

Роль сериалов в жизни молодежи

Марина Николаевна Кичерова[✉],
Александра Андреевна Бородкина

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
Контакт для переписки: m.n.kicherova@utmn.ru[✉]

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияния сериалов на молодежную аудиторию. Основной целью является оценка субъективного опыта и эффекта влияния сериалов на молодежь. Используются количественные и качественные методы — вторичный анализ данных социологических опросов, выполненных на репрезентативной общероссийской выборке (опрос ВЦИОМ, N = 1 600 чел., исследование DataTile, N = 1 085 чел.) и серия из 6 фокус-групп с информантами в возрасте от 16 до 35 лет. Выявлены зрительские предпочтения, регулярность просмотра сериалов в молодежной аудитории. Установлено, что молодежь смотрит преимущественно зарубежные сериалы жанра ситком/комедия, детектив и драма, что существенно влияет на расширение досуговых практик, изменяет отношение к спорту (проявился интерес к шахматам, хоккею), инвестиционной деятельности, помогает в освоении иностранных языков, некоторых профессиональных навыков. Фокус-группы показали, что информанты осознают романтизацию вредных привычек, транслируемую в сериалах, при этом не видят опасности в демонстрации сцен жестокости, негативно оценивают длительное «погружение в иллюзорный мир» сериалов как психологическую зависимость. На основе оценки субъективного отношения к сериалам авторы отмечают позитивное и негативное влияние сериалов на образ жизни молодежи, их взгляды, ценностные ориентации.

Ключевые слова: сериалы, субъективное восприятие, молодежь, герои сериалов, ролевые модели, образ жизни

Цитирование: Кичерова М. Н., Бородкина А. А. 2023. Роль сериалов в жизни молодежи // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Том 9. № 3. С. 68–88. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2023-9-3-68-88>

Поступила 04.08.2023; одобрена 18.09.2023; принята 18.09.2023

The role of TV series in the life of young people

Marina N. Kicherova✉, Alexandra A. Borodkina

University of Tyumen, Tyumen, Russia

Corresponding author: m.n.kicherova@umn.ru✉

Abstract. This scientific article examines the influence of TV series on the youth audience. The main objective is to evaluate the subjective experience and effects of TV series on young people. The study utilizes both quantitative and qualitative methods, including secondary analysis of sociological survey data from a representative all-Russian sample (VTsIOM survey, N = 1,600 people, DataTile research, N = 1,085 people) and a series of six focus groups with informants aged 16 to 35. The research reveals viewer preferences and the frequency of TV series consumption among the youth audience. It was found that young people predominantly watch foreign TV series in the sitcom/comedy, detective, and drama genres, which significantly impacts their leisure practices, alters their attitudes towards sports (with an interest in chess and hockey), influences investment activities, aids in language learning, and enhances certain professional skills. The focus groups indicate that informants are aware of the romanticization of bad habits portrayed in TV series, but they do not perceive the depiction of cruelty as dangerous. However, they negatively evaluate long-term "immersion in the illusory world" of TV series as a potential psychological dependence. Based on the subjective attitudes towards TV series, the authors acknowledge both the positive and negative impacts on the lifestyle, views, and value orientations of young people.

Keywords: TV series, subjective perception, youth, TV series characters, role models, lifestyle

Citation: Kicherova, M. N., & Borodkina A. A. (2023). The role of TV series in the life of young people. *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, 9(3), 68–88. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2023-9-3-68-88>

Submitted Aug. 04, 2023; Reviewed Sept. 18, 2023; Accepted Sept. 18, 2023

Введение

Сериалы, как явление массовой культуры, с каждым годом становятся все более популярными у российской молодежи, что подтверждается статистикой. По данным Левада-Центра, 79% населения России смотрит сериалы и фильмы 1 раз в неделю и чаще [Сериальные будни...], при этом больше всего сериалы смотрят студенты: 17,6% из них смотрит сериалы ежедневно [Эксперты назвали самую...]. Просмотр сериалов стал

частью образа жизни и повседневных практик молодого человека. Особый всплеск интереса к сериалам был связан с пандемией, когда люди были вынуждены больше времени проводить дома, так, у 17,3 % девушек после завершения периода самоизоляции возрос интерес к онлайн-кинотеатрам [Жираткова и др., 2021]. Актуальность изучения влияния сериалов обусловлена тем, что молодежь уже не является пассивным потребителем контента: благодаря онлайн-кинотеатрам зрители сами могут выбирать, что и когда им смотреть. При этом довольно часто мир художественных образов вступает в диссонанс с социальной реальностью, что приводит к возникновению социально-психологических проблем у зрителей, проявлению девиаций. Важно отметить, что под влиянием любимых киногероев у молодых людей складывается ролевой набор личности, формируются жизненные цели, мировоззрение. В связи с этим оценка воздействия сериалов на молодежь является весьма актуальной и значимой. В практическом плане проблема обостряется угрозой ухода/побега от социальной реальности, такое явление называют эскапизмом. Начиная с 2013 года компания Netflix начала выпускать все эпизоды сериалов в один день, 61% пользователей стал смотреть несколько серий за раз. По данным исследований антрополога Гранта МакКракена, 76% зрителей отзываются о просмотре сериалов без перерыва как о «долгожданном убежище от их напряженной и стрессогенной жизни» [McCracken, 1988], что свидетельствует о проявлении эскапизма. Сериалы становятся мощным источником информационного воздействия на молодежь, оказывают влияние не только на формирование представлений о реальности, но и на социальное поведение, что подчеркивает актуальность данной проблематики.

Цель статьи в том, чтобы на материалах исследования раскрыть влияние сериалов на образ жизни молодежи, оценить их позитивный и негативный эффект. В рамках работы влияние сериалов на образ жизни молодежи раскрыто через изучение интенсивности просмотра, тематических предпочтений, формирование референтных групп, в том числе влияние образов героев сериалов на ролевые модели, увлечения и хобби, досуговые практики, взаимоотношения с людьми, мотивацию к учебе и самообразованию. В качестве рабочей гипотезы рассматривается предположение, что эффект влияния сериалов на молодежь может выполнять одновременно функцию социального катализатора (ускоряющего социализацию) и социального ингибитора (замедляющего социальные процессы, в том числе распространение девиантного поведения) с разной интенсивностью.

Обзор литературы

Проблематика роли кинематографа и массовой культуры, в том числе сериалов в жизни молодежи, достаточно разработана в научных исследованиях. Эту тему изучали Е. Ю. Красова [Красова, 2020] Д. В. Босов [Босов, 2015], Е. М. Куликов, Н. А. Куликова [Куликов, Куликова, 2011], Т. В. Попова [Попова, 2021], Н. Н. Капанян [Капанян, 2020] и другие. Сериалы имеют ряд существенных отличий от кинофильмов. Особенности связаны, во-первых, с темпоральностью: продолжительность фильмов 1,5–2 часа, а сериалы транслируются значительно дольше, в одном сезоне от 8 до 22 серий/эпизодов по 40–60 минут, сериал может продолжаться 3–5 сезонов. Во-вторых,

отличается интенсивность восприятия и вовлеченности зрителей в просмотр: сюжет сериалов более протяженный, захватывает внимание на длительное время. В-третьих, по степени погружения: фильмы воспринимаются как «событие», а сериалы — как повседневность, как правило, являются фоном для рутинных действий. С точки зрения социологического анализа сериалы рассматривают как вид досуговой практики, явление массовой культуры, институт социализации. Воспитательное влияние обусловлено тем, что сериал как феномен массовой культуры оказывает разностороннее воздействие на аудиторию [Куликов, Куликова, 2011]. Как один из институтов социализации, сериал формирует у зрителей ценности, нормы поведения, транслирует ролевые модели [Щеглов, 2016]. Образы героев в сериалах могут выступать эталонами, стандартами поведения молодежи. Такая трактовка влияния сериалов опирается на теорию структурного функционализма Т. Парсонса, в рамках которой сериал, как элемент культурной подсистемы общества, выполняет функцию воспроизводства структур, демонстрирует зрителям определенные ценности и образцы поведения, которые могут быть усвоены молодыми поколениями [Парсонс, 2002].

С позиции Э. Гидденса, рассматривающего общество как двойственную систему, состояние которой определяется одновременно структурой общества и действиями конкретных индивидов, важность сериалов как института социализации и воспитания заключается в том, что они являются элементом структуры общества, то есть частью института массовой культуры, и влияют на действия людей, оказывая воздействие на процесс социализации [Гидденс, 2005]. В современных исследованиях отмечается, что просмотр сериалов как вид досуга, набирает популярность в связи с цифровизацией общества и пандемией [Ласточкина, 2021]. Сериалы становятся частью повседневности, одновременно отражая реальность и помогая зрителям в самоидентификации и преодолении собственных проблем за счет проживания историй на экране и отождествления себя с определенными героями [Орестова, 2017]. При этом в работах по социологии кино отмечается сокращение исследований о влиянии кинофильмов и сериалов как идеологического инструмента массового воздействия, отсутствие должной информационно-социологической поддержки российского кинематографа рассматривается как опасность для общества [Жабский, Тарасов, 2019]. Важно подчеркнуть, что оценку влияния сериалов на аудиторию можно рассматривать через социокультурные функции кинематографа. Сериалы поддерживают общественные установки, выполняя функцию социального стабилизатора; ускоряют социализацию, являясь социальным катализатором; могут замедлять негативные социальные явления, выступая в качестве социального ингибитора [Капанян, 2020]. Эти функции осуществляются с помощью технологий медиавоздействия, среди которых импринтинг, внедрение информации в сознание аудитории при помощи медиаобразов; прайминг, когда влияние оказывается с помощью воспоминаний и конкретных ассоциаций; сторителлинг, создание полноценной истории [Сарна, 2020].

В рамках статьи данные положения, раскрывающие роль сериалов как института социализации, выступают в качестве теоретической рамки, позволяющей оценить влияние сериалов на молодежь: влияние киногероев, подражание, формирование ценностей,

установок и референтных групп. Влияние на образование проявляется через систему факторов: как источник информации (прямое воздействие), как инструмент для изучения иностранных языков, как обогащение профессиональных знаний и навыков (демонстрация примеров и конкретных кейсов профессиональной деятельности), как элемент педагогических технологий (демонстрирование отрывков из фильмов и сериалов на уроках помогает в понимании структуры нарратива, культуры и языковых особенностей кинотекста) [Dietrich, Balli, 2014; Moura и др., 2019]. Для подростков кинематограф становится одним из основных источников информации, то есть пространством социализации: так, в результате исследования Аянян и Марцинковской выяснилось, что 65% краснодарской молодежи и 29% московской выбрали кинофильмы как предпочитаемый источник получения информации [Аянян, Марцинковская, 2016]. В современных исследованиях подчеркивается, что воспитательный эффект сериалов проявляется через формирование кумиров молодежи из любимых героев. Так, при изучении супергероев в культуре зрителей было выяснено, на что ориентируется аудитория при просмотре: именно «человеческие качества» (юмор, эмоциональная чувствительность, привлекательность) были важнее для зрителей, чем сверхъестественные способности [Орестова, Ткаченко, 2018].

Аналитический обзор современных исследований показывает, что рассматривались различные аспекты влияния сериалов на аудиторию, было установлено, что просмотр сериалов связан с компенсаторными и регулятивными характеристиками психики, со стремлением расслабиться, избавиться от тревоги и стресса, испытать определенные эмоции, при этом субъективное отношение молодежи к сериалам раскрыто не в полной мере, эффект влияния на образ жизни молодежи остается недостаточно изученным.

Материалы и методы

Для изучения влияния сериалов использовались взаимодополняющие методы — вторичный анализ данных по итогам социологических исследований, выполненных на общероссийской репрезентативной выборке и метод фокус-групп (групповое интервью). Сочетание методов позволило обеспечить, с одной стороны, объективную статистику в отношении просмотра сериалов, их влияния на молодежную аудиторию, с другой стороны, выявить субъективные смыслы и персональный опыт зрителей. Эмпирической базой данных выступили результаты телефонного опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 2021 года, N = 1 600 чел. в возрасте от 18 лет, и данные онлайн-опроса компании DataTile 2019 года, N = 1 058 чел., подвыборка по возрастной когорте 16–24 года, (n = 139), 25–34 года (n = 269).

В дополнение к количественной оценке показателей вовлеченности в просмотр сериалов использовался качественный метод фокус-групп, благодаря групповой динамике позволяющий разносторонне раскрыть тематику и углубить исследовательскую оптику [Пузанова и др., 2021], увидеть детали и латентные процессы [Григорьев, 2021], заглянуть во внутренний, субъективный мир молодежи, и через анализ персонального опыта прояснить мотивацию, ценностные установки и самооценку в отношении просмотра

сериалов. Авторами проведено шесть фокус-групп с молодежью г. Тюмени, в мае-сентябре 2022 года, в которых приняли участие информанты в возрасте от 16 до 35 лет: четыре фокус-группы с молодежью 16–24 лет, и две — с информантами 25–35 лет. Среди них юношей — 12, девушек — 27, студентов/учащихся — 33, работающих — 6, всего 39 человек. Подбор информантов осуществлялся методом снежного кома. Гайд модератора включал тематические блоки о регулярности и причинах просмотра сериалов, любимых героях, оценку демонстрации сцен насилия и жестокости, вредных привычек, влияние на формирование досуговых предпочтений, ролевые модели поведения (отношения с другими людьми), мотивацию, отношение к учебной деятельности. По мнению авторов, через субъективное отношение к сериалам, личностное восприятие можно оценить эффект влияния сериалов на образ жизни молодого поколения. Процедура включала личную беседу/групповое интервью с 6–8 информантами, продолжительностью 50–60 минут, проводилась аудиозапись, по итогам составлены транскрипты. Анализ данных реализован с опорой на качественную методологию, с применением техники интерпретационного анализа тематических секвенций.

Результаты

Вовлеченность в просмотр сериалов и тематические предпочтения молодежи

На основе данных, полученных в ходе исследования DataTile совместно с компанией Tiburon Research в 2019 г. с помощью онлайн-опроса 1 058 респондентов в возрасте от 16 лет, установлено, что наиболее популярными отечественными сериалами среди молодежи 16–24 лет являются «Универ», «Физрук», «Кухня», «Полицейский с Рублевки», «Интерны», из зарубежных — «Игра престолов», «Симпсоны» и «Шерлок» [Как россияне смотрят сериалы...]. Это подтверждается предпочтениями в жанрах: 68% респондентов выбрало комедию как любимый жанр, к которому относятся названные выше отечественные сериалы, следующими по популярности были детектив и фэнтези.

Среди респондентов 25–34 лет популярны отечественные «Универ», «Интерны», «Физрук» и зарубежные «Секс в большом городе», «Секретные материалы», «Остаться в живых» сериалы; комедия является любимым жанром. Приключения и детектив более популярны в этой возрастной группе, чем фантастика и фэнтези. Зрители 16–24 лет больше всего смотрят американские, российские и британские сериалы. Половина опрошенных этого возраста считает, что во всех российских сериалах одинаковый сюжет, а 77% считают, что западные сериалы сняты качественнее, чем отечественные.

Зрители 16–24 лет преимущественно смотрят сериалы 2–3 раза в неделю (46%), почти треть опрошенных смотрит сериалы каждый день, а 12% опрошенных смотрит сериалы несколько раз в день. Почти половина респондентов 25–34 лет (46%) смотрит сериалы ежедневно, а треть опрошенных — 2–3 раза в неделю. Данные свидетельствуют, что интенсивность просмотра сериалов довольно высокая, молодые люди очень вовлечены в этот процесс.

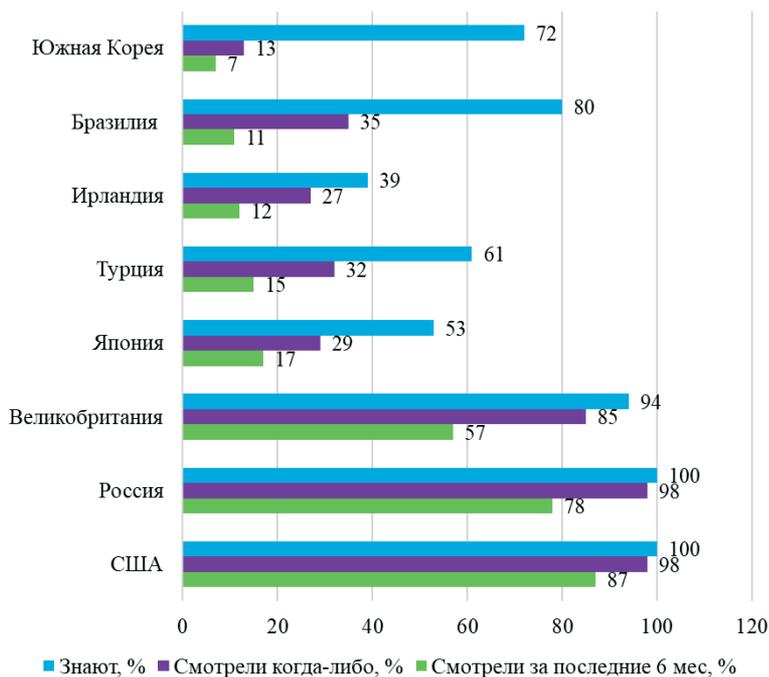


Рис. 1. Распределение ответов респондентов в возрасте 16–24 лет на вопрос о том, сериалы производства каких стран они смотрели за последние 6 месяцев, смотрели когда-либо и знают (%)

Fig. 1. Distribution of answers of respondents aged 16-24 years to the question of TV shows which country they have watched in the last 6 months, have ever watched and know (%)

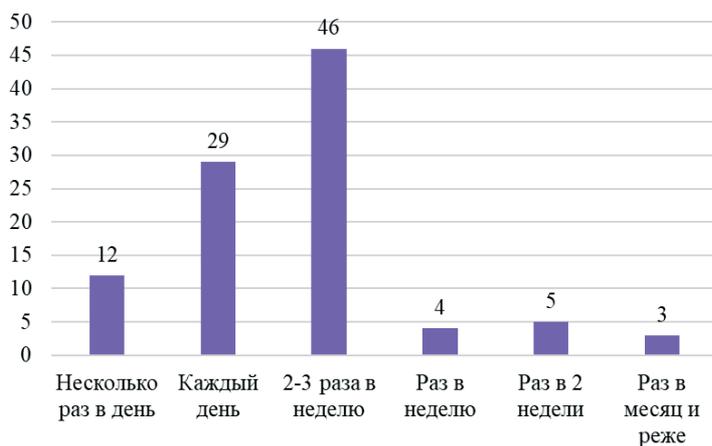


Рис. 2. Распределение ответов опрошенных в возрасте 16–24 года на вопрос о частоте просмотра сериалов, %

Fig. 2. Distribution of answers of respondents aged 16-24 to the question about the frequency of watching TV series, %

Особого внимания заслуживают результаты, раскрывающие отношение зрителей к демонстрации сцен насилия и жестокости в сериалах. Данные получены по итогам телефонного опроса ВЦИОМ 2021 года, в котором приняли участие 1 600 человек от 18 лет, с целью выяснить мнение российских телезрителей о корейском сериале «Игра в кальмара» [«Игра в кальмара»: мнение российских телезрителей]. Чем старше респондент, тем меньше он считает допустимым демонстрирование сцен насилия и жестокости в сериалах даже при рейтинге 18+. Среди молодежи подавляющее большинство не против жестокости в сериалах: 82% среди 18–24-летних зрителей и 77% среди респондентов 25–34 лет. Данные свидетельствуют, что современная молодежь привыкла к реалистичному показу насилия в современном кинематографе, не видит в этом опасности, не оценивает это негативно. Большинство респондентов в возрасте 45 лет и старше считает возможным, что жестокость в сериалах провоцирует такое же поведение в реальной жизни. Однако молодежь не согласна: 70% молодежной аудитории считает, что связь между насилием в сериалах и агрессивным поведением в жизни маловероятна. В целом по выборке 40% респондентов считает, что жестокие события на экране могут привести к ожесточению людей в реальности. Таким образом, субъективная оценка влияния сериалов в разных возрастных когортах существенно отличается: старшие поколения видят больше негативное воздействие, молодежная аудитория не видит угрозы.

Ритейлер GAP провел исследование о влиянии сериалов на молодежную моду. После выхода сериала «Игра в кальмара» возросли поисковые запросы, связанные с конфетами дальгона и зелеными спортивными костюмами. Сериал «Очень странные дела» сделал популярнее стиль 80-х годов, а выход «Внешних отмелей» повысил спрос на банданы (аксессуар главного героя) на 101% через месяц после премьеры [Research: Netflix's impact on lifestyle trends]. Данные свидетельствуют, что сериалы значительно влияют на формирование образа жизни, имиджа, молодежной моды.

Результаты соотносятся с итогами исследования о социальном эффекте сериалов: после выхода сериала «Ход королевы» существенно возросли поисковые запросы покупки шахмат и обучения игры в них [Gavryushina и др., 2021], что иллюстрирует влияние просмотра сериалов на формирование хобби и досуговых предпочтений. Анализ данных показал, что сериалы существенно влияют на образ жизни, формирование предпочтений в сфере досуга, изменение молодежной моды. Интенсивность просмотра высокая — почти половина молодежи (46%) возраста 25–34 года смотрят сериалы ежедневно, а 16–24 года — 2–3 раза в неделю (46%). В тройке лидеров по просмотру американские, российские и британские сериалы.

Для углубления полученных выводов использовался качественный метод (фокус-группы), анализ данных показал, что субъективное отношение большинства информантов к сериалам позитивное: даже те, кто говорил, что обычно их не смотрит, впоследствии называли множество сериалов, активно участвовали в дискуссии. Разная степень вовлеченности проявилась в оценках повседневных практик: одни смотрят с погружением в сюжет, стараются получить максимальную пользу —

«смотрю на английском, чтобы учить новые слова»¹ (жен., 19 лет), «это отличный отдых, можно с пользой провести время» (жен., 21 год), другие — в качестве фона для повседневных дел, чтобы «разгрузиться, снять напряжение» (жен., 20 лет), «чтобы время скоротать» (муж., 35 лет), часть молодых людей хотят «насладиться сюжетной линией необычных действий, которых не бывает в нашей типичной жизни» (муж., 19 лет). По субъективным оценкам молодежи, жизненные ориентиры, транслируемые в сериалах, в основном позитивные: «Главный урок sitcomов — не нужно врать, потому что 90% ситуаций, на которых они строятся, это когда ложь наслаивается на ложь, и в итоге все разрешается» (муж., 18 лет). Российские сериалы пользуются меньшей популярностью, при этом отзывы о них преимущественно положительные. Причины возрождения интереса к отечественным сериалам можно объяснить появлением онлайн-площадок с круглосуточным доступом для просмотра и отражением в сюжете российских реалий. Происходит трансформация российского медиарынка: онлайн-платформы не только транслируют, но и сами производят контент (Start, ТНТ Premier). Несмотря на платный доступ, зрители активно смотрят новые сериалы, представленные на этих площадках. Сериал как кинотекст значительно усложняется, появляется многослойность: на фоне социальных проблем не только развиваются любовные истории, разворачивается сюжет, углубляются скрытые смыслы, что демонстрирует формирование нового киноязыка, отечественные сериалы постепенно выходят на достаточно высокий уровень. Сюжетная коллизия реализуется на фоне учебных, трудовых процессов, сложного переплетения отношений, демонстрируется новый ролевой набор современного человека. Найден язык описания, способный сглаживать новые социальные проблемы: например, взаимодействие семей с различными установками и стилями жизни из сериала «Сваты» или цифровое неравенство в сериале «Жуки». Наряду с позитивными оценками было и категоричное мнение о том, что отечественные сериалы слишком просты, примитивны — «они все такие однотипные, и актеры одинаковые» (жен., 19 лет).

Интересно отметить, что тематические предпочтения информантов 25–35 лет связаны с зарубежными сериалами «Люпен», «Доктор Хаус», «Комиссар Рекс», «Тень и кость», «Настоящий детектив» и российскими «Дознаватель», «Тайны следствия», «Чингачгук». Отечественные сериалы выбирают, потому что они идут по телевизору и актеры «ближе», то есть знакомы (жен., 34 года), а зарубежные привлекают большим выбором «нестандартных разработок сюжета» (жен., 30 лет). Таким образом, практики просмотра сериалов вариативны. Независимо от возраста молодые люди смотрят преимущественно зарубежные сериалы жанра детектив, наблюдается тенденция повышения популярности российских сериалов. Интерес к отечественным сериалам связан с появлением новых платформ, не только транслирующих, но и производящих контент. Вырабатывается новый киноязык, что позволяет транслировать национальный культурный код, однако таких сериалов пока не много.

¹ Здесь и далее стиль информантов полностью сохранен.

Кто он — герой нашего времени?

Любимые герои сериалов молодежной аудитории

Чтобы понять, какие модели поведения являются для молодежи основополагающими в контексте подражания, необходимо рассмотреть ее любимых героев. Существуют различные типы персонажей: Мэри Сью — идеальный герой без недостатков, лишний человек — персонаж, который не обладает выдающимися достоинствами и стремится стать частью основной компании героев, но у него это не получается, и другие. Результаты серии фокус-групп показали, что популярен тип персонажа «исправившийся привлекательный злодей»: информанты описали популярный троп, используемый в сериалах: «Всем девочкам нравятся такие плохиши, бэд бои, которые ради них потом становятся хорошими персонажами, как во многих сериалах бывает» (жен., 19 лет).

Молодым зрителям нравятся добродушные герои, прощающие злодеев, например, справедливый, милосердный Александр Суворов из «Дознателя» (муж., 35 лет). Женщинам нравятся сильные героини: Вероника Лодж из «Ривердейла» с активной жизненной позицией, «сама может чего-то добиться» (жен., 20 лет). Подобные образы демонстрируют энергичный тип личности с высокой самооценкой, самостоятельностью суждений и поступков. Среди любимых героев названы в основном положительные: Патрик из «Элиты», Мария Швецова из «Тайн следствия», Чендлер Бинг и Моника Геллер из «Друзей», Бобби Акселерот из «Миллиардов». Однако были указаны и отрицательные персонажи: Деймон Сальваторе из «Дневников вампира», которого можно отнести к типу исправившегося злодея. Их образы демонстрируют возможность меняться к лучшему. Для молодежи с девиантным поведением подобные образы выступают ориентиром, показывая доступность позитивных личностных изменений несмотря на их сложность.

Среди любимых героев отмечены неоднозначные персонажи, чьи образы сочетают сложный комплекс нравственных качеств. Например, Сол Гудман из «Во все тяжкие»: «Он очень хитрый, умный и легко находит всякие юридические лазейки, но при этом он преступник» (муж., 18 лет) и хладнокровный Томас Шелби из «Острых козырьков». Для молодежи важен профессионализм героев: о Темперанс Бреннан из сериала «Кости» было сказано, что за ее работой очень интересно наблюдать (жен., 30 лет). Доктор Хаус выполняет благую цель — лечит людей, но бывает «излишне прямолинеен» (жен., 30 лет), что часто воспринимается пациентами как грубость.

Были выявлены 2 стратегии зрителей в отношении любимых героев: они либо видят в них свое отражение — «я в ней вижу в какой-то степени себя» (муж., 20 лет) об Аннализ Китинг из «Как избежать наказания за убийство», либо стремятся быть похожими на него («Мне нравятся героини, которые стремятся быть идеальными или кажутся идеальными, потому что я хочу быть такой же» — жен., 19 лет). Отражение себя молодежь может найти в антагонистах: «В каждом из нас есть некое скрытое я, про которое знаем только мы, и никаким образом в обычной социальной жизни его проявить мы не можем. В тот момент, когда мы видим отражение этого темного я внутри антагониста, мы морально сродняемся с ним, потому что нигде в реальной жизни не могли найти такого рода поддержку» (муж., 19 лет).

Из позитивного, что могут усвоить зрители от любимых героев, выделили само-бытность — «учиться быть особенной, уникальной» про Эду из «Постучись в мою дверь» (жен., 19 лет), стремление слушать свои чувства и эмоции — «нужно идти за своей любовью» о Дафне из «Бриджертонов» (жен., 19 лет), стойкость духа Сэма и Дина из «Сверхъестественного» (жен., 20 лет), профессионализм (Мария Швецова из «Тайны следствия»). Из негативного — жестокость (Деймон из «Дневников вампира») и вредные привычки (Ру из «Эйфории»). В целом информанты отметили положительное влияние любимых героев в том, что на их примере можно увидеть различные социальные ситуации — «когда ты наблюдаешь за деятельностью нестандартного персонажа, ты начинаешь видеть, запоминать и понимать, как люди иногда могут себя вести» (жен., 30 лет).

Среди зрителей популярны как протагонисты (главные, в основном положительные герои), так и антагонисты, так как возникновение симпатии зависит от сюжетной линии, «прописанности героя» (муж., 18 лет). Основными причинами симпатии к антагонистам назвали красивую внешность, харизму, непредсказуемость и бунтарский характер: «Не такой, как все, отличается, делает все, что захочет, нарушает правила, ведет себя как ему угодно, а не как все люди по правилам. Большинство людей хочет делать это в повседневной жизни, но не может, поэтому они находят симпатию в этом персонаже» (жен., 19 лет). Популярность протагонистов обусловлена стремлением зрителей брать с них пример; тем, что «добро всегда побеждает» (жен., 19 лет) и «поскольку им уделяется гораздо большее внимание в самом сериале» (муж., 18 лет).

Таким образом, персонажи, на которых молодежь ориентирует свое поведение — преимущественно положительные герои иностранных сериалов. Они транслируют разные модели поведения, в том числе погруженность в профессию, стремление отстаивать свое мнение и добиваться целей. Проявились гендерные различия в ответах: исключительно девушки выделили «исправившегося злодея» как любимого персонажа. Молодежь привлекают сложные образы, которые сочетают противоречивые черты, демонстрируют трудный моральный выбор в ситуациях неопределенности, самостоятельно конструируют свою жизнь, способны к изменению себя, а также окружающей ситуации к лучшему. Положение, в котором они находятся, не является для них преградой: зрителям интересно наблюдать, как герои переживают трудности, поражения и победы. Персонажи становятся эталонной группой для молодежи, позволяют ориентировать на них свои жизненные стратегии, конструировать смыслы и цели.

Влияние сериалов на досуговые предпочтения молодежи

Результаты серии фокус-групп показали, что сериалы могут заинтересовать в хобби или виде досуга, повлиять на профессиональное самоопределение. В каждой из групп были люди, которые начали заниматься спортом под влиянием сериалов: хоккей после просмотра «Молодежки», фигурное катание, верховая езда, поездки на велосипеде. Были примеры, подтверждающие феномен «Хода королевы»: зрители начали играть в шахматы. Корейские и испанские сериалы побудили девушек 15–24 лет изучать иностранный язык. Были упомянуты кулинария, коллекционирование баскетбольных кар-

точек, интерес к инвестиционной деятельности (сериал «Миллиарды»), настольной игре «Подземелья и драконы» (сериал «Очень странные дела»), стрельбе из лука и изучению права (сериал «Как избежать наказания за убийство»). Информанты 15–25 лет, у которых не было такого опыта, указали на возможность влияния сериалов на их досуговые предпочтения в будущем, а молодые люди 25–35 лет уже не считают это воздействие возможным. Большинство информантов отметили, что сериалы, где в центре сюжета спортивная команда или вид искусства, несут полезную информацию об этой деятельности. Демонстрируется обратная, скрытая сторона процесса, раскрыта специфика профессии: «Ты как будто смотришь, изнутри как это происходит» (жен., 20 лет).

Таким образом, под влиянием сериалов складывается широкий спектр досуговых практик, новые увлечения, формируются представления о профессиях. Благодаря сюжету сериалов молодежная аудитория знакомится со спецификой видов спорта, искусства, нюансами отдельных профессий, в том числе с технологическими вопросами, профессиональной этикой, что существенно влияет на досуговые предпочтения и профессиональную ориентацию.

Отношение к обучению и образованию

Образование занимает значительное место в структуре бюджета времени и образа жизни молодежи, поэтому в сериалах сюжет часто разворачивается в рамках учебных заведений, показаны разные образовательные практики. Герои демонстрируют различные стратегии действия, складывающиеся впоследствии в доминирующие модели отношения к учебе: например, активность и заинтересованность в образовательных результатах, или, напротив, формальное отношение к обучению. Часть зрителей отметила, что зачастую в подростковых сериалах школа служит лишь «декорациями, фоном». Но есть мотивирующие сериалы: в американских сериалах считается престижным поступление в хороший колледж или университет (жен., 19 лет), а в испанском сериале «Элита» главные героини добиваются успехов в учебе: «К примеру, как Надя, которая была одной из лучших учениц в классе и по итогу дипломатом стала, переехала в США» (жен., 19 лет). Был упомянут герой Маршалл Эриксен из «Как я встретил вашу маму» в контексте положительного влияния: «То, как он вкладывался в обучение, старался ради своей карьеры, как у него была мотивация делать что-то хорошее, защищать хороших людей. Это очень позитивно влияет, мне кажется, хочется стараться, преследовать свои мечты, цели» (жен., 19 лет).

Положительным влиянием сериалов в сфере образования является возможность с их помощью научиться новому. Большинство отметили пользу в изучении истории («Я к ЕГЭ по истории готовилась по историческим сериалам» — жен, 20 лет), иностранных языков, биологии, оказания первой медицинской помощи — «как спасать людей, как проводить искусственное дыхание» (жен., 19 лет). Был пример о том, как контент сериала «Друзья» помог успешно написать тест по биологии про репродуктивную систему. Участники исследования 25–35 лет указали на проблему недостоверности информации, представленной в сериале, но, по их мнению, эта проблема незначительна, так как «человек, если

заинтересуется, найдет эту информацию в интернете, соответственно, он все равно зерно истины найдет» (жен., 30 лет). Один из участников исследования подчеркнул, что все его друзья, которые получают медицинское образование, смотрят американский сериал «Доктор Хаус», для них это возможность освоить диагностику сложных случаев, «для студентов-медиков это лучшая практика» (муж., 26 лет).

Проведенный анализ показал, что сериалы становятся источником неформального образования и спонтанного обучения молодежи. Несмотря на то, что отдельные герои демонстрируют пренебрежительное отношение к учебе, сериалы формируют преимущественно положительные установки в отношении обучения, помогают изучать иностранные языки, историю, биологию, географию, готовиться к экзаменам, расширять кругозор, осваивать начальные профессиональные навыки.

Роль сериалов в формировании ценностей и ролевых моделей поведения молодежи

Понятие ролевых моделей связывают с теорией Р. Мертона. Ролевые модели — это стереотипы поведения, характерные для определенных ситуаций в социальном взаимодействии, так как характеризуются ожиданием определенной реакции со стороны других индивидов. Влияние ролевых моделей, транслируемых в сериалах, почти всеми участниками было определено как значительное: сериалы помогают усваивать модели поведения в той или иной ситуации, что помогает молодежи социализироваться. Например, героиня сериала «Великолепный век» учит не отвлекаться на посторонние проблемы окружающих, когда есть какая-то важная задача» (жен., 26 лет). В контексте оценки ролевых моделей отметили важность доверительного разговора с близкими: «Сейчас сериалы учат тому, что любая проблема в отношениях решается разговором» (жен., 20 лет). Был приведен пример подражания в действиях и внешнем образе героини «Эйфории» Мэдди: «Точно такой же макияж, точно такая же походка, точно так же общались» (муж., 20 лет), за внешним сходством проявлялось и стремление к подражанию в манере общения, поведения в повседневной жизни. Особая важность влияния на социальную жизнь отмечалась для тех, кто проживет один и ему необходим «социальный контакт» (муж., 18 лет). Участники исследования 25–35 лет видят это влияние больше негативным, а молодежь 15–24 лет отметила позитивное воздействие, которое проявляется в сближении людей за счет общих интересов, помогает найти единомышленников, формируя общее пространство смыслов и тему для обсуждения, определенный круг общения. Почти все информанты считают важным транслирование семейных ценностей, которые сейчас «претерпевают серьезные изменения» (жен., 19 лет), но такое воздействие должно быть ненавязчиво. Важно показывать не только семейное счастье, но и сложные ситуации: «Мне нравится, когда есть типичные конфликты между родителями и детьми, и как они через это проходят» (жен., 19 лет). Семейные взаимоотношения в сериалах демонстрируют модели разрешения межпоколенческих конфликтов, формируют ценностные ориентиры и установки внутрисемейных отношений. Примерно треть участников исследования рассказали о том, что изменились их привычки и манеры.

Анализ показал, что сериалы могут влиять на формирование ролевых моделей и структуру ценностей. Влияние заключается в транслировании примеров для подражания, формировании в сознании зрителя референтных групп. Среди ключевых ориентиров были отмечены концентрация на цели, способность действовать в нестандартной ситуации, самостоятельно принимать решение, семейные ценности. Проявилось влияние сериалов как на внешний облик молодежи (одежда, макияж, имидж, мода), так и на внутренние установки (черты характера, личностные устремления, взаимодействие со старшим поколением, модели поведения в конфликтных ситуациях, внутрисемейные отношения).

Сериалы как фактор формирования вредных привычек и девиантного поведения среди молодежи

Транслирование в сериалах жестокости, сцен насилия безусловно влияет на зрителей, молодежь 25–35 лет видит в этом опасность, а участники исследования 15–24 лет считают это влияние незначительным. Воздействие становится опасным для общества, если такие сцены смотрят несформировавшиеся, легко поддающиеся внушению люди — «у человека стирается грань дозволенного» (муж., 35 лет). Информанты отметили, что постоянное транслирование жестокости делает зрителей привычными к этому, проявляется эффект накопления: например, со временем информант стал спокойнее относиться к насилию на экране, хотя раньше не мог его переносить. Участники подчеркнули, что влияние идет из детства — «если это смотрит ребенок, то у него повышается толерантность к жестокости» (жен., 19 лет), поэтому необходимы возрастные ограничения, «важно показать, что за это обязательно будет наказание» (жен., 20 лет). наказание должно соответствовать реальности, нормам права, не быть «мягким» (жен., 19 лет).

Показ на экране агрессивного поведения, травмы позволяет задуматься о том, как подобные поступки влияют на жизни других людей — «понять сторону жертвы, насколько это неприятно, когда ты находишься с другой стороны» (муж., 25 лет). Был приведен пример сериала «13 причин почему» (жен., 20 лет), героиня которого совершила самоубийство и рассказала в 13 кассетах о людях, действия которых стали причинами ее суицида. Образы киногероев, попавших в сложные социально-психологические ситуации, побуждают зрителей к размышлению, рефлексивной самооценке, тем самым способствуют профилактике деструктивного поведения.

Одной из задач исследования было оценить возможность влияния сериалов на формирование вредных привычек молодежи. Романтизация, по мнению большинства, встречается в сериалах чаще, чем демонстрация реальных последствий вредных привычек, потому что «большим компаниям нужно продать эту идею, либо это то, что откликается в сердцах подростков; аудитории, на которую направлен сериал, интересно почувствовать, что это за запретный плод такой» (муж., 19 лет). Это может привести к более лояльному отношению молодежи к употреблению наркотиков, алкоголя, курению и формированию вредных привычек: «Я иногда думала, что вот это, наверно, круто — жить в Америке и представлять себя американской студенткой, школьницей и зависать каждый день на подобных тусовках» (жен., 19 лет). Визуальное восприятие деструк-

тивных практик, связанных с употреблением алкоголя, наркотиков как бы «смягчает» угрозу, делает их ближе, понятнее, сокращает дистанцию к запрещенному продукту.

Альтернативные точки зрения проявились в том, что ключевое влияние оказывает близкое окружение, семья, а сериалы лишь косвенно влияют на формирование вредных привычек. Молодежь считает, что демонстрация алкоголя, курения не представляет опасности: каждый способен контролировать свое поведение. С другой стороны, привлекательный образ ярких галлюцинаций, связанных с употреблением психоактивных препаратов, состояние эйфории сглаживает границу внутреннего контроля у зрителей и подталкивает попробовать запрещенные вещества, транслируя позицию, что это красиво, приятно и безопасно. На основе субъективных оценок молодых людей можно сделать вывод, что сериальный контент является каналом трансляции девиантных установок и практик отклоняющегося поведения. При этом у большинства информантов проявилась критическая позиция, они считают, что демонстрация девиантного поведения на экране практически не влияет на реальное поведение. Если демонстрация вредных привычек является длительной и сопровождается позитивными эмоциями, то в сознании аудитории девиантное поведение становится привычным, границы норм и девиаций постепенно размываются, наблюдается некоторая романтизация вредных привычек.

Помимо отрицательного эффекта транслирования девиаций, были отмечены и положительные примеры, свидетельствующие о реальных негативных последствиях: сериал «Бесстыжие», где образ отца-алкоголика показан отталкивающим (жен., 19 лет); фильм «Дневник баскетболиста», который подавил желание пробовать наркотики, так как были ярко показаны опасные последствия пагубной привычки (муж., 19 лет), сериал «Эйфория», где главная героиня Ру употребляет наркотики, — «при принятии наркотиков ее человеческий облик сразу куда-то испаряется» (муж., 20 лет). Таким образом, постоянное транслирование агрессии и сцен жестокости, употребление алкоголя и курение на экране имеет негативные последствия — сглаживает границы нормы и девиации, делает более допустимым деструктивное поведение. Демонстрация негативных последствий (ущерба физическому здоровью, разрушения социальных связей, нервных срывов, депрессии) позволяет предотвращать распространение девиантных практик в молодежной среде, однако такие последствия показывают крайне редко.

Позитивное и негативное влияние сериалов: мнение молодежи

Завершающий блок вопросов был нацелен на выявление позитивных и негативных аспектов влияния сериалов. В первую очередь молодые люди 25–35 лет акцентировали положительное влияние на интеллектуальную сферу: просмотр сериалов помог изучить иностранный язык, историю, географию, развить такие деловые качества, как целеустремленность, настойчивость, сформировать установки в отношении учебы, профессионального и личностного развития. Участники 15–24 лет подчеркнули важность включенности в социальную среду, группу единомышленников, когда сериалы выступают пространством общего интереса: «фан-клубы, фан-встречи, сближение» (муж., 19 лет). Основное негативное влияние молодые люди видят в романтизации вредных привычек

и подражании негативным ролевым моделям поведения — «искажение адекватного взаимодействия с людьми» (жен., 30 лет). Информанты 15–24 лет выделили малоактивный образ жизни как следствие чрезмерного увлечения сериалами и возможность «выпасть из реальности» (жен., 19 лет), сериал становится «пожирателем времени». Таким образом, гипотеза исследования подтвердилась — установлены проявления функции социального катализатора, позитивного влияния на социализацию, а также социального ингибитора, замедляющего отдельные социальные процессы, в частности, установлено влияние на профилактику девиантного поведения. Анализ данных показал, что сериалы оказывают как негативный, так и позитивный социализирующий эффект на молодежную аудиторию — по мнению участников исследования, положительное воздействие сериалов преобладает. Снизить отрицательное влияние сериалов возможно «мягкими» косвенными способами контроля: жесткие методы, такие как цензура и запрет, лишь привлекут интерес к сериалам, транслирующим негативные медиа-образы.

Обсуждение и заключение

Авторское исследование показало, что роль сериалов в жизни молодежи весьма неоднозначна, на основе оценки личностного восприятия сериалов было установлено как их позитивное, так и негативное влияние. Как показал эмпирический анализ, просмотр сериалов занимает значительную часть бюджета времени молодежи, почти половина респондентов (46%) возраста 25–34 года смотрят сериалы ежедневно, а 16–24 года — 2–3 раза в неделю (46%), что делает их значительной частью образа жизни. В тройке лидеров по просмотру — зарубежные сериалы жанра детектив, драма и комедия американского, российского и британского производства. На основе самооценки личного опыта информантов преобладает положительное влияние сериалов на образ жизни молодежи: просмотр сериалов помогает выстраивать конструктивное взаимодействие с людьми, развивает логическое мышление и воображение, помогает в профессиональной ориентации. Любимые герои выступают эталонной группой, молодежь выбирает примерами для подражания Чендлера Бинга и Моника Геллер из «Друзей», Темперанс Бреннер из «Костей», Томаса Шелби из «Острых козырьков» и других персонажей. Развитие героя позволяет транслировать активную акторную позицию: в любой ситуации важно самому принимать решения, всегда есть возможность изменить себя и окружение. У большинства популярных героев сериалов проявляется способность управлять своим состоянием в любой ситуации, сохранять самообладание, проявлять волю. Эти качества важны в современном мире, отличающемся высокой скоростью перемен, неопределенностью, обилием информации и необходимостью выдерживать такого рода нагрузку. Важно подчеркнуть, что любимыми являются герои преимущественно зарубежных сериалов, которые действуют в иной системе ценностей и социокультурных координат. Полученные результаты во многом совпадают с данными исследования Н. Н. Капанян, изучавшей влияние кинематографа на молодежь в контексте создания образа «героя нашего времени». Было установлено, что наиболее популярен среди молодежи герой-вдохновитель, но таких героев молодые люди видят в основном

в зарубежном кино. Исследователь пришла к выводу, что в современном российском кинематографе существует дефицит героев, способных стать примером для молодой аудитории [Капанян, 2020]. Паттерны поведения современной российской молодежи формируются на основе преимущественно зарубежных ценностей, которые не соответствуют реалиям их жизни, проявляется диссонанс в ценностных системах. Сериалы значительно влияют на формирование новых увлечений: под впечатлением сериалов молодые люди начали заниматься инвестиционной деятельностью, шахматами, хоккеем, изучением иностранного языка. Конструктивный досуг, активные практики вовлеченности в спортивную деятельность являются проявлением положительного воздействия. Влияние сериалов на отношение к образованию проявилось в мотивации зрителей, установках на образовательную деятельность: среди любимых героев оказались персонажи, демонстрирующие усердие в учебе, исследовательский поиск, стремление к личностному росту, достижение высоких образовательных результатов. Благодаря просмотру сериалов молодые люди усваивают социальные нормы, формируются ролевые модели поведения, то есть сериалы ускоряют процесс социализации, выполняя роль социального катализатора, что соотносится с результатами Н. Н. Капанян [Капанян, 2020].

В то же время стоит отметить, что эффект влияния на молодежь носит комплексный характер: сериалы могут способствовать социальной профилактике, замедляя негативные процессы, демонстрация последствий вредных привычек помогает задуматься о реальных опасностях. При этом частая демонстрация сцен девиантного характера делает молодежную аудиторию более лояльной к таким практикам, размывает границы между нормой и девиацией. Участники исследования отметили, что соблазн попробовать безусловно проявляется, особенно когда показывают веселье, яркие галлюцинации, вызванные психотропными веществами, при этом транслируется позиция, что это легко и безопасно. Важно подчеркнуть, что не все способны критически оценивать реальные угрозы, для массового зрителя это представляет серьезную опасность. Таким образом, проведенное исследование показало как позитивное, так и негативное влияние, что вносит вклад в развитие представлений о масштабах и глубине влияния сериалов на молодежную аудиторию.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Аянян А. Н., Марцинковская Т. Д. 2016. Социализация подростков в информационном пространстве // Психологические исследования. Т. 9, № 46. С. 8. <https://doi.org/10.54359/ps.v9i46.475>
- Босов Д. В. 2015. Западный мейнстрим-кинематограф как фактор социализации российского студенчества // Вестник Волгоградского государственного университета. № 4. С. 139–144. <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2015.4.18>
- Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуриации. 2-е изд. М.: Академический проект, 2005. 528 с.
- Григорьев Д. С. 2021. Метод фокус-групп как претест анкеты для проведения опросов в кросс-культурных и межстрановых сравнительных исследованиях // Вестник Рос-

- сийского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. Т. 18. № 3. С. 475–488. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-3-475-488>
- Жабский М. И., Тарасов К. А. 2019. Российская социология кино в контексте развития общества // Социологические исследования. № 11. С. 73–81. <https://doi.org/10.31857/S013216250007449-6>
- Жираткова Ж. В., Малолетнева И. В., Козловская Л. В. 2021. Новый ценностный мир современной студенческой молодежи — «до», «в период» и «после» локдауна // Вестник РМАТ. № 2. С. 46–52.
- «Игра в кальмара»: мнение российских телезрителей. 2021 // Официальный сайт ВЦИОМ. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/igra-v-kalmaru-mnenie-rossiiskikh-telezritelei> (дата обращения: 17.04.2022)
- Как россияне смотрят сериалы. 2019 // Официальный сайт DataTile. <https://cloud.datatile.eu/view/96717093-6726-47db-a77f-40b7972a4e6d/8ab048eeb0d94659bd9d4dead423a4ed> (дата обращения: 17.04.2022)
- Капаян Н. Н. 2020. Влияние кинематографа на создание образа героя нашего времени в молодёжном сегменте современного российского общества // Вестник Южно-Российского Государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. № 5. С. 84–90. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2020-5-84-90>
- Красова Е. Ю. 2020. Сериалы в телевизионном контенте и воронежская аудитория // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 2. С. 174–180.
- Куликов Е. М., Куликова Н. А. 2011. Массовая культура как фактор генезиса экстремистских установок современной российской молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. № 1-2. С. 86–89.
- Ласточкина О. С. 2021. Культурный онлайн-досуг: Поведение населения в период пандемии COVID-19 // Beneficium. № 3. С. 83–89.
- Орестова В. 2017. Кино и психология повседневности // Психологические исследования. № 10. <https://doi.org/10.54359/ps.v10i56.344>
- Орестова В., Ткаченко Д. 2018. Кинопредпочтения и представления о супергероях как отражение потребностей современного молодого человека в условиях транзитивности // Психологические исследования. № 1. <https://doi.org/10.54359/ps.v11i61.263>
- Парсонс Т. О социальных системах. М.: Академический проект, 2002. 832 с.
- Попова Т. В. 2021. Осмысление системы взаимодействия «телевидение-общество» (на основании концептуализации результатов авторского исследования) // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. № 3. С. 81–86. <https://doi.org/10.23672/d7176-6437-2091-j>
- Пузанова Ж. В., Ларина Т. И., Гаспаршвили А. Т., Радкевич К. В., Захарова С. В. 2021. Личностные характеристики участников фокус-группового исследования как фактор повышения качества данных // Вестник РУДН. Т. 21. № 4. С. 722–737. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-4-722-738>
- Сарна А. Я. 2020. Технологии воздействия на аудиторию в современном медиапространстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. № 2. С. 218–235. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.207>

- Сериальные будни: россияне коротают досуг перед телевизором. 2019 // Официальный сайт «Левада-центр». <https://www.levada.ru/2019/07/01/serialnye-budni-rossiyane-korotayut-dosug-pered-televizorom/> (дата обращения: 21.03.2022)
- Щеглов И. А. 2016. Социализация: агенты, институты, факторы // Общество: социология, психология, педагогика. № 4. С. 9-13.
- Эксперты назвали самую популярную аудиторию сериалов в России. 2021. // Официальный сайт РБК. <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/612baa709a79472d34ba009d> (дата обращения 21.03.2022)
- Dietrich T., Balli S. J. 2014. Digital Natives: Fifth-Grade Students' Authentic and Ritualistic Engagement with Technology // International Journal of Instruction. Vol. 7. No. 2. Pp. 21–34.
- Gavryushina D., Zhukova E., Fominykh N. 2021. «Television style»: The role of serials in shaping the lifestyle and behavior of the viewer // Information age (online media). No. 2. Pp. 31–36. [https://doi.org/10.33941/age-info.com52\(15\)4](https://doi.org/10.33941/age-info.com52(15)4)
- McCracken G. 1988. Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities. Bloomington: Indiana University Press.
- Moura A., Almeida C., Pacheco, R. 2019. Film Education Project with Youth. // Education Quarterly Reviews. Vol. 2. Pp. 321–329. <https://doi.org/10.31014/aior.1993.02.02.64>
- Research: Netflix's impact on lifestyle trends. 2022. // Официальный сайт Advanced Television. <https://advanced-television.com/2022/02/23/research-netflixs-impact-on-lifestyle-trends/> (дата обращения: 15.04.2022)

References

- Ayanyan, A. N., & Marcinkovskaya, T. D. (2016). Teenagers in the information space. *Psichologicheskie issledovaniya*, 9(46), 8. <https://doi.org/10.54359/ps.v9i46.475> [In Russian]
- Bosov, D. V. (2015). Western mainstream cinema as a factor in the socialization of Russian students. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*, (4), 139–144. <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2015.4.18> [In Russian]
- Giddens, A. (2005). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Akademicheskii projekt. [In Russian]
- Grigoriev, D. S. (2021). Focus Groups as a Questionnaire Pretest for Surveys in Cross-Cultural and Cross-National Comparative Research. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 18(3), 475–488. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-3-475-488> [In Russian]
- Zhabskiy, M. I., Tarasov, K. A. (2019). Russian Sociology of Cinema in the Context of Society's Development. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, (11), 73–81. <https://doi.org/10.31857/S013216250007449-6> [In Russian]
- Zhiratkova, Zh. V., Maloletneva, I. V., & Kozlovskaya, L. V. (2021). The new value world of modern students — “before”, “during” and “after” lockdown. *Vestnik RMAI*, (2), 46–52. [In Russian]
- VTSIOM. (2021). *Squid Game: the opinion of Russian viewers*. Retrieved April 17, 2022 from <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/igra-v-kalmara-mnenie-rossiiskikh-telezritelei> [In Russian]
- DataTile. (2019). How Russians watch TV series. Retrieved April 17, 2022 from <https://cloud.datatile.eu/view/96717093-6726-47db-a77f-40b7972a4e6d/8ab048eeb0d94659bd9d4dead423a4ed> [In Russian]

- Kapanyan, N. N. (2020). The influence of cinema on the creation of the image of the hero of our time in the youth segment of modern Russian society. *Bulletin of the South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences*, 13(5), 84–90. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2020-5-84-90> [In Russian]
- Krasova, E. Yu. (2020). Series in TV content, and Voronezh audience. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, (2), 174–180. [In Russian]
- Kulikov, E. M., & Kulikova, N. A. (2011). Mass culture as a factor in the genesis of extremist attitudes of modern Russian youth. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika*, (1-2), 86–89. [In Russian]
- Lastochkina, O. S. (2021). Cultural Online Leisure: Population Behavior During a Pandemic COVID-19. *Beneficium*, (3), 83–89. [In Russian]
- Orestova, V. (2017). Cinema and psychology of everyday life. *Psychological Studies*, 10(56). <https://doi.org/10.54359/ps.v10i56.344> [In Russian]
- Orestova V., & Tkachenko, D. (2018). Kinopredpochteniya and ideas about superheroes as a reflection of the needs of a modern young man in the conditions of transitivity. *Psychological Studies*, 11(61). <https://doi.org/10.54359/ps.v11i61.263> [In Russian]
- Parsons, T. (2002). *The Social System*. Akademicheskiy proekt. [In Russian]
- Popova, T. V. (2021). Understanding the system of interaction “television-society” (based on the conceptualization of the results of the author’s research). *Gumanitarnye, sotsial’no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, (3), 81–86. <https://doi.org/10.23672/d7176-6437-2091-j> [In Russian]
- Puzanova, Z. V., Larina, T. I., Gasparishvili, A. T., & Radkevich, K. V., Zakharova S. V. (2021). Personal characteristics of the focus group participants as a factor of the data quality. *RUDN Journal of Sociology*, 21(4), 722–737. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-4-722-738> [In Russian]
- Sarna, A. Ya. (2020). Technologies of influencing the audience in the modern media space. *Vestnik of Saint-Petersburg University. Sociology*, 13(2), 218–235. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.207> [In Russian]
- Levada-center. (2019). Serial everyday life: Russians spend their leisure time in front of the TV set. Retrieved March 21, 2022 from <https://www.levada.ru/2019/07/01/serialnye-budni-rossiyane-korotayut-dosug-pered-televizorom/> [In Russian]
- Sheglov, I. A. (2016). Socialization: agents, institutions, factors. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika*, (4), 9–13. [In Russian]
- Experts named the most popular audience of TV shows in Russia. (2021). RBK. Retrieved March 21, 2022 from <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/612baa709a79472d34ba009d> [In Russian]
- Dietrich T., & Balli, S. J. (2014). Digital Natives: Fifth-Grade Students’ Authentic and Ritualistic Engagement with Technology. *International Journal of Instruction*, 7(2), 21–34.
- Gavryushina, D., Zhukova, E., & Fominykh, N. (2021). “Television style”: The role of serials in shaping the lifestyle and behavior of the viewer. *Information age (online media)*, 2(15), 31–36. [https://doi.org/10.33941/age-info.com52\(15\)4](https://doi.org/10.33941/age-info.com52(15)4)
- McCracken G. (1988). *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.

Moura, A., Almeida, C., & Pacheco, R. (2019). Film Education Project with Youth. *Education Quarterly Reviews*, 2, 321–329. <https://doi.org/10.31014/aior.1993.02.02.64>

Research: Netflix's impact on lifestyle trends. (2022). *Advanced Television*. Retrieved April 15, 2022 from <https://advanced-television.com/2022/02/23/research-netflixs-impact-on-lifestyle-trends/>

Информация об авторах

Марина Николаевна Кичерова, кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и экономической социологии, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
m.n.kicherova@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5829-7570>

Александра Андреевна Бородкина, студент направления «Социология», Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
stud0000246768@study.utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5125-2916>

Information about the authors

Marina N. Kicherova, Cand. Sci. (Soc.) Associate Professor, Department of General and Economic Sociology, Tyumen State University, Tyumen, Russia
m.n.kicherova@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5829-7570>

Alexandra A. Borodkina, Undergraduate Student, Sociology, Tyumen State University, Tyumen, Russia
stud0000246768@study.utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5125-2916>