DOI: 10.31249/rsm/2026.01.13

А.С. Жаров, Ю.В. Петрова, А.Д. Уханов

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА КАК ПРОСТРАНСТВО КОНКУРЕНЦИИ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ АЛЬТЕРНАТИВ[1]

Аннотация. *Статья посвящена исследованию массовой культуры как пространства конкуренции социально-политических альтернатив и оценке её роли в процессе формирования представлений о будущем российской молодёжи. Базовым предположением работы является тезис о том, что под влиянием цифровой трансформации общества массовая культура перестаёт быть инструментом гомогенизации и становится полицентричным пространством конкурентной борьбы различных социально-политических альтернатив и конкурирующих образов будущего. В теоретической части обосновывается переход от классических трактовок к пониманию массовой культуры как арены, где сталкиваются различные проекты общественного устройства. Эмпирически подтверждено, что потребление культурных артефактов молодёжью носит комплексный характер, а социальная активность всё чаще реализуется в гибридных и онлайн-форматах. Авторы показывают, что традиционные формы массовой культуры (литература, кинематограф) уступают место более персонализированным цифровым практикам, а образ будущего конструируется через взаимодействие с множеством разрозненных нарративов. Полученные в рамках настоящего исследования результаты позволяют осмыслить современные изменения роли массовой культуры, а также её влияние на формирование мировоззренческих установок различных социальных групп, в том числе молодёжи, что может стать важной частью аналитической основы для разработки и последующей качественной реализации стратегии общественного развития.*

Ключевые слова: *массовая культура; образ будущего; молодёжь; цифровизация; российское общество; Россия; социально-политические отношения.*

Жаров Артем Сергеевич – кандидат политических наук, старший научный сотрудник Государственного академического университета гуманитарных наук. Россия, Москва.
E-mail: msutema@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3632-3421

1. Статья подготовлена в Государственном академическом университете гуманитарных наук в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации по результатам конкурсного отбора ЭИСИ (тема № FZNF-2025-0026, «Образы Будущего России в сознании российской молодёжи: герои, артефакты массовой культуры, социальные установки и личные предпочтения»).

Петрова Юлия Владимировна – младший научный сотрудник Государственного академического университета гуманитарных наук. Россия, Москва; младший научный сотрудник ИНИОН РАН. Россия, Москва.
E-mail: iuliiapeetrova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8778-9010

Уханов Антон Дмитриевич – кандидат политических наук, научный сотрудник Государственного академического университета гуманитарных наук. Россия, Москва; доцент Владивостокского государственного университета (ВВГУ). Россия, Владивосток; старший преподаватель Национального исследовательского университета «МЭИ». Россия, Москва.
E-mail: vin-chun.95@list.ru
ORCID: 0000-0003-0113-5057

Zharov A.S., Petrova Iu.V., Ukhanov A.D.
Mass culture as a space of competition for socio-political alternatives[2]

Abstract. *This article explores popular culture as a space for competing socio-political alternatives and assesses its role in shaping Russian youth's perceptions of the future. The underlying assumption is that, under the influence of the digital transformation of society, popular culture is ceasing to be an instrument of homogenization and becoming a polycentric space for the competitive struggle of various socio-political alternatives and competing visions of the future. The theoretical section substantiates a shift from classical manipulative interpretations to an understanding of popular culture as an arena where various social order projects collide. Empirical evidence confirms that youth consumption of cultural artifacts is complex, and social activity is increasingly realized in hybrid and online formats. The authors demonstrate that traditional forms of popular culture (literature, cinema) are giving way to more personalized digital practices, and the image of the future is being constructed through interaction with multiple disparate narratives. The results obtained in this study allow us to understand the current changes in the role of mass culture, as well as its influence on the formation of ideological attitudes of various social groups, including young people, which can become an important part of the analytical basis for the development and subsequent high-quality implementation of a social development strategy.*

Keywords: *mass culture; image of the future; youth; digitalization; Russian society; Russia; socio-political relations.*

2. The article was prepared at the State Academic University for the Humanities within the framework of the state assignment of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation based on the results of the competitive selection of EISI (№ FZNF-2025-0026, «Images of the Future of Russia in the Minds of Russian Youth: Heroes, Artifacts of Mass Culture, Social Attitudes and Personal Preferences»).

Zharov Artem Sergeevich – Candidate of Political Sciences, Senior Research Fellow, State Academic University for The Humanities. Russia, Moscow.
E-mail: msutema@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3632-3421

Petrova Iuliia Vladimirovna – Junior Research Fellow, State Academic University for The Humanities. Russia, Moscow; Junior Research Fellow, INION RAS. Russia, Moscow.
E-mail: iuliiapeetrova@gmail.com
ORCID: 0000-0002-8778-9010

Ukhanov Anton Dmitrievich – Candidate of Political Sciences, Research Fellow, State Academic University for The Humanities. Russia, Moscow; Associate Professor, Vladivostok State University (VVSU). Russia, Vladivostok; Senior Lecturer, National Research University MPEI. Russia, Moscow.
E-mail: vin-chun.95@list.ru
ORCID: 0000-0003-0113-5057

Введение

Анализ образа будущего в общественном сознании остается актуальной научной задачей, поскольку позволяет оценить перспективы социального развития и процессы становления национально-государственной идентичности в России. Вопросы стратегирования будущего требуют понимания механизмов формирования коллективных представлений о нём. Актуальность настоящего исследования, в частности, обусловлена важной ролью массовой культуры как пространства конкуренции социально-политических альтернатив в формировании коллективных представлений о будущем, особенно в молодёжной среде.

В условиях цифровой трансформации, меняющей ландшафт производства и потребления культурных продуктов, массовая культура перестаёт быть просто инструментом гомогенизации и манипуляции, превращаясь в сложно структурированное полицентричное пространство, где сталкиваются и оспариваются различные проекты общественного устройства, формируются поведенческие паттерны и нарративы, стереотипы восприятия, социальные установки и личные предпочтения, впоследствии оказывающие влияние на конструирование образа будущего. Именно через призму массовой культуры современная молодёжь активно осваивает, оценивает и моделирует возможные сценарии развития будущего.

Целью настоящего исследования является оценка влияния массовой культуры на формирование образа будущего российской молодёжи в актуальном пространстве конкуренции социально-политических альтернатив и условиях цифровой трансформации.

В данной работе в качестве эмпирической базы выступают материалы всероссийского количественного опроса, проведенного осенью 2025 г. В рамках исследования «Образы будущего России: герои, артефакты массовой культуры, социальные установки и личные предпочтения» были опрошены 1511 респондентов из 63 регионов России.

Методика исследования выстроена на основе комбинирования структурного и сравнительного анализа.

Теоретико-методологические аспекты

В начале XX в. в социально-политических науках сложились две устойчивые характеристики, через которые осмыслялась массовая культура. Во-первых, она трактовалась как некая гомогенизирующая сила, создающая массовое общество, т. е. общество, в котором «всякий и каждый, кто ни в добре, ни в зле не мерит себя особой мерой, а ощущает таким же, как и все, и не только не удручён, но доволен собственной неотличимостью» [Ортега-и-Гассет 2000, с. 45–46]. Из этого вытекает, что, во-вторых, артефакты и выразительные средства массовой культуры являются удобным инструментом для формирования мировоззрения человеком, механизмом внушения и навязывания ему интересов и предпочтений, выгодных неким узким экономическим и политическим группам [Бернес 2024, с. 16–24].

Под влиянием данных идей, укорененных в особенностях становления и функционирования массовой культуры в прошлом веке, сложилось устойчивое представление о ней как о среде, подавляющей индивидуальность и формирующей стереотипное мышление. В таком контексте зачастую обращалось внимание на манипулятивный характер массовой культуры, её ориентированность на пассивное потребление и отвлечение от реальных социальных проблем [Шумаков 2014]. Данная точка зрения стала общим местом у представителей разных политических идеологий и методологических подходов, различался лишь тот круг субъектов, в пользу которых действует массовая индустрия. При этом гомогенизация общества, достигаемая с помощью инструментов массовой культуры, касалась не только потребления или увлечений, но и самого образа будущего, который предлагался всему человечеству.

Однако современные социально-экономические, политические и технологические процессы ориентируют исследователей на пересмотр устоявшихся схем рассмотрения массовой культуры в пользу понимания её как сложного и многогранного пространства, в котором разыгрываются и оспариваются социально-политические альтернативы. Иными словами, массовая культура начинает рассматриваться не как гомогенная среда, стандартизирующая и унифицирующая общественные отношения, и представления, а как мозаика

различных жанров, форматов и дискурсов, предоставляющих различные возможности для интерпретации и конструирования будущего.

Для более детального анализа исследуемого явления целесообразно обратиться к некоторым современным теоретико-методологическим стратегиям, в рамках которых могут рассматриваться отдельные аспекты противостояния социально-политических альтернатив в пространстве массовой культуры.

Например, в рамках изучения аудитории (Audience Studies) делается акцент на активной роли потребителей культуры. Иными словами, аудитория не является пассивным объектом манипуляции, но активно интерпретирует, перерабатывает и присваивает культурные продукты, наделяя их новыми смыслами и значениями. Объектами изучения становятся, например, фанатское творчество, онлайн-сообщества, которые позволяют увидеть, как потребители культуры используют её для выражения своих социальных и политических взглядов [Рикитянская 2022; Григонис 2017].

Методологическим подспорьем также может выступать концепция гегемонии А. Грамши, в рамках которой хотя и утверждается, что господство в обществе достигается путём установления культурной гегемонии, однако отмечается, что она никогда не является абсолютной и в ней неизбежно возникают альтернативные дискурсы. Массовая культура в этом контексте предстаёт как арена борьбы за гегемонию, где различные социальные группы и политические акторы пытаются утвердить свои ценности и взгляды [Савино 2017].

В этом же контексте может быть использован инструментарий критического анализа дискурса, который позволяет выявить скрытые идеологические посылы, встроенные в тексты и иные артефакты массовой культуры. Анализ дискурса позволяет увидеть, как доводятся до потребителя и раскрываются определенные темы и проблемы, какие рамки устанавливаются для их обсуждения, какие социально-политические альтернативы вычеркиваются из поля зрения [Хилханова 2012].

Особую актуальность обозначенная выше теоретическая трансформация, подкреплённая указанными подходами, приобретает в контексте исследования взглядов современной российской молодёжи – поколения, сформировавшегося в условиях цифровизации, глобализации культурных потоков и расширения доступности культурного производства. Для современного молодого человека в России массовая культура представляет собой не внешнюю манипулятивную силу, а естественную среду существования, пространство для самоидентификации и формирования собственных представлений о будущем – как личном, так и общественном. Именно через призму взаимодействия российской молодёжи с различными артефактами массовой культуры особенно отчётливо проявляется её современная роль как арены конкуренции альтернативных социально-политических проектов и образов будущего.

Таким образом, массовая культура остается важным пространством конкуренции образов будущего, но с развитием цифровых технологий и расширением предложения альтернативных сценариев будущего роль традиционных форм массовой культуры снижается, а формирование образа будущего в сознании российской молодёжи представляет собой полицентричный процесс, в котором конкурирующие образы транслируются через артефакты массовой культуры.

Образ будущего и роль массовой культуры в его формировании

Будущее перестаёт мыслиться фатально, как некоторое неизбежное, единственно возможное и заранее определённое развитие, детерминированное исключительно объективными факторами. Это означает, что будущее становится проектом, т. е. комплексом предполагаемых действий и задач, ориентированных на достижение некоторого заранее смоделированного результата, нормативным выражением которого является образ будущего. Иными словами, будущее становится не только главным критерием оценки и интерпретации прошлого, ключевым ориентиром в эволюции современного социально-политического уклада, но и легитимирующей конструкцией, которая обосновывает и оправдывает те или иные действия социально-политических акторов [Мамычев, Ким, Фролова 2020]. Настоящее же полезно лишь в той мере, в какой позволяет приблизиться к желаемому будущему.

Политически (иногда даже политико-конспирологически) это указывает на то, что всегда существует заинтересованная социально-политическая сила (субъект), направляющая через массовую культуру движение истории к реализации образа будущего. Однако помимо этого необходима практика продвижения самого образа будущего и стремление убедить в его значимости индивида или социальную группу. Последнее обусловлено не только созданием «благоприятной почвы» для построения проектируемого будущего, но и ранее упомянутым фактором сосуществования альтернативных социально-политических образов будущего, неизбежно вступающих в конкуренцию.

Пространством этой конкуренции выступает именно массовая культура, которая не только отражает существующую реальность, предлагая палитру интересов, желаний, ожиданий, практик и прочего, характерных для общества в конкретный момент, но и играет важную роль в их конструировании. Ключевыми каналами распространения перечисленного выступают не только фильмы, сериалы, видеоигры, литература и музыка, что весьма очевидно, но и иные артефакты, зачастую оказывающие «рутинное» (в значении «не рефлексируемое») воздействие на потребителя. Тем самым массовая культура не только позволяет запечатлеть существующие страхи и надежды, но и сформировать их, «навязать» аудитории запрос на определенный образ будущего, имеющий социально-политическое измерение.

Пересмотр отношения к массовой культуре также связан с цифровизацией общества, которая трансформирует процессы производства и распространения контента, одновременно подчинённые логике общедоступности и коммерциализации. Так, если идеологии XIX в. как сложные интеллектуально-мировоззренческие системы смыслов создавались незначительным кругом лиц, то массовая культура предоставляет каждому возможность стать не только потребителем, но и творцом и распространителем образов и смыслов. Современные цифровые сервисы и платформы делают круг лиц, участвующих в производстве и распространении контента, потенциально неограниченным.

Коммерциализация подчеркивает наличие на этом «рынке образов будущего» игроков, чьи действия направлены исключительно на получение прибыли: образы будущего, нашедшие отклик у аудитории, тиражируются и модифицируются вне зависимости от их содержания. Тем самым массовая культура наполняется огромным количеством образов, каждый из которых ориентирован на определенную аудиторию. Она становится местом удовлетворения сиюминутных интересов отдельных социальных групп, которые без труда найдут либо сами произведут желаемый контент, продвигающий некоторую социально-политическую модель развития: музыка может быть использована как средство протеста и выражения альтернативных политических взглядов, кино и телевидение могут представлять альтернативные модели социальной организации, видеоигры – создавать пространства для утопических и антиутопических экспериментов, мемы – использоваться для политической сатиры и критики существующего порядка вещей и т. д.

Отдельно следует отметить роль художественной литературы в социально-политическом пространстве, которая всегда сводилась к двум наиболее значимым аспектам. С одной стороны, художественное творчество выступает как «зеркало современности» и как «социальная и политическая карта» [Freeden 2003, p. 2], помогающая осмыслить окружающую нас действительность. С другой стороны, исторически литература в России является одним из инструментов проектирования политических процессов, а писатели выступают как субъекты властных отношений [Зорин 2001].

В современном мире важно учитывать, что художественная литература является частью индустрии развлечений, а значит, подчиняется общим законам маркетинга и коммерциализации культурного продукта, без которых невозможно появление артефакта массовой культуры. Более того, в результате развития информационных технологий появляется новый тип индивидуума, являющийся характерным представителем массовой культуры в эпоху позднего капиталистического общества – homo ludens [Хёйзинга 2022]. Эта единица общества – основа целевой аудитории всех современных писателей. В итоге это приводит к тому, что дистопия как художественная проекция становится наиболее популярной попыткой бегства от непонятной реальности и создания комфортного «третьего пространства» [Ольденбург 2014], скрывающего проблемы современного общества.

Мировые политические изменения в распределении ресурсов между сверхдержавами, а также увеличение военных столкновений по всему миру также переосмысливаются в современных художественных произведениях. Так, например, одним из ключевых концептов в российской литературе оказывается тема «войны» и «военных героев». Всероссийский социологический опрос молодежи, проведенный в 2022 г., показал, что наиболее популярными «героями нашего времени» у молодых людей являются лирические персонажи, сопряженные с войной или вооруженными действиями, – Андрей Болконский, Андрей Соколов, Василий Тёркин, Пётр Гринёв, Алексей Мересьев [Кузнецов, Куликова, Петрова 2023]. Данный феномен также можно связать с влиянием советского литературного канона, в произведениях которого осмыслялась как Гражданская война (М.А. Шолохов «Тихий Дон», М.А. Булгаков «Белая гвардия»), так и Великая Отечественная война (Б.Л. Васильев «А зори здесь тихие», А.Т. Твардовский «Василий Тёркин», М.А. Шолохов «Судьба человека»).

Тем не менее советская литература о войне – это возможность не только экзистенциального осмысления, формирования исторических аналогий и новых коммеморативных практик, но и репрезентация идеала сильного человека, готового на всё ради победы своей страны. Именно поэтому в дальнейшем эти произведения попадали в программы школьной литературы и служили аксиологическим образцом для воспитания будущих поколений советской молодёжи.

В 1990-е годы в результате тотального курса на деидеологизацию художественная литература перестала использоваться государством для формирования образов будущего. Однако политические кризисы 2014 и 2022 гг. актуализировали необходимость анализировать художественное осмысление нового этапа отечественной истории [Вантеевский 2024].

Во всей совокупности вышеперечисленных аспектов, на наш взгляд, кроется как сильная сторона массовой культуры, так и определенные риски. Так, массовая культура становится барьером для установления деструктивной политической идеологии и единственно верного образа будущего, достижению которого на безальтернативной основе подчинено всё общество. Однако эта «демонополизация» содержания, производства и распространения создает риски социальной разобщенности, размытия идентичностей и смысловой перегруженности.

О некоторых аспектах влияния массовой культуры на формирование образа будущего в сознании российской молодежи

Результаты эмпирического исследования подтверждают невозможность выделения одной доминирующей сферы массовой культуры с её преобладающим влиянием на сознание российской молодежи. Современная среда предполагает комплексное воздействие на молодых людей – через музыкальные произведения и кинокартины, литературу, видеоигры и другие сферы. Разнообразные по со-

держанию и форме приобщения досуговые практики формируют стиль жизни и особенности самоидентификации молодёжи [Зубок, Чупров 2018].

Чтобы оценить роль каждой из основных сфер массовой культуры, в октябре-ноябре 2025 г. коллективом авторов было проведено всероссийское анкетирование. Объем выборки составил 1511 респондентов в возрасте от 14 до 35 лет из 63 регионов Российской Федерации. Анкетирование проводилось в онлайн-формате. Сама анкета была ориентирована на выявление характеристик образа будущего России в сознании молодых россиян, а также определение инструментов его формирования. При этом отдельный блок анкеты был посвящен вопросам влияния массовой культуры на рассматриваемый процесс.

Так, респондентам был задан закрытый вопрос «Какая сфера культуры является для Вас лично наиболее значимой?» с выбором одного из предложенных вариантов ответа. Чаще всего молодые люди (38,4% респондентов) отмечали «музыку»; далее – «кинематограф (фильмы, сериалы)» (24,8%); «литература (книги, комиксы)» (21,4%); «видеоигры» (15,4%) (табл. 1).

Таблица 1

Ответы на вопрос «Какая сфера культуры является для Вас лично наиболее значимой?»

Вариант ответа	Доля респондентов, выбравших вариант ответа (в %)
Музыка	38,4
Кинематограф (фильмы, сериалы)	24,8
Литература (книги, комиксы)	21,4
Видеоигры	15,4

При этом более 60% молодых людей – участников опроса – сообщили, что соприкасаются со всеми сферами массовой культуры. 26,8% отметили, что не соприкасаются с видеоиграми; 7% – с литературой; 2,9% – с кинематографом; 2,5% – с музыкой (табл. 2).

Таблица 2

Ответы на вопрос «Есть ли сферы культуры из предложенных, с которыми Вы не соприкасаетесь?»

Вариант ответа	Доля респондентов, выбравших вариант ответа (в %)
Соприкасаюсь со всеми	60,9
Видеоигры	26,8
Литература (книги, комиксы)	7
Кинематограф (фильмы, сериалы)	2,9
Музыка	2,5

Таким образом, массовая культура является неотъемлемой частью жизни подрастающего поколения, определяет досуг и вносит свой значимый вклад в формирование представлений молодежи, участвует в конструировании образа будущего. При этом, как отмечают исследователи, «предпочтения в информационном и культурном потреблении молодых в значительной степени определяются доступностью соответствующих артефактов и социальным влиянием (модой, окружением, социальными контактами…)» [Кузнецов, Куликова, Петрова 2022].

Рассматривая массовую культуру как арену конкуренции социально-политических альтернатив, целесообразно предположить, что роль традиционных форм массовой культуры может снижаться под влиянием определённых факторов. Объяснение этому, в частности, кроется в фундаментальных процессах цифровизации. Стремительное развитие цифровых технологий и их внедрение в повседневную жизнь оказывает значительное влияние на процесс взаимодействия личности, общества и государства. Привычные формы интеракции замещаются новыми форматами взаимодействия – цифровыми средами. Гибридизация реального и цифрового форматов приводит к стиранию не только темпоральных границ, но и создаёт экзистенциальный вакуум самоидентичности в реальном социуме («Кто я, если я не привязан к месту? Где моё сообщество?»).

В подтверждение тезиса о влиянии цифровизации можно привести результаты ответов респондентов, полученные на вопрос «Где Вы предпочитаете реализовывать свою активность для достижения значимых результатов?» (табл. 3).

Таблица 3

Ответы на вопрос «Где Вы предпочитаете реализовывать свою активность для достижения значимых результатов?»

Вариант ответа	Доля респондентов, выбравших вариант ответа (в %)
В гибридном формате	43,35
В офлайн-среде (реальные проекты, волонтерство…)	19,92
В онлайн-среде (создание контента, общение…)	19,06
Затрудняюсь ответить	17,67

Более 19% опрошенных отмечают, что предпочитают реализовывать свою активность в онлайн-среде, еще 43% – в гибридном формате. На рекомендации блогеров, телеграм-каналов, сообществ и групп в социальных сетях ориентируются в зависимости от возраста от 45 до 49% респондентов. Кроме того, молодые люди отмечают, что чаще отдают предпочтение «сёрфингу» Интернета, нежели просмотру фильмов, чтению книг и игре в видеоигры.

Стирание онлайн/офлайн границ приводит к тому, что жизнь, особенно в мегаполисах, становится гибридной. Восприятие мира, особенно в молодёж-

ной среде, формируется не через принадлежность к месту (двору, району), а через принадлежность к цифровым сообществам и платформам. Образ будущего в глазах молодых людей становится более виртуализированным, глобальным и оторванным от физической локации, принадлежности к конкретному месту, территории. Стирание локальных и глобальных, приватных и публичных границ на разных уровнях личностной и общественной идентичности, их смешение представляется достаточно актуальным вызовом ближайшего будущего. Происходит размытие этих форм идентичности. Личностная идентичность дробится между цифровыми аватарами и реальной жизнью, а общественная идентичность перестает быть привязанной к географическому месту и становится платформенной.

Это указывает на необходимость поиска новых механизмов, способных связать глобальные культурные тренды с локальными смыслами, что представляет собой задачу, выходящую за рамки традиционной массовой индустрии, и требует вовлечения институтов гражданского общества, образования и территориального управления, что, в свою очередь, позволяет обозначить направления дальнейших исследований по настоящей теме, приобретающей всё большую актуальность.

Заключение

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что представленные теоретические положения и эмпирические данные подтверждают ключевой тезис о том, что массовая культура остается важным пространством конкуренции социально-политических альтернатив и действительно оказывает влияние на процесс формирования образа будущего молодёжи. В то же время роль традиционных форм массовой культуры претерпевает определённые изменения под воздействием цифровой трансформации современного общества.

Артефакты массовой культуры по-прежнему служат ключевыми проводниками конкурирующих социально-политических нарративов и образов будущего, но каналы их распространения и потребления диверсифицируются. Полицентричность процесса проявляется в том числе и в том, что наряду с традиционными медиагигантами создателями смыслов становятся цифровые платформы, блогеры и сами потребители, активно перерабатывающие и создающие контент. Это превращает массовую культуру из инструмента гомогенизации в сложно структурированное поле, где сосуществуют и борются за внимание аудитории различные проекты общественного устройства.

Следовательно, в стратегиях, направленных на работу с образами будущего в молодёжной среде, необходимо учитывать её мозаичный и цифроцентричный характер. Эффективное позиционирование любого социально-политического проекта требует не столько монологической трансляции через традиционные

каналы массовой культуры, сколько участия в диалоге на множественных площадках, понимания языка и логики цифровых сообществ, а также предложения нарративов, способных интегрировать глобальные тренды с локальными смыслами и ценностями.

Во-первых, целесообразно учитывать наличие базового запроса, связанного с актуальными социально-политическими и социально-экономическими условиями, формирующими определенные представления о жизни. Желаемое будущее может формулироваться через противопоставление настоящему, выступая ответом на текущие вызовы и угрозы (действует формула «будущее не есть настоящее»). Во-вторых, образ будущего теперь представлен не в сложных трактатах, а может формироваться в секунды с помощью искусственного интеллекта, что приводит к росту предложения альтернативных сценариев будущего, а цифровизация значительно упрощает распространение образов и моделей будущего. Иными словами, окончательно рушится единый эталон будущего, который должен быть принят и достигнут грядущими поколениями. Тем самым любое будущее потенциально может быть принято в качестве приемлемого, поскольку каждый из образов будет делать акцент на некоторой черте грядущего времени, которая найдёт свою аудиторию при помощи цифровых технологий.

Таким образом, рассмотрение массовой культуры как пространства социально-политических альтернатив требует отказа от упрощенных представлений о ней как об исключительно манипулятивном инструменте гомогенизации общества. Современные теоретико-методологические подходы, используемые с учетом цифровизации и трансформации роли образа будущего в социально-политических процессах, позволяют увидеть в массовой культуре пространство столкновения различных моделей развития и общественной организации. Подобная трактовка массовой культуры позволяет осмыслить современные изменения, а также значение массовой культуры в формировании мировоззренческих установок различных социальных групп (профессиональных, возрастных, территориальных и др.), в том числе и молодёжи.

Библиография

Бернес Э. Пропаганда. М.: АСТ, 2024. 192 с.

Вантеевский М.М. Идеологическая роль и содержательные особенности антиутопических нарративов в российской массовой культуре / М.М. Вантеевский // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2024. № 5. С. 40–53.

Григонис Ю.Э. Изучение аудитории как актора политической коммуникации: основные современные подходы // Общество: политика, экономика, право, 2017. № 1. С. 31–34.

Зорин А.Л. Кормя двуглавого орла... Русская литература и государственная идеология в последней трети XVIII – первой трети XIX века. М.: Новое литературное обозрение, 2001. 416 с.

Зубок Ю.А., Чупров В.И. Культура в жизни молодежи: потребность, интерес, ценность // Вестник Института социологии. 2018. № 4. С. 170–191.

Кузнецов И.И. Куликова Е.В., Петрова Ю.В. Пространство героев в сознании российской молодежи: разнообразие предложений при неясных предпочтениях // Политическая наука. 2023. № 2. С. 179–202.

Кузнецов И.И., Куликова Е.В., Петрова Ю.В. Массовая культура как среда политической социализации молодежи // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2022. Т.15. № 5. С. 68–88.

Мамычев А.Ю., Ким А.А., Фролова Е.Е. «Будущее» как аттрактор современных политико-правовых и социально-экономических трансформаций: обзор основных проблем и подходов // Advances in Law studies. 2020. № 5. Том. 8. С. 3–17.

Ольденбург Р. Третье место. Кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок»... М.: Новое литературное обозрение, 2014. 456 с.

Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Избранные труды. М.: Весь мир, 2000. 704 с.

Рикитянская М. Медиа и аудитории в историко-социологической перспективе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2022. № 3. С. 285–298.

Савино Д. Норма политической морали: интеллектуальный проект Антонио Грамшит // Социология власти. 2017. № 2. С. 84–96.

Хёйзинга Й. Homo ludens. Человек играющий. СПБ.: Азбука, 2022. 400 с.

Хилханова, Э.В. Критический анализ дискурса: принципы, методы и практика (на примере дискурса СМИ) // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2012. № А. С. 136–140.

Шумаков, В.И. Теория массовой культуры Франкфуртской школы в контексте культурфилософской рефлексии начала 1930-х годов // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. № 4. С. 68–76.

Freeden M. Ideology: A very short introduction. Oxford: Oxford univ. press, 2003. 143 p.

References

Bernes E`. Propaganda [Propaganda]. Moscow: AST, 2024. 192 p. (In Russ.)

Freeden M. Ideology: A very short introduction. Oxford: Oxford univ. press, 2003. 143 p.

Grigonis Yu.E`. Izuchenie auditorii kak aktora politicheskoj kommunikacii: osnovny`e sovremenny`e podxody` [Studying the Audience as an Actor of Political Communication: Main Modern Approaches]. Obshhestvo: politika, e`konomika, pravo [Society: Politics, Economics, Law]. 2017. N 1. P. 31–34. (In Russ.)

Kuzneczov I.I., Kulikova E.V., Petrova Yu.V. Massovaya kul`tura kak sreda politicheskoj socializacii molodezhi [Mass Culture as an Environment for the Political Socialization of Young People]. Kontury` global`ny`x transformacij: politika, e`konomika, pravo [Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law]. 2022. T.15. N 5. P. 68–88. (In Russ.)

Kuzneczov I.I. Kulikova E.V., Petrova Yu.V. Prostranstvo geroev v soznanii rossijskoj molodezhi: raznoobrazie predlozhenij pri neyasny`x predpochteniyax [The Space of Heroes in the Consciousness of Russian Youth: A Diversity of Offers with Unclear Preferences]. Politicheskaya nauka [Political Science]. 2023. N 2. P. 179–202. (In Russ.)

Mamy`chev A.Yu., Kim A.A., Frolova E.E. «Budushhee» kak attraktor sovremenny`x politiko-pravovy`x i social`no-e`konomicheskix transformacij: obzor osnovny`x problem i podxodov [“The Future” as an Attractor of Contemporary Political, Legal, and Socioeconomic Transformations: A Review of the Main Issues and Approaches]. Advances in Law studies [Advances in Law Studies]. 2020. N 5. Vol. 8. P. 3–17. (In Russ.)

Ol`denburg R. Tret`e mesto. Kafe, kofejni, knizhny`e magaziny`, bary`, salony` krasoty` i drugie mesta tusovok... [Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Beauty Salons, and Other Hangouts…] Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie [Moscow: New Literary Review], 2014. 456 p. (In Russ.)

Ortega-i-Gasset X. Vosstanie mass [Revolt of the Masses] // Izbranny`e trudy`. Moscow: Ves` mir [Selected Works. Moscow: Ves' Mir], 2000. 704 p. (In Russ.)

Rikityanskaya M. Media i auditorii v istoriko-sociologicheskoj perspective [Media and Audiences in Historical and Sociological Perspective]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya [Bulletin of St. Petersburg University. Sociology]. 2022. N 3. P. 285–298. (In Russ.)

Savino D. Norma politicheskoj morali: intellektual`ny`j proekt Antonio Gramshit [The Norm of Political Morality: Antonio Gramscit's Intellectual Project] // Sociologiya vlasti [Sociology of Power]. 2017. N 2. P. 84–96. (In Russ.)

Shumakov V.I. Teoriya massovoj kul`tury` Frankfurtskoj shkoly` v kontekste kul`turfilosofskoj refleksii nachala 1930-x godov [The Frankfurt School's Theory of Mass Culture in the Context of Cultural-Philosophical Reflection of the Early 1930s]. Izvestiya Tul`skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarny`e nauki [Bulletin of the Tula State University. Humanities]. 2014. N 4. P. 68–76. (In Russ.)

Vanteevskij M.M. Ideologicheskaya rol` i soderzhatel`ny`e osobennosti antiutopicheskix narrativov v rossijskoj massovoj kul`ture [The Ideological Role and Substantive Features of Dystopian Narratives in Russian Mass Culture] / M.M. Vanteevskij. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskie nauki [Bulletin of Moscow University. Series 12: Political Sciences]. 2024. N 5. P. 40–53. (In Russ.)

Xyojzinga J. Homo ludens. Chelovek igrayushhij [Homo ludens. Man at Play]. St. Petersburg: Azbuka [St. Petersburg: Azbuka], 2022. 400 p. (In Russ.)

Xilxanova, E`.V. Kriticheskij analiz diskursa: principy`, metody` i praktika (na primere diskursa SMI) [Critical Analysis of Discourse: Principles, Methods, and Practice (Based on Media Discourse)] ю Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya [Bulletin of the Buryat State University. Philosophy]. 2012. N A.P. 136–140. (In Russ.)

Zorin A.L. Kormya dvuglavogo orla... Russkaya literatura i gosudarstvennaya ideologiya v poslednej treti XVIII – pervoj treti XIX veka [Feeding the Double-Headed Eagle... Russian Literature and State Ideology in the Last Third of the 18th – First Third of the 19th Century]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie [Moscow: New Literary Review], 2001. 416 p. (In Russ.)

Zubok Yu.A., Chuprov V.I. Kul`tura v zhizni molodezhi: potrebnost`, interes, cennost` [Culture in the Lives of Young People: Need, Interest, and Value]. Vestnik Instituta sociologii [Bulletin of the Institute of Sociology]. 2018. N 4. P. 170–191. (In Russ.)