

Евсегнеева Надежда Сергеевна

преподаватель, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9411-7768

e-mail: evsegneeveva.n@gmail.com

Nadezhda S. Evsegneeveva

Lecturer, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-9411-7768

e-mail: evsegneeveva.n@gmail.com

ПОКОЛЕНИЕ Z И ЕГО ГЕРОИ

Аннотация. Статья подготовлена на основе результатов социологического исследования «Социальные сети и электоральный потенциал». Методы исследования включали в себя проведение фокус-групп с участием молодых людей в возрасте от 17 до 25 лет и последующий контент-анализ полученных данных. Целью опроса являлось выявление мнения молодежи о героях нашего времени, понятии героизма и героических профессиях. Уникальность проведенного исследования заключается в анализе блогосферы и блогеров с точки зрения современного героизма и выявлении роли социальных сетей в данном процессе. Результаты исследования показали, что поколение Z стремится к обретению социальной миссии в своей деятельности и тема героизма переходит в плоскость повседневности: героем может стать каждый.

Ключевые слова: герои, героизм, блогеры, молодежь, интернет, поколение Z, социальные сети, цифровизация

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31732 «Электоральный потенциал и социальные сети».

Для цитирования: Евсегнеева Н.С. Поколение Z и его герои//Вестник университета. 2022. № 2. С. 183–187.

GENERATION Z AND ITS HEROES

Abstract. The article was prepared on the basis of the results of the sociological research “Social networks and electoral potential”. The research methods included conducting focus groups involving young people aged 17 to 25 and subsequent content analysis of the data obtained. The purpose of the survey was to identify the opinion of young people about the heroes of our time, the concept of heroism and heroic professions. The study is unique in its analysis of the blogosphere and bloggers from the point of view of contemporary heroism and the identification of the social networks role in this process. The results of the study showed that Generation Z is striving to acquire a social mission in their activities and the theme of heroism moves into the plane of everyday life: everyone can become a hero.

Keywords: heroes, heroism, bloggers, youth, internet, generation Z, social networks, digitalisation

Acknowledgements. The reported study was funded by the Russian Foundation for Basic Research and the Autonomous Non-Profit Organisation “Expert Institute for Social Research” as a part of the scientific project No. 21-011-31732 “Electoral potential and social networks”.

For citation: Evsegneeveva N.S. (2022) Generation Z and its heroes. *Vestnik universiteta*, no. 2, 183–187. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-183-187

Введение

В рамках социологического исследования «Социальные сети и электоральный потенциал» было изучено мнение молодежи о том, кто же является героями молодого поколения. Ведь то, на кого хочет быть похожим человек, влияет на его дальнейшие планы, ценностные установки и предпочитаемые способы решения проблем. Мы попытались выяснить, считает ли поколение Z блогеров героями своего времени, и если да, то почему. Молодое поколение романтизирует этот образ, как когда-то романтизировали образ солдат, космонавтов и правителей, или же это просто популярная интернет-профессия.

Постановка проблемы

Феномен героизма тесно связан с духовным развитием социума. В начале XX в. ментальное героическое поведение стало частью идеологии различных социальных групп [5]. Стремительное техническое, экономическое и этическое развитие общества определило новые вызовы времени, в том числе способствовало появлению героев в различных областях. Середина XX в. ознаменована серией войн, во время которых

© Евсегнеева Н.С., 2022.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Evsegneeveva N.S., 2022.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



проявлялся героизм людей, ставший одной из духоподъемных и нравственных составляющих для выживания и спасения людей. Послевоенное время было ознаменовано техническими достижениями и появлением героев труда. Сегодня перед человечеством стоит новый вызов времени – цифровизация. Появилось так называемое цифровое поколение [4]. Дети, выросшие в условиях информационно-цифровой цивилизации, отличаются от предыдущих поколений своим пониманием и восприятием мира, типом мышления и способами общения и связи. В данной статье сделана попытка понять, на кого теперь ориентируется молодежь, кто для нее является примером для подражания и проводником в стремительно меняющемся мире.

Литературный обзор

На протяжении всей человеческой истории понятие героизма менялось, в соответствии с историческим контекстом. В 1949 г. Дж. Кемпбелл выпустил книгу «Тысячеликий герой», в которой подробно описал эти изменения, дав следующее определение герою: «Это мужчина или женщина, которым удалось преодолеть свои личные и конкретные исторические ограничения и прийти к универсальным, присущим всему человечеству формам» [3, с. 22]. Современные ученые, изучая тему героизма, сталкиваются со стремительной динамикой изменений в данном вопросе, стараясь определить, кто является героями для молодого поколения и что такое героизм в наши дни, влияет ли этот образ на социальное благополучие общества в целом. Несмотря на то, что понятие героизма можно назвать мультидисциплинарным, исследований на данную тему мало, в особенности социологических. В зарубежной литературе нам известны работы Ф. Ницше, Д. Бруно, Г. В. Ф. Гегеля, Т. Карлейла, Х. Ортега-и-Гассета. Из отечественных социологов, культурологов и философов о героизме писали Н. А. Бердяев, Н. К. Михайловский, П. А. Сапронов, С. Н. Булгаков, А. В. Луначарский и др.

Современная массовая культура идентифицирует героев в соответствии с реалиями информационно-цифровой цивилизации, что вносит значительные корректировки в понятие героизма. В статье рассмотрены причины и качества, которые современная молодежь считает проявлениями героизма, названы имена героев, по мнению зумеров. Уникальность проведенного исследования заключается в анализе блогосферы и блогеров с точки зрения героизма и героев нашего времени.

Исследование и анализ результатов

В исследовании была использована квотная выборка, ее численность составила 53 человека в возрасте от 17–25 лет. В ходе исследования было проведено 7 фокус-групп в разных регионах России (Москва, Хабаровск, Санкт-Петербург). В качестве основного метода было выбрано фокус-групповое исследование. Фокус-группы были проведены в период с сентября по октябрь 2021 г. В качестве основного метода анализа данных был использован качественный метод анализа с использованием стенограмм и последующей типологизацией по выделенным характеристикам.

В ходе исследования выяснилось, что для большинства респондентов блогеры все же не являются героями – 69,8%. Но есть среди них те, кого можно назвать таковыми. Первую строчку занял музыкант и блогер Моргенштерн (Алишер Валеев) – 11,3%. Для опрошенных именно Моргенштерн является примером блогера, уделяющего много внимания благотворительности, что делает его современным героем. Среди имен были названы Ида Галич (1,8%) и Наталья Водянова (1,8%) также широко известные благодаря своей благотворительной деятельности. Блогер и журналист Илья Варламов (1,8%) был назван героем, как пример смелости, блогер и многодетная мать Оксана Самойлова (1,8%), как пример материнства. Спортсмена и блогера Хабиба Нурмагомедова (3,7%) назвали, как человека, заслуживающего уважение и героя-победителя. Ольга Бузова (3,7%) является для молодежи примером человека, достигшего успеха своим трудом. В недавнем совместном исследовании платформы по работе с блогерами «Perfluence» и аналитическим агентством «Research Me» были представлены данные о том, что 80% россиян, которые никогда не вели блоги профессионально, высказали желание бросить основную работу, чтобы стать блогерами [8]. Больше половины из них – россияне от 16 до 24 лет. Для подавляющего числа зумеров блогеры – это вдохновители, пример трудолюбия, успешности и целеустремленности, они являются представителями профессии, которая наиболее привлекательна для поколения Z, но они не герои.

Одной из самых частых причин, почему блогеров все же называли героями, респонденты называли участие в благотворительности и помощь другим (20,7%) (см. табл. 1). Именно благотворительная деятельность является для зумеров проявлением современного героизма. Опрошенные восхищаются теми блогерами,

которые не просто вкладывают в себя и свой бренд, но и наделяют свою деятельность социальной миссией. Зумерам нравится видеть отчеты публичных людей в социальных сетях о проведенных сборах на лечение детей и видео с помощью нуждающимся. В недавнем исследовании группы ученых-социологов были выделены следующие ценности российского поколения Z: самостоятельность, достижения, гедонизм и доброта [7]. Это говорит нам о том, что молодое поколение сочетает в себе сосредоточенность на личных достижениях и заботу об общем благе, для него блогеры, занимающиеся благотворительностью, являют собой пример достижений и доброты, образец для подражания. Именно вдохновение и возможность брать пример (9,4%), как еще одну причину, называли опрошенные, по которой блогеров можно назвать героями. По словам известного российского психолога Ю. Б. Гиппенрейтер юность не просто признает, но и ищет авторитеты [2, с. 336] Среди причин, по которым популярных блогеров можно назвать героями, звучали участие в общественно-политической деятельности страны (1,8%), пример материнства (1,8%) и умение побеждать (1,8%).

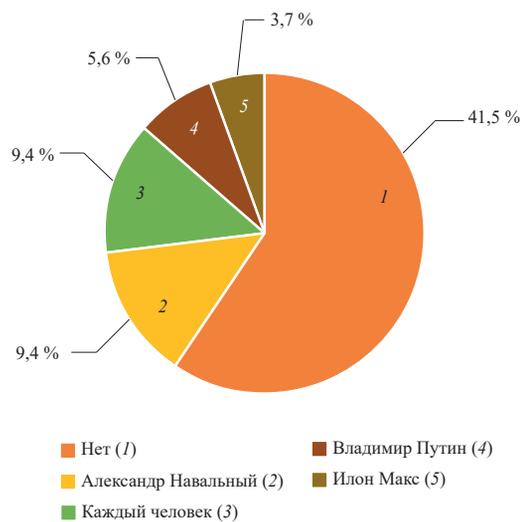
Таблица 1

Причины, по которым молодежь считает блогеров героями

Причина	Доля среди молодежи, %
Участие в благотворительности и помощь другим	20,75
Дарят вдохновение и служат примером	9,43
Пример смелости	1,88
Участие в общественно-политической жизни страны	1,88
Пример материнства	1,88
Умение побеждать	1,88

Составлено автором по материалам исследования

Для большинства опрошенных вопрос «Если блогеры не герои, то кто?» остается без ответа: 41,5% респондентов заявили, что у них нет героев (рис. 1). За участие в политической деятельности страны, проведение расследований и объединение сил оппозиции Алексея Навального назвали героем 9,4% опрошенных. По мнению опрошенных, именно он привлек внимание молодежи к политической ситуации в стране, первым заговорил о политике, используя молодежный дискурс. Широкое распространение социальных сетей позволило пользователям распространять мемы с политиком, что сделало его известным и популярным героем. Арест и попытка отравления Алексея Навального добавили образу романтизма, для зумеров он является современным Робин Гудом. Интересной тенденцией, подтверждающей ценности молодого поколения, сконцентрированные на самостоятельности и достижениях, стал ответ респондентов «каждый человек герой» – 9,4% [7]. Присутствие абстрактного понятия «каждый человек герой» говорит нам о затруднении назвать знакомых и социально близких молодежи людей, данный образ не является фигурой групповой идентификации респондентов, но отождествляет возможности обычного человека с героическими. Из политиков был назван Владимир Путин (5,6%), но он уступает Алексею Навальному и абстрактному понятию «каждый человек герой». По их мнению, президент внес значительный вклад в объединение и развитие страны, но доверие к нему на фоне слишком противоречивой информации падает. Илона Маска назвали 3,7% опрошенных, по их мнению, он делает многое для развития общества и технологий. Также, в список героев вошли такие люди, как Леонардо ди Каприо, Владимир Жириновский, Михаил Горбачев, Елизавета Глинка, Сардана Авксентьева, Сергей Лавров, Юрий Дудь, Мацун Ро, Стас Михайлов, Даня Милохин и Валя Карнавал.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Топ-5 ответов на вопрос «Кто для вас герой нашего времени?»

Если обратиться к концепции Э. Тоффлера, то затруднение, которое испытывают зумеры, отвечая на вопрос о героях, связано с постоянными изменениями социального пространства и, соответственно, небывальными ранее трудностями выбора, своего рода «гнетом сверхвыбора» [6, с. 557]. Один из вариантов компенсаторного социального поведения, связанного с многообразием, – полное или частичное отрицание информации [1]. В нашем случае это сведение к минимуму признания молодым поколением героизма в обществе.

Отвечая на вопрос о героических профессиях, респонденты называли врачей – 7,5%, спасателей – 5,6%, пожарных – 3,7% и ученых – 1,8%, остальные 80% участников опроса не смогли дать четких ответов. Сверхупрощение и стереотипизация ответов может быть связана с актуализацией уже усвоенного социального поведения: называя профессии, давно признанные в обществе героическими, молодые люди транслируют полученный ранее опыт, не анализируя информацию.

Молодежь стремится к высоким идеалам и считает героизм редким явлением, большинство опрошенных не смогли привести примеры достойных людей или назвать качества, которыми должны обладать современные герои (45,2%) (табл. 2). Но при этом участники опроса акцентировали внимание на том, что героями, в первую очередь, достойны называться те, кто спасает жизни людей – 18,8%. Как правило, опрошенные подразумевали врачей и спасателей, либо же пилотов и пожарных, всех тех, кто рискует своей жизнью ради других. Отдельным пунктом зумеры выделили объединение оппозиционных сил в России – 7,5%. Здесь безусловным героем для них является Алексей Навальный, и его стремление изменить в политическую ситуацию в стране. Забота о народе и развитии страны является проявлением героизма для 5,6% опрошенных. Заслуги перед человечеством назвали 5,6% респондентов, под этим они понимают масштабные экономические или технологические открытия, а также достижения, направленные на улучшение качества жизни людей. Отдельный смысл приобрели умение отстаивать свое мнение и не бояться, для 3,7% респондентов проявление данных качеств является героизмом. Люди, открыто демонстрирующие независимость и целеустремленность, также достойны того, чтобы их называли героями – 1,8%.

Таблица 2

Какими качествами нужно обладать, чтобы молодежь считала человека героем

Качества	Доля среди молодежи, %
Нет / нет информации	45,28
Спасение людей	18,86
Объединение оппозиционных сил в России	7,54
Забота о народе, об обществе и развитии страны	5,66
Заслуги перед человечеством	5,66
Умение отстаивать свое мнение и не бояться	3,77
Независимость, целеустремленность и успешность	1,88
Справедливость, правда и искренность	1,88
Помощь животным	1,88
Привлечение внимания к глобальному потеплению	1,88
Участие в благотворительности	1,88
Нобелевская премия	1,88

Составлено автором по материалам исследования

В число героических качеств вошли: справедливость, правда и искренность (1,8%), помощь животным (1,8%), привлечение внимания к глобальному потеплению (1,8%) и участие в благотворительности (1,8%). Все это свидетельствует о наличии высоких морально-нравственных ориентиров зумеров и поиску социального смысла.

Заключение и выводы

Подводя итоги, можно смело говорить о том, что в современных реалиях стираются рамки между недостижимыми героями и героизмом в повседневности. Для молодого поколения героизм ассоциируется

в первую очередь с наличием социальной миссии, поколению Z важен социальный смысл деятельности публичных людей. Для большей части молодежи блогеры не являются героями, но они служат примером для подражания и являются авторитетами мнений. Вопрос о героях претерпевает глобальные изменения, мы наблюдаем переход от восхищения недостижимыми личностями к повседневному героизму, где каждый человек, исходя из своего предназначения и социальной миссии, способен к героизму. Возможности «сверхвыбора» с одной стороны приводят к затруднениям самоопределения, с другой – к повышению уровня социальной ответственности и стремлению зумеров к более высоким идеалам.

В связи с ростом популярности социальных сетей, их все возрастающим влиянием на жизнь людей и повсеместной цифровизацией, мы можем предположить, что в дальнейшем герои нашего времени будут появляться именно в цифровом пространстве.

Библиографический список

1. Белинская, Е. П. Идентификационные модели подростков и молодежи: «герои нашего времени». – Психологические исследования. – 2017. – № 10 (54). – С. 10.
2. Гиппенрейтер, Ю. Б. Введение в общую психологию. Курс лекций: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности психология. – М.: «ЧеРо»: «Юрайт», 2002. – 332 с.
3. Кемпбелл, Д. Тысячеликий герой / Пер. с англ. А. П. Хомик, отв. ред. С. Н. Иващенко. – М.: Ваклер, Рефл-бук; Киев: АСТ, 1997. – 378 с.
4. Пошехонова, В. А. Образовательная гуманитарная технология цифрового поколения // Педагогическое образование в России. – 2018. – № 5. – С. 13–20. <https://doi.org/10.26170/po18-05-02>
5. Селезнева, М. П. Истинный героизм – духовная составляющая общества // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 11-2. – С. 157-160. <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2019-11774>.
6. Тоффлер, Э. Шок будущего / Пер. с англ. Е. Руднева, науч. ред. П. С. Гуревич. – М.: АСТ, 2002. – 557 с.
7. Яницкий, М. С., Серый, А. В., Браун, О. А., Пелех, Ю. В. Маслова, О. А., Сокольская,
8. М. В. Санжаева, Н. Д. Монсонова, А. Р. Дагбаева, С. В. Неяскина, Ю. Ю. Кадыров, Р. В., Капустина, Т. В. Система ценностных ориентаций поколения Z: социальные, культурные и демографические детерминанты // Сибирский психологический журнал. – 2019. – № 72. – С. 46–67. <https://doi.org/10.17223/17267080/72/3>
9. Кинякина, Е. Исследование: 80% россиян хотят бросить работу, чтобы стать блогерами // Inc. Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://incrussia.ru/news/brosit-rabotu-stat-bloggerom/> (дата обращения: 15.12.2021).

References

1. Belinskaya E. P. Identification models for adolescents and youth: “heroes of our time”, *Psychological studies*, 2017, no. 10 (54), pp. 10. (In Russian).
2. Gippenreiter Yu. B. *An introduction to general psychology. Lecture course: textbook for university students studying psychology*, Moscow, “CheRo”, “Yurait”, 2002, 332 p. (In Russian).
3. Campbell J. *The Hero with a thousand faces*, transl. from Engl. A. P. Khomik, resp. ed. S. N. Ivashchenko, Moscow, Vakler, Refl-buk, Kiev, AST, 378 p. (In Russian).
4. Poshekhonova V.A. The humanities educational of the digital age, *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, 2018, no. 5, pp. 13–20. (In Russian). <https://doi.org/10.26170/po18-05-02>
5. Selezneva M. P. True heroism is the spiritual component of society, *International journal of humanities and natural sciences*, 2019, no. 11-2, pp. 157–160. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2019-11774>
6. Toffler A. *Future shock*, transl. from Engl. E. Rudneva, scient. ed. P. S. Gurevich, Moscow, AST, 2002, 557 p. (In Russian).
7. Yanitskij M. S., Seryi A. V., Braun O. A., Pelekh Yu. V. Maslova O. A., Sokolskaya M. V. Sanzhayeva N. D. Monsonova A. R. Dagbaeva S. V. Neyaskina Yu. Yu. Kadyrov R. V., Kapustina T. V. The value orientations system of generation Z: social, cultural and demographic determinants, *Siberian journal of psychology*, 2019, no. 72, pp. 46–67. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/17267080/72/3>
8. Kinyakina E. Research: 80% of Russians want to quit their jobs to become bloggers, *Inc. Russia*. Available at: <https://incrussia.ru/news/brosit-rabotu-stat-bloggerom/> (accessed 15.12.2021).