

ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Y И Z

Елизаров И. И.

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина

Поколения Y и Z в современном мире являются главными потребителями интернет-технологий и новых медиа, в связи с этим в данной статье мы будем анализировать именно эти два поколения. Прежде чем анализировать медиапотребление поколений Y и Z, необходимо дать определение понятию «медиапотребление». Медиапотребление - это процесс использования информации и развлечений через различные медиа платформы, включая телевидение, радио, интернет и социальные сети [7].

Одним из важнейших критериев, на который следует обращать внимание при создании контента, является возраст потребителя. Основой для определения потребителей по возрасту часто служит общая теория поколений, созданная американскими исследователями Уильямом Штраусом и Нилом Хоув. Эта теория предполагает, что конкретные исторические события в жизни людей определяют ценности и поведенческие установки, что позволяет выделить «поколенческие» категории, связанные схожим мировоззрением [1]. В соответствии с теорией выделяют следующие поколения:

1. Беби-бумеры — люди, которые родились в 1946–1963 годах.
2. Поколение X — родились в 1964–1980 годы [4].
3. Поколение Y, «миллениумы» и «миллениалы» — люди, родившиеся с 1981 по 1996.
4. Поколение Z, «зумеры» — родившиеся в 1997–2012 годах. [1]

Так же нужно акцентировать внимание на том, что временные рамки в каждой стране могут быть свои и отличаться на 2-3 года. Перейдем к подробной характеристике поколений Y и Z.

Поколение Y – это люди, родившиеся в период с 1980 по 1990-е годы. Особенности поколения:

1. Отсутствие спешки во всех начинаниях.
2. Нежелание повторять ошибки родителей.
3. Желание получить от жизни максимум удовольствия.
4. Нежелание прилагать усилия для достижения поставленных целей. Яркое выраженное желание получать все легким путем.
5. Развитая любознательность.
6. Потребность в психологическом комфорте во всех сферах и направлениях деятельности.
7. Они стремятся к получению дополнительного образования, пробуют себя и свои силы в разных сферах деятельности.
8. Уверенность в себе и своих силах.
9. Слабое развитие идеологии.
10. Высокий уровень оптимизма.

Миллениалы (поколение Y) - это поколение, которое росло и развивалось вместе с Интернетом и другими крупными технологическими достижениями, и в результате они внедрили технологии практически во все аспекты своей повседневной жизни. В результате многие традиционные способы потребления медиа уходят в прошлое, поскольку пользователи обращаются к онлайн-сервисам [2]. В 2020 году среднестатистический пользователь тратил на цифровые медиа 7 часов 54 минуты. К 2023 году это число стало еще выше. Одним из медиа-каналов, который столкнулся с особыми трудностями в 2023 году, стал печатный. Эра газет и журналов приближается к своему концу, только 19% потребителей все так же обращается к традиционным формам медиа. Всего десять лет назад потребители тратили 448 минут в день на традиционные каналы, в 2023 году, как показывают исследования, этот показатель снизился почти на 40%[6]. Социальные сети становятся одним из основных источников

новостей. Около 36 % миллениалов следят за новостями исключительно через цифровые источники [2]. Самым популярным приложением стал «ВКонтакте» (43 %), на втором месте - WhatsApp и Viber (37 % и 26 % соответственно), приложение Instagram* отстает от приложений 2Gis (14 % против 15 %), а 10 % миллениалов установили YouTube, у 2 % миллениалов Google Maps является обязательным приложением [2].

Поколение Y ценит разнообразие форматов контента, таких как видео, аудио, текст и графика. Они предпочитают контент, который сочетает в себе различные медийные формы.

Поколением Z называют людей, которые родились с конца 1990-х до начала 2010-х годов. В современном медиапространстве за представителями этого поколения закрепилось название «зумеры», также их иногда называют «зетами» или «центиениалами». В России к поколению Z относят людей, которые родились после 2000 года [4].

Особенности поколения Z:

1. Тесная связь с гаджетами.
2. Клиповое мышление и многозадачность.
3. Активная социальная позиция.
4. Умеют копить - по данным страховой компания «Росгосстрах Жизнь» и банка «ФК Открытие», представители поколения Z в России лучше всего подготовлены к кризису. Большинство зумеров имеют собственные сбережения, больше половины из них старается получать доход сразу из нескольких источников и ведет учет доходов и расходов [5].
5. Амбициозны.
6. Заботятся о своем здоровье [5].

Как потребители контента зумеры характеризуются по трем ключевым параметрам. Во-первых, зависимость от смартфонов: поколение Z на 100 % «одержимо» смартфонами, проводя на них до 10-14 часов в день [3]. Поэтому любой контент должен быть адаптирован к мобильному контенту, к которому привыкли зумеры. Например, видео должно быть вертикальным и в виде историй [3].

Во-вторых, зумеры носители «клипового мышления». Если предыдущие поколения выросли на «быстро движущихся картинках», то поколение Z родилось с ними. Они потребляют информацию в виде коротких роликов. Потребление контента, состоящего из текста, для них проблематично, особенно если контент очень большой по объему. Но с клиповостью мышления не все так однозначно. При анализе информации молодые люди пользуются 8-секундным фильтром, утверждает PR-директор MediaNation Наталия Жеребенкова. «Есть ошибочное мнение, что поколению Z сложно сконцентрироваться на чем-то одном, но на самом деле они моментально сканируют тонны данных на наличие нужных. Если они не найдут необходимую информацию меньше чем за 10 секунд, то, скорее всего, они даже не станут уделять время всему материалу. Лучший способ для них получать информацию – просматривать короткие посты и видео в социальных сетях», – комментирует она [3].

Зумеры предпочитают потреблять контент в виде коротких видеороликов, а видеохостинг YouTube стал для поколения Z поисковой системой, отмечает Жеребенкова. Зумеры смотрят на YouTube видеокурсы, видеоуроки, лекции и образовательный контент [3].

В-третьих, самовыражение и творчество. Зумеры - это поколение создателей контента. Из этого контента рождаются восходящие звезды. Именно поэтому эта группа потребителей имеет высокий уровень доверия к лидерам мнений и стремится подражать лидерам мнений и становиться лидерами мнений для других.

Выделим основные сходства и различия в медиапотреблении поколений Y и Z. Поколения Y и Z объединяют мобильные устройства, оба поколения предпочитают потреблять контент через мобильные устройства, но нужно также уточнить, что Y так же могут потреблять контент через телевизор и печатные издания, в то время как поколение Z полностью используют мобильный контент. Оба поколения используют социальные сети и потребляют видеоконтент, но у поколения Y, имеет место быть текстовый контент, в то

время, как у поколения Z полностью преобладает видеоконтент, особенно в виде коротких, вертикальных информативных роликах. Главным отличием является консерватизм в использовании социальных сетей у поколения Y, в то время как поколение Z предпочитает использовать новые и современные социальные сети и мессенджеры, и с выходом нового мессенджера с большой долей вероятности уйдут в него.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Власюк, А.В. Особенности медиапотребления поколений Y и Z / А.В. Власюк. – Тольятти : Тольяттинский государственный университет, 2021. – 63 с.
2. Медиаинтересы миллениалов, или о чем должны знать современные маркетологи : сайт. – URL: https://news.rambler.ru/internet/42274968-mediainteresy-millennialov-ili-o-chem-dolzhen-znat-sovremennye-marketologi/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 25.02.2024)
3. Поколение шеринга: как привычки зумеров скажутся на российской экономике : сайт. – URL: <https://www.vbr.ru/about/press/pokolenie-seringa-kak-privicki-zymerov-skajytsya-na-rossiiskoi-ekonomike/> (дата обращения: 25.02.2024)
4. Теория поколений: как она работает и работает ли вообще : сайт. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/6156efb59a79477bf9ca5893?from=copy> (дата обращения: 25.02.2024)
5. Что такое поколение Z: особенности и характер «цифровых» детей : сайт. – URL: <https://lenta.ru/articles/2023/11/29/chto-takoe-pokolenie-z/> (дата обращения: 25.02.2024)
6. 5 BIG MEDIA CONSUMPTION TRENDS FOR 2023 : сайт. – URL: <https://www.curemedia.com/media-consumption-trends/> (дата обращения: 28.02.2024)
7. Understanding Media Consumption: сайт. – URL: <https://affstuff.com/glossary/media-consumption/> (дата обращения: 28.02.2024)

*Признан экстремистской организацией и запрещен на территории РФ.