем у старших «зетов». Среди мессенджеров самым популярным остается Telegram. Вместе с тем респонденты в возрасте 10 лет признались, что не знают, что такое мессенджеры.

Предварительные итоги исследования показывают, что чаще всего младшие «зеты» предпочитают не интересоваться новостями по утрам, в то время как старшие «зеты» предпочитают утром читать новости в социальных сетях.

Для получения информации используется чтение и смотрение видео (телевидение, в том числе интернет-телевидение, каналы на YouTube). Видео предпочитают смотреть в интернете, но треть опрошенных выбрала вариант «в интернете и используя телевидение)». YouTube посещают в большинстве случаев на протяжении 1-2 часов. Ответы на срочные вопросы ищут в интернете, задавая вопрос в поисковой системе.

Таким образом, делая промежуточные выводу, можно утверждать, что младшие представители поколения Z Беларуси все еще смотрят телевидение, основным способом потребления информации для них является чтение. Среди часто посещаемых социальных сетей наблюдается «ВКонтакте», Instagram, YouTube. Но несмотря на практически постоянное присутствие «зетов» в интернете, видеохостингу YouTube в сутки отводится в среднем 1-2 часа.

Такие показатели отчасти можно объяснить тем, что респонденты – школьники и большую часть времени они проводят на занятиях.

Литература

1. Касперович-Рынкевич, О.Н. Особенности медиапотребления поколения Z // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. 2019. № 1. С. 29–35.

2. Strauss W. Generations: the history of America’s future, 1584 to 2069 URL:https://archive.org/details/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe/page/n3 (дата обращения: 23.01.20).