

EDN: NTKYIC  
УДК 004.55

## Reflection of Metanarratives in Youth Online Communities (on the Example of VK and Telegram)

Denis V. Dunas\*, Dariana A. Babyna,  
Olga A. Boyko, Sergey A. Vartanov,  
Darya M. Vyugina, Anna N. Gureeva,  
Anna A. Gladkova, Elena A. Salikhova,  
Anna V. Tolokonnikova and Geliya S. Filatkina

*Lomonosov Moscow State University  
Moscow, Russian Federation*

Received 03.11.2023, received in revised form 08.11.2023, accepted 13.11.2023

**Abstract.** “Digital youth”, or generation Z, makes up almost one third of the Russian population. Media consumption of young Russians is mainly concentrated in the digital space, more precisely, in social media. This study presents media narratives identified in communities popular among young people on the VK and Telegram platforms, reflecting the metanarratives of Russian society. Thus, the agenda of “digital youth” is dominated by media narratives aimed at fostering patriotism, historical memory, traditional family values and a healthy lifestyle. Meanwhile, there are also “unsafe medianarratives” that draw attention to the presence of problems in the country, corruption in the regions, approving the use of alcohol and smoking.

**Keywords:** metanarrative, medianarrative, social networks, digital youth, media consumption, Telegram, VK.

Research area: media communications and journalism.

The research was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation (project No. 22–18–00398)

Citation: Dunas D. V., Babyna D. A., Boyko O. A., Vartanov S. A., Vyugina D. M., Gureeva A. N., Gladkova A. A., Salikhova E. A., Tolokonnikova A. V., Filatkina G. S. Reflection of metanarratives in youth online communities (on the example of VK and Telegram). In: *J. Sib. Fed. Univ. Humanit. soc. sci.*, 2023, 16(12), 2285–2297. EDN: NTKYIC



## Отражение метанарративов в молодежных онлайн-сообществах (на примере VK и Telegram)

Д.В. Дунас, Д.А. Бабына, О.А. Бойко,  
С.А. Вартанов, Д.М. Вьюгина, А.Н. Гуреева,  
А.А. Гладкова, Е.А. Салихова, А.В. Толоконникова,  
Г.С. Филаткина

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Российская Федерация, Москва

**Аннотация.** «Цифровая молодежь», или поколение Z, составляет почти треть населения России. Медиапотребление молодых россиян сосредоточено преимущественно в цифровой среде, а именно – в социальных медиа. В данном исследовании представлены медианарративы, выявленные в популярных у молодежи сообществах на платформах VK и Telegram, отражающие метанарративы российского общества. Было определено, что в повестке дня «цифровой молодежи» преобладают медианарративы, направленные на воспитание патриотизма, исторической памяти, традиционных семейных ценностей и здорового образа жизни. Между тем присутствуют и «небезопасные медианарративы», обращающие внимание на наличие в стране проблем, коррупции в регионах, одобряющие употребление алкоголя и курение.

**Ключевые слова:** метанарратив, медианарратив, социальные сети, цифровая молодежь, медиапотребление, Telegram, VK.

Научная специальность: 5.9.9 – медиакоммуникации и журналистика.

Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект № 22–18–00398)

Цитирование: Дунас Д. В., Бабына Д. А., Бойко О. А., Вартанов С. А., Вьюгина Д. М., Гуреева А. Н., Гладкова А. А., Салихова Е. А., Толоконникова А. В., Филаткина Г. С. Отражение метанарративов в молодежных онлайн-сообществах (на примере VK и Telegram). *Журн. Сиб. федер. ун-та. Гуманитарные науки*, 2023, 16(12), 2285–2297. EDN: NTKYIC.

### Введение

Поколение Z, или «цифровая молодежь», в России составляет значительную часть населения. По данным Росстата, в нашей стране проживает 39 089 719 человек в возрасте до 23 лет<sup>1</sup>, то есть родившихся в 2000 году и позже, что объединяет практически 27 % всех россиян, подтверждая важное место «цифровой молодежи» в статистической картине страны. Это поколение, родившееся

в эпоху цифровых технологий, участвует в процессе воспроизводства молодежной медиакультуры в том виде, в каком мы ее знаем.

Изучив мотивы медиапотребления «цифровой молодежи» всего несколько лет назад (Дунас (ред.), 2021), мы обнаружили, что ключевыми потребностями представителей этого поколения являются самоактуализация и социализация в медиакоммуникационном пространстве, которое они не отделяют от социального пространства, поскольку реализа-

<sup>1</sup> <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284>

ция личности и формирование идентичности «человека медийного» имеет гибридную – и социальную, и медийную – природу (Вартанова, 2009, 2015; Дунас, 2022). Функциональное своеобразие социально-сетевоего дискурса, производимого молодежью, формирует особый тип повестки дня, в которой реализуются такие функции, как коммуникативная, рекреационная, развлекательная, социализирующая, организаторская, функции кооперации, управления идентичностью, самоактуализации и самопрезентации (Анненкова, Самсонова, 2023).

Нами было выявлено, что медиапотребление «цифровой молодежи» отличается от привычных другим поколениям паттернов. Дело не только в структуре медиапотребления: поколение Z гораздо активнее погружено в онлайн-среду, предпочитает социальные сети, видеохостинги, стриминговые сервисы, мессенджеры и др. Были важны другие характеристики: молодежь тонко чувствовала социальную несправедливость, ценила «новую искренность», оригинальный контент, свободу самовыражения, знала тенденции развития психологической науки и гендерных исследований. Фактически представители российской «цифровой молодежи» – особенно городской, студенческой – были частью одной глобальной культуры с присущими ей унифицированными моделями потребления, стилем жизни, культурным стилем, способами моделирования индивидуальности и сообществ, способами восприятия, поведения и когнитивными структурами сознания (Вульф, 2008: 227). Цифровая молодежь России была частью единомыренной ментальности, а проявляющиеся культурные различия имели тенденцию к многомерному и многорегиональному взаимному проникновению, приводя к уподоблению производимым странами Северной Америки и Западной Европы образцам, содержащимся в медиапродукции.

Социальные настроения молодежи в период СВО изменились. Исследователи приводят разные характеристики, описывая социальные настроения молодых людей, которые сводятся к одной наиболее чет-

кой мысли: российскую молодежь вывели из зоны комфорта (Карлова, Мясутов, 2023: 1212). С одной стороны, экономические санкции, наложенные на Россию, как это ни парадоксально, существенно повлияли на покупательскую способность и внешний туризм, но не особо трансформировали потребление информации молодежью – она быстро нашла альтернативные каналы и источники получения привычного контента. С другой стороны, современная медиакультура в условиях санкций взяла курс на деглобализацию, деамериканизацию и национализацию, что стало следствием переориентирования медиаполитики на приоритизацию национальных ценностей в правовом регулировании медиасферы (Вартанова, Дунас, 2022; Вартанова, Дунас, 2023). Новые геополитические вызовы обнаружили актуальность патриотического воспитания молодежи, что не могло не стать частью содержания медиаресурсов, направленных на молодежь.

Актуальными вопросами современных медиаисследований продолжают оставаться параметры молодежной медиакультуры в условиях изменений – соотношение ее глобальной и национальной сущностей, качественные характеристики представителей российской молодежи как носителей «западных» и патриотических ценностей, а также попытка определить социальные настроения молодежи и пригодность существующего российского медиaprостранства как среды самоактуализации и социализации молодой личности. И наконец, сегодня как никогда актуальны вопросы определения ценностей, смыслов и идей, отраженных в медиаконтенте, который молодежь потребляет на ежедневной основе.

#### **Теоретико-методологическая основа данного исследования**

Социальная реальность в медиакommunikационном пространстве находит отражение не в качестве онтологической реальности, а в виде картины мира, которая репрезентируется семиотическим способом в умах аудитории – медиапотребителей. Медиакommunikационная реаль-

ность опирается одновременно на лингвистическую и аудиовизуальную системы описания мира, используя конкретные семиотические (языковые и внеязыковые) средства в заданной символической системе: в случае нашего исследования – контент на платформах социальных медиа, поскольку именно он является приоритетным в структуре медиапотребления российской молодежи. Производимая медиатехнологиями модель мира реализует картину мира в социокультурной традиции общества и более частно – среди сообщества, представляя результат взаимопроникновения практики в контекст – то есть взаимодействия человека и среды.

Эмпирико-функционализм предполагает, что медиакommunikационные процессы детерминированы социальным контекстом, обусловлены особенностями существующих сфер жизни общества: политической, социальной, экономической, культурной, а также индивидуальными практиками человеческого бытования. В данном исследовании мы придерживаемся медиациентричного подхода в эмпирико-функционализме. Не отрицая первостепенность социального мира, мы полагаем, что некоторые процессы социальной реальности могут быть порождены медийной средой.

Кроме того, мы следуем политэкономической парадигме медиаисследований, согласно которой, в медиатекстах находят отражение не только социокультурные ценности или идеологические постулаты, но и частные интересы конкретных элитарных групп, представляющих политическую или экономическую власть в обществе.

Медиакоммуникации формируют систему знаний, которая содержится в дискурсе и имеет языковое (текстовое) выражение. Смыслы, идеи, взгляды, ценности, которые транслируют медиа, являются, с одной стороны, результатом категоризации социальной реальности; с другой стороны, репрезентируемая в медиа реальность может содержать новое социальное знание и влиять на формирование новых моделей социального мира, изменяя социальное поведение людей.

Одним из ключевых понятий в междисциплинарном поле знаний, посвященном изучению дискурса, представленном научной традицией филологии, лингвистики и медиаисследованиями, является представление об «упаковке» знаний в языке, а также когнитивном процессе усвоения знаний человеком (Минский, 1979).

Для этого используется понятие «фрейм», под которым понимается структура знаний, характерная доминирующей культуре; схемы, содержащие интерпретации действительности, организующие коллективный опыт; смысловые рамки, отсылающие к социальным нормам (Минский, 1979; Гофман, 2004).

В отечественной традиции распространение получили объяснения, рассматривающие фрейминг как медиакommunikационный прием манипуляции, предполагающий, что медиа отбирают или подсвечивают определенные нюансы тем, событий, фактов с тем, чтобы сформировать определенное мнение у аудитории (Entman, 2004: 23–24, Асланов, 2020).

В рамках данного исследования мы ограничиваемся метанарративами, выявленными в повестке дня цифровых молодежных сообществ, поскольку фрейм как смысловая рамка, воспринимаемая аудиторией, требует дополнительной верификации аудиторными исследованиями. Метанарратив же представляет собой всеобъемлющую рамку, находящуюся над конкретным повествованием, сконструированную в определенном социокультурном контексте и состоящую из комплекса нарративов, формирующего в том числе базовые установки, понимание человеком «правильного» и «неправильного» (Лиотар, 1998, Троцук, 2023). При этом метанарративы неразрывно связаны с социокультурным контекстом той эпохи, к которой относятся их возникновение (Бурдые, 1986).

Для целей данного исследования предложена авторская операционализация следующих понятий. Под метанарративом мы понимаем стереотипизированный и абстрагированный культурный код, соотносимый с доминирующей системой ценностей и го-

сударственной идеологией, системой ценностей общества, нормами морали и другими весомыми для конкретных культур детерминантами макроконтеста. Интегрируя в себя ценности и культурные коды, они имеют весьма устойчивую структуру, фундаментальную основу и являются незыблемыми на протяжении продолжительного периода. Под медианарративом понимается одна из возможных интерпретаций конкретного медиасообщения, предполагающая знание метанарративов как социокультурного контекста, интересов элит, а также актуальной повестки дня.

### Эмпирическое исследование

Программа исследования предполагала пошаговое выполнение следующих процедур.

Для формирования выборки была предложена двухступенчатая система отбора сообществ в качестве материалов исследования. На первом этапе мы обратились к данным Brand Analytics (2022), представляющим собой ранжированный список страниц VK на основе не только числа подписчиков, но и их вовлечённости.

Второй этап был посвящён выявлению числа представителей «цифровой молодежи» в сообществах, имевших наибольшую вовлечённость. Для этого мы с помощью механизма ранжирования подписчиков сообществ по указанному ими возрасту рассчитывали процент подписчиков в возрасте от 14 до 22 лет.

Отбор самых популярных у российской молодежи телеграм-каналов проходил в два этапа. На первом этапе был сформирован перечень наиболее востребованных публичных каналов в возрастной группе респондентов 12–22 года с опорой на данные исследовательской компании Mediascope, сервисов TGStat, Telemetr.me и Popsters.

Для исследования повестки дня в данных сообществах была выбрана неделя с 20 по 26 июня 2022 г., не отмеченная государственными праздниками и дополнительными выходными.

В общей сложности были изучены 1134 публикации следующих телеграм-каналов

и публичных страниц: «Топор 18+» – 163 поста, «НЕ МОРГЕНШТЕРН» – 164 поста, «Кровавая барыня» – 142 поста, «Леонардо Дайвинчик» – 96 постов, «Рифмы и панчи» – 283 поста и «Овсянка, сэр!» – 286 постов.

Методом исследования стал контент-анализ, который предполагал изучение содержания представленных публикаций. Контент-анализ проходил в три этапа. На первом этапе был составлен список метанарративов, к которым были отнесены ценности российского общества, перечисленные в Указе Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». К традиционным ценностям были отнесены жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России.

Этот перечень был соотнесен с данными социологических опросов, в частности о ценностях современной российской молодежи, которые составляют семейные ценности (здоровье членов семьи и безопасность семьи, материальное положение семьи); условия по месту проживания (инфраструктура в месте проживания и возможности для достижения поставленных целей, экологическая ситуация); экономическая ситуация в стране; полноценный досуг; личностное развитие; перспектива продвижения по карьерной лестнице; социальный статус; творческая самореализация; участие в общественной и политической жизни; участие в волонтерской и добровольческой деятельности, помощь другим людям (ВЦИОМ, 2022).

Наконец, метанарративы невозможно представить вне культурного кода. Мы

обратились к карте Инглхарта-Вельцеля, носящей имя американских социологов (2011). Карта предполагает дифференцировать цивилизации по четырем ценностным основаниям, объясняющим межкультурные различия: традиционные ценности vs. секулярно-рациональные ценности; ценности выживания vs. ценности самовыражения. Первая пара ценностей показывает роль государства, религии, семьи в обществе. Вторая пара ценностей показывает степень индивидуализма и самовыражения, уровень развития гражданского общества, развитость экономики, безопасности, толерантности. Карта разграничивает следующие типы цивилизаций: западно-христианскую, восточно-христианскую, латиноамериканскую, конфуцианскую, афро-мусульманскую, западно-азиатскую, южно-азиатскую и англоязычный мир. Ученые относят Россию к восточно-христианской (православной) цивилизации, что не соответствует, на наш взгляд, истине, поскольку Россия объединяет в себе черты одновременно нескольких цивилизаций, в том числе афро-мусульманской.

Перечень ценностей – как в нормативном документе, так и в социологическом опросе и научной рефлексии – позволил исследовательскому коллективу сформировать потенциальный дискурс метанарративов, а также придерживаться уже существующих в социальном пространстве формулировок.

Далее была произведена нарративизация, то есть создание повествования о каждой из 1134 публикаций, составление перечня топиков, относящихся к публикации, членами научного коллектива. Каждая публикация содержала несколько медианарративов, дополняющих друг друга или противоречащих себе. Помимо авторского текста – текста публикации – принимался во внимание и контекст, то есть знание актуальной информационной повестки дня, медиаобраз героя публикации, а также актуальные тренды цифровой среды – текстовые, графические элементы, мемы, эмодзи как свойственные онлайн-коммуникации молодежи маркеры оценки.

Наконец, была произведена кодификация обнаруженных медианарративов по метанарративам. В результате было выявлено 26 «отражений» метанарративов в исследуемых медиатекстах социальных сетей (см. табл. 1).

#### **Результаты: четыре группы метанарративов**

**Политические метанарративы.** В эту группу были отнесены метанарративы, которые, опираясь на актуальную информационную повестку, обеспечивали влияние ключевых идеологических и ценностных концептов на осмысление актуальных политических процессов – как в стране, так и в мире, конституируя главные постулаты идеологии для массового сознания, что в целом характерно для политических идеологий (Поцелуев Константинов, 2012). Политические метанарративы – это наиболее яркий пример того, как идеология реализует себя через организацию концептуальных схем, выстраивая систему взаимодействий между повседневными, рутинными процессами и ценностной структурой российского государства. Наиболее распространённым оказался тезис «Россия – сильная страна, которая защищает свой суверенитет. В основе ее мощи сильный лидер, устойчивый рубль, закон, порядок и безопасность». Он был обнаружен в 21,7 % от общего числа исследуемых публикаций. Метанарратив объединил в себе одновременно несколько нарративов – цитаты Президента РФ, новости экономики, а также прямые отсылки к метанарративу – патриотизму как ключевой ценности российского общества. Кроме того, он референтен культурному коду сильного государства, что соответствует типу цивилизаций, которому присущи традиционные ценности.

Другим распространённым политическим метанарративом стал следующий: «Россия в окружении врагов. Ее враги, прежде всего, США и Запад. Китай не враг, но относиться к нему следует осторожно. Белоруссия – друг». Он был сформулирован исследовательской группой на основе нескольких медианарративов, топиков ко-



Таблица 1. Перечень выявленных «отражений» метанарративов

|  |      |        |
|--|------|--------|
| Россия – сильная страна, которая защищает свой суверенитет. В основе ее мощи сильный лидер, устойчивый рубль, закон, порядок и безопасность                                      | 404  | 21,7 % |
| Семья и рождение детей – большое счастье для человека  | 140  | 7,5 %  |
| Россия в окружении врагов. Ее враги, прежде всего, США и Запад. Китай не враг, но относиться к нему следует осторожно. Белоруссия – друг   | 134  | 7,2 %  |
| У России богатая культура, как исторически, так и сегодня  | 111  | 6,0 %  |
| Современная популярная культура глобальна. Российская молодежь хорошо знакома с топовыми американскими блогерами и селебрити, фильмами и музыкой, а также с глобальными брендами | 106  | 5,7 %  |
| Безусловно, в России есть свои проблемы: например, коррупция в регионах, несовершенное законодательство, недобросовестные бизнесмены   | 98   | 5,3 %  |
| У России богатая история, которую нужно помнить. Прежде всего, нужно хранить память о ВОВ  | 96   | 5,2 %  |
| Маленький человек часто попадает в беду. То на нем наживается крупный бизнес, то происходит природный катаклизм. Маленький человек нуждается в защите государства и общества     | 92   | 5,0 %  |
| Рэп и хип-хоп – самое прогрессивное сегодня музыкальное направление в России, которое представляют талантливые музыканты и блогеры   | 91   | 4,9 %  |
| Детство – это период жизни человека, который вызывает тёплые ассоциации  | 81   | 4,4 %  |
| Природа и животный мир восхищают своей красотой и умиляют  | 81   | 4,4 %  |
| Всегда важно во взаимоотношениях с людьми оставаться порядочным человеком: быть уважительным, вести себя достойно, уметь дружить   | 71   | 3,8 %  |
| Смерть человека – большое горе, но умершие живут в нашей памяти  | 68   | 3,7 %  |
| Важно вести здоровый образ жизни, что включает в себя активные виды отдыха, спорт, правильное питание, отказ от алкоголя и наркотиков  | 54   | 2,9 %  |
| Употребление алкоголя и курение допустимы. Особенно по праздникам  | 49   | 2,6 %  |
| Выдающиеся спортсмены – люди, достойные восхищения   | 36   | 1,9 %  |
| Действующая власть на Украине – это враг России, но это не относится к украинцам как народу, который для россиян остается братским   | 26   | 1,4 %  |
| Блогеры напоминают о том, что добиться успеха, славы и денег может каждый  | 23   | 1,2 %  |
| Бытовое насилие неприемлемо  | 21   | 1,1 %  |
| Высказывать свое мнение публично и иметь возможность свободно говорить все, что ты думаешь, – очень важно  | 20   | 1,1 %  |
| Традиционные патриархальные ценности устарели  | 17   | 0,9 %  |
| Криптовалюты не принесут ничего хорошего   | 10   | 0,5 %  |
| Образование, саморазвитие и прогресс важны как для отдельной личности, так и для всего общества  | 9    | 0,5 %  |
| Совершенной демократии на Западе нет   | 8    | 0,4 %  |
| Иноагенты остаются значимой частью российской культурной и общественной жизни  | 6    | 0,3 %  |
| Старших надо уважать   | 6    | 0,3 %  |
|  | 1858 |        |

Источник: составлено авторами, 2023

торых сводились к информации о внешней политике России.

Существенную долю медианарративов, подтверждающих данный метанарратив, составили публикации об экономических санкциях зарубежных стран в отношении России, которые напрямую затронули права и интересы российского потребителя. Так, экономическая повестка освещалась через призму личных интересов граждан, что соответствует ценности «права и свободы человека», обозначенной в упомянутом выше приказе Президента РФ. Помимо прочего, вопрос экономической безопасности России был встроено в более широкий контекст цивилизационного противостояния, что находит отражение в культурном коде об особом пути России и ее противостоянии как Западу, так и Востоку. Разделение на «своих» и «чужих» является одним из характерных приемов идеологического влияния (Поцелуев, Константинов, 2012: 210), который помогает сформировать определенные взгляды, особенно принимая во внимание тот факт, что у современной молодежи нет опыта глобального цивилизационного противостояния (Карлова, Мясутов, 2023: 1211). Практически тождественный, но все же более тонко расставляющий акценты медианарратив – «Совершенной демократии на Западе нет» – обнажает проблемы стран Запада, связанные с их политическим устройством.

Другой политический тезис в результате нарративизации приобрел следующее выражение: «У России богатая история, которую нужно помнить. Прежде всего, нужно хранить память о ВОВ».

Метанарратив работает с культурной и исторической памятью как инструментом консолидации общества на основе общего исторического прошлого. Причастность к единой культурной ценности, которой является Великая Отечественная война, является одной из основ национальной идентичности и национальной общности. Соотнесим с ним метанарратив «У России богатая культура, как исторически, так и сегодня», который акцентирует внимание на культурном наследии России прошлого

и настоящего, считающегося частью всемирного наследия.

**Традиционные ценности.** Эта группа метанарративов сосредотачивала внимание на описании значения семьи и деторождения в жизни человека. В качестве примеров использовались селебрити и блогеры как представители российской, так и глобальной популярной культуры.

Другим распространенным метанарративом стал «Старших надо уважать», реализуемый на примере как отечественных, так и зарубежных героев. Уважение к старшим является важной нормой морали и этики во многих культурах по всему миру, но в большей степени характерно для культуры Востока, что вновь актуализирует вопрос цивилизационного пути России.

Важными метанарративами в группе «Традиционные ценности» стали «Маленький человек часто попадает в беду. То на нем наживается крупный бизнес, то происходит природный катаклизм. Маленький человек нуждается в защите государства и общества», «Детство – это период жизни человека, который вызывает тёплые ассоциации», «Всегда важно во взаимоотношениях с людьми оставаться порядочным человеком: быть уважительным, вести себя достойно, уметь дружить».

Первый метанарратив описывает определённую социальную категорию – «маленького человека», что отсылает к известному в отечественной литературе культурному коду – жизнеописанию обычного гражданина, обывателя, который нередко становится жертвой обстоятельств. Второй метанарратив повествует о человеке в контексте определённого возрастного периода – детства. Подобно метанарративу о ВОВ, он задействует память, но не столько историческую, сколько личную, реализуя эффект ностальгии по прошлому – периоду детства, формируя глубокое патриотическое чувство, каким и является ностальгия. Третий метанарратив акцентирует внимание на нравственных качествах человека, описывая его как «порядочного», направляя внимание на традиционные для многих культур нормы морали и этики.



Во всех исследуемых метанарративах группы человек помещается в континуум жизненного пути, на котором ему предстоит столкнуться и с невзгодами, и с достойными нравственными идеалами, и с личным и публичным полем, то есть нарративизации подвергаются разные аспекты жизни и поведения людей традиционных обществ.

**Стиль жизни молодежи.** В этой группе нашли отражение актуальные состояния российской молодежи на фоне переживания пандемии нового коронавируса, социальной неопределённости, а также ключевых военных, экономических и социальных событий последних лет. В условиях снижения предсказуемости, уверенности в завтрашнем дне, реализуемости долгосрочных жизненных планов в российской молодежной культуре отмечена тенденция к смене аксиологических знаков (Лисовский, 1998: 99; Карлова, Мясоутов, 2023: 1209). Уже сформированная «культура желаемого настоящего» (Карлова, Мясоутов, 2022), базирующаяся на культе потребления западного типа, в силу ее нежизнеспособности привела к нереализованности стремлений молодых людей, что находит отражение в социальных настроениях молодежи.

Следует отметить, что упомянутые метанарративы создают весьма обширную «зону комфорта» для современной молодежи, в которой находят место различные практики социальной жизни молодежи – от ведения здорового образа жизни и занятий спортом до умиления животными и заботой о саморазвитии. Эти практики позволяют молодежи дистанцироваться от экзистенциальных переживаний, принять новый образ политической реальности, основываясь на образах виртуальной среды (Карлова, Мясоутов, 2023: 1220).

Надо понимать, что метанарративы о стиле жизни отнесены к этой группе весьма условно. Так или иначе, многие метанарративы, вне зависимости от группы, направлены на вовлечение молодежи в практики нового российского патриотизма и принятия новой геополитической роли России на международной арене.

В то же время эти метанарративы объединяют нарративы, выражающие ценности и убеждения, которые считаются важными и положительными в обществе: свобода высказывания, здоровый образ жизни, сознательное отношение к окружающей среде, ценность образования и саморазвития. Политическая культура выстраивается на основе положительных, а не отрицательных образцов, что обеспечивает ей безусловное принятие и устойчивость в долгосрочной перспективе.

#### **«Небезопасные» метанарративы.**

В эту группу были включены те метанарративы, которые противоречат культурному коду, другим метанарративам или даже целым группам метанарративов.

На наш взгляд, эти метанарративы потенциально могут спровоцировать риски двоемыслия, то есть такой вид речевой деятельности, в которой одновременно сосуществуют противоположные точки зрения. Например, метанарратив о несовершенстве власти в регионах России может вступить в потенциальное противоречие с представлением о сильном лидере и его централизованной власти, сформировать суждение об отсутствии цельности и системности политической системы.

Метанарратив о допустимости алкоголя, хотя, конечно, и можно подтвердить соответствующим культурным кодом, особо распространённым в народной культуре, реализующей стереотип о героизации русского пьянства, но все же противоречит концепции здорового образа жизни.

Излишнее внимание к иноагентам, осуждение их творческой деятельности в положительном ключе, включение их в повседневную информационную повестку дня нивелирует сам статус иноагента как публично порицаемого за иностранное влияние лица. То же относится к популяризации хип-хоп-культуры, которая является продуктом глобализации американского шоу-бизнеса.

Тезис о бесполезности мужчин стал одним из наиболее распространенных в феминистском дискурсе (Case, Lippard, 2009) и напрямую связан с преодолением систематического господства мужчин над

женщинами в различных сферах жизни – от семейной до рабочей. При этом патриархат имеет весьма разнообразные формы и не сводится исключительно к подавлению женщин, поскольку современные социологические теории обнаружили общие основания для выстраивания идентичности или опыта женщин всего мира, чтобы построить некую универсальную теорию социального положения женщины.

Не связан ли с этим риск становления культуры двоемыслия? Предложенный Дж. Оруэллом термин «двоемыслие» стал использоваться не только в публицистическом, но и в академическом дискурсе. Его положительную ролью является формирование нормы, в которой находят отражения диалектические вопросы жизни. Ю. Левада связывал двоемыслие с особенностями функционирования социальных норм в социокультурных контекстах переходного типа, с преобладанием запретов над разрешениями и, как следствие, стремлением их обойти, вырабатывая новые комфортные поведенческие ниши, а также с отсутствием жёстких и конвенционально разделяемых представлений о социально одобряемом и социально порицаемом поведении (Левада, 2000).

Однако признаки двоемыслия возможно обнаружить не только при описании российского общества, но и первобытного (Маслова, Усова, 2014; Lévi-Strauss, 1966). К. Леви-Стросс при изучении мифологического сознания обратил внимание на тип мышления, основанный на бинарных оппозициях. Такой тип мышления обеспечивает постижение мира через преодоление его противоречий и способствует его принятию. Диалектика Гегеля предполагала, что только на основе объединения тезиса и антитезиса, которое философ называл синтезом, возможно порождение нового знания. Подходы медиаисследователей также поощряют полярные точки зрения, способствующие плюрализму мнений и формированию привычки к обсуждению, налаживанию диалога и выстраиванию консенсуса (Curran, 2002).

Становление не только содержательной, но и системной двойственности пред-

ставляет собой своеобразную тенденцию развития отечественных медиа на современном этапе. Медиа-система пронизана противоречиями: институционализированные и неинституционализированные медиа, старые и новые, государственные и коммерческие, массовые и фрагментированные и т.д. – все они находят место в сложной структуре. Симбиоз разных по своему статусу, но имеющих общую природу субъектов медиасреды оказывается вполне свойственным современному состоянию российской медиа-системы, однако в случае содержательных противоречий вызывает небезосновательную обеспокоенность.

### Выводы

Формируемая в пространстве цифровых медиа проанализированная нами молодежная медиакультура является прочной, глубоко идеологизированной средой. В ней находят отражение практически все закодированные в официальных нормативных документах, культурных кодах и общественном мнении идеи, взгляды, ценности, господствующие в обществе. Важно подчеркнуть, что мы понимаем идеологию не в духе теории гегемонии А. Грамши, который рассматривал ее исключительно в качестве инструмента манипулирования массами. Мы понимаем идеологию в духе современной нормативной социологической традиции: идеология как наиболее распространенные в обществе идеи, которые, безусловно, соответствуют интересам правящих групп и элит, но в первую очередь представляют собой взгляды здравого смысла (Гидденс, Саттон, 2019: 222). Продолжая в большей степени традицию М. Фуко, а не К. Маркса, мы полагаем, что идеология в некотором смысле синонимична социальному дискурсу и дискурсивным практикам, а не культурному воспроизводству взглядов господствующего класса.

Нарративизация идеологии в текстах, размещаемых на исследуемых платформах, стала одним из наиболее очевидных и нетрудно верифицируемых открытий проведенного исследования. Метанарративы, закодированные в широком массиве соци-

окультурного контекста, экстраполированы в пространство нарративов медиатекста, которые, в свою очередь, формируют дискурс, воспроизводящий базовую социальную культуру общества.

Медиакультура в нашем современном обществе обладает глобальным характером: она достигает всех уголков земного шара при помощи современных технологий. Однако, несмотря на развитие процесса глобализации, отчетливо прослеживается доминирование традиционных ценностей и национальных приоритетов в медиаполе каждой отдельной страны.

Рассуждая о соотношении глобального и национального, сложно упрекнуть медиакультуру в попытке ассимиляции или полной гомогенизации, скорее на поверхности обнаруживается тонкая, но устойчивая грань, отделяющая глобальную форму и традиционное содержание, формирующая баланс между национальным и универсальным. Тем не менее приходится отметить, что выбор часто делается в пользу национального содержания, а не глобальной упаковки, таким образом оказывается влияние на форму медиатекста и формы медиакоммуникации, но не на его суть.

Важный элемент изученной медиакультуры – политическая экономия. Несмотря на общепринятое мнение о сетевой структуре медиакультуры, исследуемые нами сообщества подчиняются принципам организации сверху, а в медиатекстах считаются интересы и логика законодателей. В медиакоммуникации присутствует явное доминирование редакционной структуры публикаций и модерации комментарийного дискурса. Фактически нами было

выявлено, что исследуемые сообщества выполняют стратегическую функцию – патриотическое воспитание молодежи.

Еще одним свойством изученной медиакультуры является комплексное единство медиакоммуникационного текста. Дискурс в таких текстах формируется не только традиционными нормами языка, но и с помощью эмодзи и комментариев, равноценно участвующих в формировании коммуникативного смысла текста, что соответствует семиотико-коммуникативным параметрам социально-сетевому дискурсу онлайн-сообществ (Анненкова, Самсонова, 2023).

Однако все эти особенности медиакультуры несут в себе потенциальные угрозы. Бинарные оппозиции метанарративов, например, могут создавать условия для созревания культуры двоемыслия, где одно утверждение может иметь несколько интерпретаций. Метанарративы к тому же могут быть противоречивы, но в целом их соотношение все же свидетельствует о сохранении баланса и устойчивости как внутри определенных сообществ, так и в масштабах всего общества.

В заключение отметим, что медиапотребление «цифровой молодежи» контекстуально – оно складывается из использования, интерпретации и производства содержания, исходя из актуальной повестки дня. Таким образом, медиапотребление становится тесно связано с исполнением социальной роли, одобряемой сообществом и обществом, что оказывается центральным механизмом формирования социокультурной динамики общества, в которую весьма успешно, эффективно и деликатно интегрируется молодежь.

### Список литературы / References

Annenkova I. V. & Samsonova E. A. Funkcii social'no-setevogo diskursa i social'no-setevaya kartina mira (na primere molodezhnogo segmenta novyh media) [Functions of social-network discourse and social-network picture of the world (on the example of the youth segment of new media)]. In: *Medi@l'manah*, 2023, 2 (115): 18–26.

Aslanov I. A. Metaforicheskiy frejming v mediateksth i kommunikacii o depressii: rezul'taty kontent-analiza i eksperimenta [Metaphorical framing in media texts and communication about depression: results of a content analysis and an experiment]. In: *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism]*, 2020, 6, 3–22.

Bourdieu P. *Biographical Illusion [L'illusion biographique]*. In: *Actes de la recherche en science sociales*, 1986, 69–72.

Brand Analytics. 2022. Available at: <https://br-analytics.ru/mediatrends/authors/vk/202206/ER/public> (accessed: 28 sept. 2023)

Case C. E., & Lippard C. D. Humorous assaults on patriarchal ideology. In: *Sociological Inquiry*, 2009, 79(2), 240–255.

Curran J. *Media and Power*. London: Routledge, 2002.

Dunas D. V. Media i socializaciya: pervichnaya, vtorichnaya ili samosocializaciya? Opyt izucheniya mediapotrebleniya cifrovoy molodezhi Rossii [Media and Socialization: primary, secondary or self-socialization? Experience of studying the media consumption of Russia's digital youth]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya [Bulletin of Tomsk State University. Philology]*, 2022, 78, 200–224.

Dunas D. V. (Ed.) *Mediapotreblenie «cifrovoy molodezhi» v Rossii: monogr. / pod red. D. V. Dunasa. [Media Consumption of the 'Digital Youth' in Russia]*. Moscow, Faculty of Journalism, MSU, 2021.

Entman R. *Projection of Power: Framing News, Public Opinion, and U. S. Public Policy*, 2004.

Giddens E., Sattou F. *Osnovnye ponyatiya sociologii [Basic concepts of sociology]*, Moscow: Izd-vo NIU VSHE [HSE Pub.], 2019.

Gofman I. *Analiz frejmov: esse ob organizacii povsednevnogo opyta [Frame Analysis: Essay of Everyday Experience Organization]*, Moscow: Institut sociologii RAN [Sociological Institute of Russian Academy of Sciences], 2004.

Inglehart R., Welzel K. *Modernizaciya, kul'turnye izmeneniya i demokratiya [Modernization, cultural changes and democracy]*, Moscow: Novoe izdatel'stvo [New Publishing House], 2011.

Karlova O. A. & Myasoutov O. V. Sovremennaya molodezhnaya kul'tura v diskurse filosofstvovaniya Fedora Dostoevskogo [Modern Youth Culture in the Discourse of Fyodor Dostoevsky's Philosophizing]. In: *ZHurnal SFU. Gumanitarnye nauki [Journal of the Siberian Federal University. Series: Humanities]*, 2022, 15(2), 254–264.

Karlova O. A. & Myasoutov O. V. Rossijskaya molodezh' vne zony komforta: perezhivanie neopredelennosti i politicheskie fantomy [Russian Youth Out of the Comfort Zone: Experiencing Uncertainty and Political Phantoms]. In: *ZHurnal SFU. Gumanitarnye nauki [Journal of the Siberian Federal University. Series: Humanities]*, 2023, 7, 1208–1221.

Levada Yu. Chelovek lukavyj: dvoemyslie po-rossijski [The Evil Man: doublethink in the Russian way]. In: *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Change]*, 2000, 1, 19–28.

Lévi-Strauss C. *From Milk to Dust [Du miel au cendres]*. Paris: Plon, 1966.

Lisovskij V. T. Dinamika social'nyh izmenenij (opyt sravnitel'nyh sociologicheskikh issledovanij rossijskoj molodezhi) [Dynamics of social change (experience of comparative sociological studies of Russian youth)]. In: *Sociologicheskie issledovaniya [Sociological Research]*, 1998, 5, 99–105.

Lyotard J. F. *Sostoyanie postmoderna [The State of Postmodernity]*, Moscow: Institut eksperimental'noj sociologii [Institute of Experimental Sociology Pub.], 1998.

Maslova S. V., & Usova A. V. Binarnye oppozicii v sovremennom massovom soznanii [Binary Oppositions in Modern Mass Consciousness]. In: *Vestnik nauki Sibiri [Bulletin of Siberian Science]*, 2014, 4(14).

Minsky M. *Frejmy dlya predstavleniya znanij [Frames for Knowledge Representation]*, Moscow: Energiya [Energy], 1979.

Pocelue, S. P., & Konstantino, M. S. Moral'nye frejmy politicheskikh ideologij: bazovye ponyatiya i metodologiya issledovaniya [Moral Frames of Political Ideologies: Basic Concepts and Research Methodology]. In: *Politicheskaya konceptologiya [Political Conceptology]*, 2012, 3, 206–211.

Trocu, I. V. Metanarrativ [Metanarrative]. In: *Bol'shaya Rossijskaya enciklopediya [The Big Russian Encyclopedia]*, 2023. Available at: <https://bigenc.ru/c/metanarrativ-f6bcb3>

Vartanova E. L. & Dunas D. V. Rossiya. Sredstva massovoj informacii. Mediapolitika [Russia. Mass Media. Media Policy]. In: *Bol'shaya Rossijskaya enciklopediya [The Big Russian Encyclopedia]*, 2023. Available at: <https://bigenc.ru/c/rossiia-sredstva-massovoi-informatsii-mediapolitika-fe2351>

Vartanova E.L. & Dunas, D.V. Rossijskaya mediasistema v nachale 2020 gg.: vyzovy epohi neo-predelennosti [The Russian Media System in the Early 2020s: Challenges of an Era of Uncertainty]. In: *Medi@l'manah*, 2022, 6 (113), 8–19.

Vartanova, E.L. O neobhodimosti razvitiya innovacionnyh podhodov v issledovaniyah massovyh kommunikacij [On the need to develop innovative approaches in mass communication research]. In: *Medi@l'manakh*, 2009, 1, 6–9.

Vartanova E.L. CHelovek medijnyj kak rezul'tat social'nogo razvitiya? [The media man as a result of social development?]. In: *Medi@l'manah*, 2015, 5 (70): 8–11.

WCIOM. 2022. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (accessed: 28 sept.2023)

Wulf K. *Antropologiya: istoriya, kul'tura, filosofiya* [Anthropology: History, Culture, Philosophy], Saint-Petersburg, University of Saint-Petersburg Pub., 2008.