

Инструменты трансформации социальных стереотипов – СМИ (на примере молодежных субкультур)

Научный руководитель – Коркия Эка Демуриевна

Тиранова Арина Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: tiranova.a@gmail.com

Современная медиасреда стала значимым пространством социализации молодежи, так как через цифровые платформы задаются представления о допустимых стилях жизни и «нормальности». Медиарепрезентации связывают культурные коды и массовое мнение, задавая аудитории устойчивые схемы интерпретации. Социальные стереотипы понимаются как устойчивые схемы восприятия групп, упрощающие интерпретацию социальной реальности [5]. В условиях тотальной цифровизации такие схемы формируются и поддерживаются повторяемыми медийными рамками, визуальными кодами и алгоритмическим тиражированием контента, что особенно заметно в отношении молодежных субкультур, имеющих ярко выраженные символы и практики.

Цель исследования – определить, каким образом средства массовой информации участвуют в изменении стереотипных представлений о молодежных субкультурах и какие медиамеханизмы способствуют их ослаблению либо усилению. Объект исследования – социальные стереотипы, предмет – медийные практики, влияющие на их динамику. Эмпирическим объектом выступают студенты московских вузов, относящие себя к субкультурным сообществам.

Методология сочетает информационно-коммуникационный и структурно-функциональный подходы; используются контент-анализ и дискурс-анализ медиатекстов, а также опрос и интервью для фиксации интерпретаций медийных образов. Эмпирическая база включает публикации федеральных СМИ, материалы телевидения и видеоплатформ, а также тематические сообщества в социальных сетях за последние 3–5 лет.

В рамках исследования предстоит найти решение последовательного комплекса задач. На первом этапе уточняется содержание понятия социальных стереотипов, раскрываются их функции и значимость в социальном контексте, описываются механизмы формирования и распространения стереотипных представлений в современном обществе. Далее анализируется место социальных стереотипов в структуре массового сознания и их влияние на общественные установки, что позволяет перейти к рассмотрению медиа как института социализации и механизма формирования общественного мнения.

Результаты теоретико-эмпирического анализа показали, что традиционные медиа чаще используют фреймы «опасности» и «девиации», тем самым воспроизводя социальную дистанцию и межпоколенческую стигматизацию. Так, по данным ВЦИОМ, 74% опрошенных считают увлечение ребенка квадробикой поводом для тревоги; поддержка контроля и запрета составляет 38% и 35% соответственно [2]. В Казахстане, несмотря на то что большинство молодежи не относит себя к субкультурам (79,8–90% в различных возрастных группах), сами субкультурные метки оказываются заметными в публичном дискурсе и становятся объектом оценочной маркировки [1]. Разрыв медиапрактик между поколениями усиливает эффект стереотипизации: в исследовании, охватившем более 50 тысяч участников, родители существенно меньше времени проводят в соцсетях, чем подростки,

что затрудняет взаимопонимание и облегчает морально-нормативные интерпретации молодежных практик [6]. Для стран Центральной Азии характерна рамка «плохих влияний» интернета, например, в национальном исследовании UNICEF отмечается сочетание представлений об интернете как полезном ресурсе и как источнике рисков и стигматизации [Там же].

Следующий этап направлен на выявление того, каким образом средства массовой информации участвуют в изменении стереотипов. В рамках этой логики отдельно оценивается трансформация представлений о молодежных субкультурах через различные формы медиаконтента, такие как традиционные СМИ, видеоплатформы, социальные сети и пользовательские форматы.

Потенциал трансформации стереотипов связан с появлением альтернативных нарративов и практик самопрезентации в новых медиа. Исследование казахстанских социальных медиа показывает, что платформы способны формировать социальные стандарты и влиять на интерпретацию образов; применение дискурс-анализа и интервью позволяет выявлять темы, через которые нормы воспроизводятся и пересобираются [4]. Образовательные интервенции, основанные на рефлексивной работе с источниками и сопоставлении контекстов, уменьшают устойчивость ложных представлений: в эксперименте по развитию культурной осведомленности студенты после системы заданий продемонстрировали более высокие показатели по сравнению с контрольной группой [3].

Практическая значимость исследования состоит в разработке рекомендаций для медиапроизводителей и образовательных организаций. Таким образом, в современных условиях переход от сенсационных сюжетов к объяснительным форматам, включение комментариев участников субкультур и экспертов, а также внедрение медиаобразовательных заданий, развивающих критическое чтение и сопоставление источников, позволяет ослаблять стигматизирующие обобщения и повышать качество межпоколенческого диалога.

Источники и литература

- 1) Айдархан С. Аниме, хиппи, рок. Бізде қандай субмәдениет түрі дамыған? Varibar.kz. 2019. URL: baribar.kz/116428/ (дата обращения: 19.02.2026).
- 2) ВЦИОМ. Квадроберы: кто это такие и нужно ли с ними бороться? Аналитический обзор. 16.10.2024. URL: wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kvadrobery-cto-eh-to-takie-i-nuzhno-li-s-nimi-borotsja (дата обращения: 28.02.2026).
- 3) Исамухамедова М.И. Задачи для развития культурной осведомленности в сообществе L2 // Иностранные языки в Узбекистане. 2020. №2(31). URL: journal.fledu.uz/ru/zadachi-dlya-razvitiya-kulturnoj-osvedomlennosti-v-soobshhestve-l2/ (дата обращения: 01.02.2026).
- 4) Қалдыбек С.Т., Шеденова Н.У., Каримова Ж.К. Конструирование образа женственности в дискурсе социальных медиа // Вестник КазНПУ им. Абая. Серия «Социологические и политические науки». 2020. №4(72). DOI: 10.51889/2020-4.1728-8940.19. (дата обращения: 01.02.2026).
- 5) Липшман У. Общественное мнение / пер. с англ. М.: Идея-Пресс, 2004.
- 6) Тухсинов Д. Nearly 54 percent of young people in Uzbekistan never used the Internet – UNICEF // Kun.uz. 14.12.2020. URL: kun.uz/en/00930842 (дата обращения: 02.02.2026).
- 7) Улитин И. Как общаются взрослые и дети в Казахстане? Исследование экспертов «Сенімен Болашақ» и мнение людей // Orda.kz. 27.01.2024. URL: orda.kz/kak-obschajutsja-vzroslye-i-deti-v-kazahstane-issledovanie-jekspertov-senimen-bolashak-i-mnenie-ljudej-381796/ (дата обращения: 19.02.2026).