

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Творческая индивидуальность журналистов поколения Z»**

полное наименование темы выпускной квалификационной работы в кавычках полужирным шрифтом

---

## АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студента (ки) 2 курса 255 группы

направления 42.04.02 «Журналистика» (профиль «Системы управления  
средствами массовой информации и коммуникации»)

Института филологии и журналистики

Сатарова Максима Николаевича

---

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доц., к.филол.н.

\_\_\_\_\_

М.В. Ерохина

Зав. кафедрой

проф., д.филол.н.

\_\_\_\_\_

В.В. Прозоров

Саратов  
2021

## Введение

XX век, богатый на революционные события в разных сферах, вполне успешно передал эту эстафету XXI веку. Социальные антропологи прогнозируют, что различные революционные трансформации в ближайшие 15-20 лет пятикратно ускорят свой темп по сравнению с текущим десятилетием, и самая важная роль в этом процессе достанется поколению, рожденному как раз на стыке двух тысячелетий и получившему поколенческий код Z.

**Цель** нашего исследования связана с изучением творческой индивидуальности журналиста поколения Z, под которым мы понимаем совокупный образ молодых, но уже зарекомендовавших себя на профессиональном поле журналистов. Такая исследовательская цель определяет **новизну** исследования, связанную в первую очередь с отсутствием аналогичных комплексных работ.

**Объектом** нашего исследования является профессиональная деятельность и отношение к журналистике людей, работающих в этой сфере и относящихся к поколению Z. **Предметом** исследования являются журналистские материалы выбранных нами авторов, интервью с их участием, а также собственное анкетирование. В связи с этим перед нами стоит **задача** детально проанализировать вопросы: как журналисты поколения Z относятся к профильному образованию, почему работают в области журналистики, проанализировать профессиональные взгляды, а также какие темы интересуют выбранных нами журналистов.

**Актуальность** исследования связана в первую очередь с тем, что именно это поколение сейчас выпускается из университетов и активно начинает присутствовать в соцмедиа и профессиональной печатной, радишной и телевизионной журналистике. Цель и задачи исследования определили **структуру** работы, которая состоит из введения, двух глав, заключения, приложения и списка используемой литературы.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты вопроса – исследуется наличие характерных общих признаков для поколения Z как представителей единой профессиональной журналистской страны. Мы определяем возрастные границы «зетов» как рождённых в период с 1995 по 2003 годы, идя вслед за исследованиями Атаджанова, Стиллмана, Бресслера. Отдельно интересует нас выбранное поколение и с точки зрения выбираемых ими медиастратегий потребления информации, так как именно этот аспект влияет на работу журналиста в целом.

Вторая глава связана с изучением профессиональной биографии журналистов поколения Z – Ивана Сурвилло, Ирины Кравцовой, Артема Распопова, Юлии Лукьяновой, Елизаветы Фохт, Павла Кросовицкого. Данный выбор основан на существующих профессиональных и читательских рейтингах изданий «Esquire» и «Forbes». В соответствующих параграфах дается анализ журналистских материалов соответствующих авторов, например, социальные эксперименты Ивана Сурвилло, репортаж Ирины Кравцовой после трагедии в Кемерово, материал Артема Распопова с траурного митинга в честь 16-й годовщины трагедии на Дубровке.

Сейчас поколение Z активно интегрируется во взрослую жизнь, и поэтому всё чаще встречаются разнообразные эксперименты, например, осенью 2019 года Esquire в рамках проекта «Клуб Z» опубликовал на своём сайте электронную альтернативную версию журнала о поколении Z, созданного специальной редакцией для этой цели, в которую вошли представители интересующего нас поколения. Среди отобранных редакцией 11 человек, нам удалось пообщаться через мессенджеры с пятью участниками эксперимента. В приложении представлены развёрнутые ответы каждого из опрошенных нами представителя «зетов».

# Глава 1. Журналисты поколения Z: особенности поколенческой и профессиональной самоидентификации

## 1.1. Поколение Z: характерные черты

На данный момент существует множество исследований, относительно характеристики «поколения Z». Наряду с теорией Хоув и Штрауса, существуют и другие «поколенческие» теории, которые описывают специфику, например, «iGen» американского психолога Джин Твендж или «Цифровые аборигены» (поколение «Digital Native») Марка Пренски<sup>1</sup>. На формирование любого поколения оказывает влияние социальная среда, поэтому исследователи разных стран адаптируют американскую теорию под определённую среду. Так, в России свои трактовки американской теории о поколенческих особенностях «поколения Z» предложили Е.М. Ожиганова<sup>2</sup> и И.В. Арцимович<sup>3</sup>. Теории поколений Хоува и Штрауса получила адаптацию применительно к российской действительности и была проведена группой специалистов в 2003-2004 гг. в рамках проекта «RuGenerations – Теория поколений в России».<sup>4</sup>

В исследовании Н.В. Богачевой и Е.В. Сивак «Мифы о поколении Z»<sup>5</sup> собираются характерные признаки «зетов». Если рассматривать сферу психологии человека, связанную с познавательными процессами и сознанием и включающую знания человека о мире и о самом себе или же по-другому когнитивную сферу, то характерными признаками для «зетов» станет многозадачность, трудность удержания внимания. Исследователи сходятся

---

<sup>1</sup> См. об этом Атаджанов М., Переходное поколение в современном социуме: от поколения икс к интернет-поколению // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2015. № 4 (8). С. 69-73; Зайцева Н.А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. № 2 (3). С. 220-236.

<sup>2</sup> Ожиганова Е.М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1. С. 94-97.

<sup>3</sup> Арцимович И.В. Современное поколение: вызовы обществу или времени // Интерактивная наука. 2017. № 12. С. 119-121.

<sup>4</sup> Мамина Р.И., Толстикова И.И. Поколение Z, или поколение фиджитал в условиях деловой среды // В сборнике: Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2019. Выпуск 3. С. 150.

<sup>5</sup> Богачева Н.В., Сивак Е.В. Мифы о "поколении Z" // Современная аналитика образования. 2019. № 1 (22). С. 1-64.

во мнении, что обилие многозадачности может приводить к избыточной нагрузке на нервную систему и способствовать большей отвлекаемости при выполнении любой деятельности.

Относительно ценностных взглядов, «поколение Z» направлено на индивидуальность: достижение успеха, развитие. В связи с этим большинство «зетов» в эмоциональном плане больше испытывает тревогу и депрессию, чем представители более старшей возрастной группы.

Чтобы снизить стресс и присущую им тревожность, зеты, по прогнозам экспертов, будут стремиться работать в медленно автоматизируемых областях – медицине, образовании, науке и искусствах. При этом, самые умные из них будут иметь несколько запасных профессий или «прокачанных» навыков на случай, если рынок труда быстро изменится<sup>6</sup>.

## **1.2. Поколение Z как потребители информации**

Для того, чтобы составить творческий портрет журналиста «поколения Z», недостаточно опираться лишь на общие признаки возрастной группы, важно понимать представителей «зетов» как потребителей информации. В сборнике «Творчество, профессия, индустрия», подготовленной по материалам Международной научно-практической конференции «Журналистика 2020» факультетом журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, этой теме уделяется особое внимание<sup>7</sup>.

Интересующая нас аудитория в подавляющем большинстве для получения информации использует электронные ресурсы и социальные сети, в то время как традиционные типы журналистики отходят на второй план. В 2020 году автор статьи «Ключевые особенности медиапотребления российских студентов» Толоконникова А. В. провела опрос, в котором приняли участие более одной тысячи студентов 1-2 курса из 24 вузов Москвы, Ростова-на-Дону и Нижнего Новгорода. Согласно полученным результатам, «традиционные СМИ – телевидение, радио и печать не

---

<sup>6</sup> Полянок О.В., Абрамов С.М., Акулов С.А., Железникова А.В. Поколение Z: фиджитал-поколение сотрудников // Евразийский юридический журнал. 2019. № 7 (134). С. 389-393.

<sup>7</sup> Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. - М.: Фак. журн. МГУ 2021. - 632 с.

являются привлекательными для молодёжи. К ним обращаются лишь 30% респондентов, в то время как 70% не используют вообще. Функции традиционных медиа в случае с данной аудиторией берет на себя Интернет»<sup>8</sup>.

Поколение «Z» как потребитель информации представляет собой человека, который предпочитает узнавать новости из социальных сетей и веб-сайтов, а приоритетом выбора источника зачастую становится «громкий» заголовок и обилие визуального контента: фотографий и видеороликов. Данной аудитории не принципиально получать информацию от одного и того же СМИ, самое главное – это узнать новость максимально оперативно.

### **1.3. Студенческие СМИ как первый профессиональный опыт журналиста поколения Z**

Что касается профессиональной деятельности журналиста «поколения Z», то она зачастую начинается в университете благодаря тому, что первоначальные знания, полученные уже на первом курсе вуза, можно применить в студенческих журналистских организациях. Во многом с этим может быть связан нынешний бум качественных студенческих СМИ, которые развиваются в сетях и делаются именно молодежными редакциями «зетов».

В их ряду, например, известная московская «The Вышка», Мегабайт Медиа (медиагруппа петербургского университета ИТМО), городская интернет-газета «Бумага», которая выросла из студенческого медиа iUni, созданного студентами нескольких вузов Санкт-Петербурга, инстаграм PostedMedia — работа команды студентов РАНХиГС, издание «Медач», которое создали студенты-медики для самих себя, когда поняли, что система образования в медицинских вузах устарела и не может дать им нужные практические знания, GUTV – студенческий телеканал РГУ нефти и газа им. Губкина и другие.

---

<sup>8</sup> Толоконникова А. В. Ключевые особенности медиапотребления российских студентов // Журналистика в 2020 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. - М.: Фак. журн. МГУ 2021. С. 159.

## Глава 2. Творческая индивидуальность журналистов поколения Z

### 2.1. Новая журналистика поколения Z

С 2017 года ряд профессиональных изданий (в основном, журналов и интернет-медиа) выпускает своеобразные «подборки» лучших молодых журналистов, за которыми, по мнению профессиональной редакции, стоит пристально следить массовой аудитории. Редакции «Esquire», «Афиши», «Ленты», «Дождя» ежегодно рассказывают о молодых журналистах, которые пишут талантливые тексты, умеют добывать эксклюзивы и делать качественные репортажи и интервью. Среди них — авторы политических фичеров, молодые специалисты, которые делают свое, пусть и небольшое, медиа, талантливые корреспонденты и расследователи.

**Иван Сурвилло, 19 лет.** студент медиакома Высшей школы экономики, о котором во «взрослой» журналистике впервые заговорили в 2018 году. В 2019 году он стал одним из героев проекта Esquire «12 апостолов» — ежегодной инициативы, в рамках которой редакция журнала выбирает самых интересных и многообещающих деятелей из разных сфер — от науки и кино до кулинарии<sup>9</sup>. Он взял несколько десятков интервью у известных журналистов и медиаменеджеров об их жизни, делал спецпроекты для «Сноба», вел блог на «Меле» и запустил очень личную рассылку о себе.

**Ирина Кравцова, 24 года.** В 2018 году выпускница журфака МГУ почти сразу после выхода на работу в «Медузу» поехала в Кемерово, где во время пожара в торговом центре «Зимняя вишня» погибли 64 человека, в том числе 41 ребенок, и привезла оттуда невероятно тяжелый и для чтения, и для написания репортаж «Наши дети горели, а мы просто наблюдали»<sup>10</sup>. Материал был собран в то время, когда в соцсетях и СМИ распространялись сведения о сотнях погибших и противоречащие друг другу версии случившегося. В работе над такой острой и чувствительной темой Кравцовой

<sup>9</sup> 12 апостолов Esquire 2019 [Электронный ресурс] URL: <https://esquire.ru/hero/85912-12-apostolov-esquire-2019-ivan-survillo-19-let/> (дата обращения 20.01.2020).

<sup>10</sup> «Наши дети горели, а мы просто наблюдали» [Электронный ресурс] URL: <https://meduza.io/feature/2018/03/26/nashi-deti-goreli-a-my-prosto-nablyudali> (дата обращения 20.01.2020).

удалось не поддаться эмоциям и в максимально сжатые сроки собрать емкий репортаж.

**Артём Распопов, 22 года.** В 2018 году занял второе место в конкурсе «Студент года Москвы – 2018» в номинации «Журналист года образовательных организаций высшего образования». Являясь на тот момент студентом второго курса Института издательского дела и журналистики, он отправил письмо в редакцию «Новой газеты», где очень хотел работать, и после нескольких попыток всё же получил возможность работать в издании. Сейчас самому молодому репортеру «Новой» одинаково хорошо удаются как небольшие репортажи и миниочерки по мотивам новостных сюжетов, так и серьезные темы — например, материал с траурного митинга в честь 16-й годовщины трагедии на Дубровке<sup>11</sup>.

**Юлия Лукьянова, 23 года.** Окончила МГУ в 2018 году, защитила диплом на тему использования открытых данных в аналитической журналистике. Проходила практику в «Новой газете», The Village, на «Эхе Москвы», затем устроилась в расследовательское онлайн-издание «Проект». После текстов о связях университета «Синергия» с государством и тайной недвижимости семьи Владимира Жириновского была названа одним из лучших молодых журналистов по версии Esquire.

**Лиза Фохт, 24 года.** Фохт успела поработать в РБК при Елизавете Осетинской и Романе Баданине, где начинала редактором новостей, а затем перешла за Баданиным на сайт телеканала «Дождь».

**Павел Красовицкий, 25 лет, «История будущего».** Выпускник истфака МГУ отвечает за «подробную базу всего» в команде «Истории будущего», основанной Михаилом Зыгарем и Кареном Шаиняном. Они настаивают: содержание больше не имеет смысла без формы, поисками которой и занимается студия, создавшая «Проект 1917», «Карту истории», «Музей становления демократии», «Проект 1968», «Мобильный художественный театр».

---

<sup>11</sup> «Разучайтесь привыкать» [Электронный ресурс] URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2018/10/27/78367-razuchaytes-privykat> (дата обращения 20.01.2020).



## 2.2. Альтернативная редакция Esquire – «Клуб Z»

Осенью 2019 года «Esquire» в рамках проекта «Клуб Z» опубликовал на своём сайте электронную альтернативную версию журнала о поколении Z, созданного специальной редакцией для этой цели, в которую вошли представители интересующего нас поколения. Как пишет «Esquire», они отобрали 11 человек из 300 заявок. Временная редакция «создала журнал так, как посчитала правильным»<sup>12</sup>.

Темой альтернативного «Esquire» стали проблемы, герои и вещи, которые волнуют поколение Z. 100-страничный номер посвящён проблемам, героям и вещам, волнующим поколение Z. В выпуске можно найти тексты о модных местах Москвы, советы по выставкам художников, которые можно успеть посетить осенью 2019 года, а также разборы о причинах любви к вещам из 1990-х и московской «Яме»<sup>13</sup>.

В журнале отсутствует реклама, и на тех местах, где она должна быть, размещены мысли участников эксперимента, которые характеризуют не только одного автора, но и всё поколение «Z» в целом.

Для выявления творческой индивидуальности журналиста поколения Z, мы составили 14 вопросов, затрагивающих тему работы в журналистском коллективе, личных профессиональных предпочтений, отношения к журналистике в целом, а также трендов журналистики, и ближайшего будущего. Опрос проводился нами через мессенджеры и социальную сеть «ВКонтакте» в марте 2020 года.

## Заключение

Внутрикорпоративное медиакритическое исследование для выявления творческой индивидуальности журналиста поколения Z, проведённое среди участников альтернативной редакции «Esquire», показало, что журналист поколения Z – это выпускник профильного вуза, который слегка боится

---

<sup>12</sup> «Esquire выпустил номер о поколении Z, созданный только 20-летними» [Электронный ресурс] URL: <https://tjournal.ru/news/121986-esquire-vypustil-nomer-o-pokolenii-z-sozdannyi-tolko-20-letnimi> (дата обращения 20.01.2020).

<sup>13</sup> Esquire Z [Электронный ресурс] URL: <https://www.calameo.com/books/0060603537712cbdc1d84> (дата обращения 20.01.2020).

отдать своё рабочее место конкуренту без журналистского образования. Такой журналист чаще всего совмещает работу в нескольких редакциях и совершенно не рассматривает смену сферы деятельности, так как журналистика для него — это образ жизни, а отсутствие страха быть уволенным даёт возможность доказать всем свою профессиональную пригодность. Профессиональный образ журналиста поколения Z дополняет хороший литературный багаж, основанный прежде всего на русской литературе.

Журналист поколения Z в потенциальной редакции способен потеснить более опытного за счет того, что у «зета» пока ещё не сформированы внутриредакционной цензурой или политикой «рамки внутри головы» и ограничивающие шаблоны. Правда, молодому журналисту для закрепления за собой места в редакции нужно активно работать и применять свои знания на деле.

Занимаясь журналистикой и формируя свой профессиональный стиль, журналист поколения Z будет ориентироваться на Леонида Парфёнова и Алексея Пивоварова – представителей «старого НТВ», прежде всего из-за их способности «приспособиться к новой реальности и, используя новые форматы, делать качественный контент». В этом списке обязательно будет Сергей Минаев – за его умение «подавать информацию так, чтобы она была интересна», и обязательно Владимир Познер и Юрий Дудь – «за их разный подход к популярному сейчас жанру интервью».

Молодой журналист предпочитает узнавать новости из Telegram каналов, но и не забывает про «Русский репортер», «Ведомости», «РБК», «Коммерсантъ» «Сноб», «The Village», а если ему нужно узнать зарубежные новости, то будет пользоваться соответствующими источниками информации.

Если говорить о профессиональной деятельности, рассмотренной на примере уже состоявшихся журналистов поколения Z, то чаще всего представители этого поколения находят себя в Интернет-журналистике и блогерстве. При этом журналист-«зет» стремится создать свой узнаваемый

авторский стиль, пренебрегая профессиональными клише. Он предпочитает такие жанры, как интервью, расследование, репортажи и охотно принимает участие в отдельных проектах, посвящённых социальным темам. Тяга к рефлексии помогает раскрываться не только самому журналисту, но и его материалам: он умеет разговорить собеседника, старается рассмотреть каждый информационный повод намного глубже, нежели просто «сухое» повествование о событии, для него практически каждый инфоповод может стать поводом для глубокой внутренней рефлексии. О себе это поколение говорит довольно иронично, словами одного из самых его ярких представителей Ивана Сурвилло: «Среди нас есть люди безответственные, которые воплощают все стереотипы поколения Z, а есть наоборот суперпродуктивные люди. Это те самые, которые во время карантина выучили английский, шитье крестиком и слетали на Марс».