Ирина Александровна Байкова

Санкт-Петербургский государственный университет

irenez@yandex.ru

**Исследование ценностного содержания российских сериалов**

Рассматривается актуальное состояние исследования ценностей в российских сериалах, ориентированных на молодежную аудиторию. Материал исследования включает анализ 18 сериалов 2024 г., выявляющий их ценностный профиль и влияние на формирование молодежной идентичности. Предлагается типология ценностей, отраженных в сериалах, и их роль в социализации молодежи.

Ключевые слова: сериалы, молодёжь, ценности, исследование.

Российский рынок сериалов активно развивается. В 2023 г. рынок онлайн-кинотеатров в России увеличился на 45, а выручка видеосервисов возросла с 55,8 млрд руб. в 2022 г. до 80,9 млрд руб. в 2023 г., включая доходы от подписки и рекламы [1].

Российские фильмы занимают почти половину мест в топ-20 индекса «Кинопоиск Pro», и за последние два года их доля значительно увеличилась. В 2021–2022 гг. Россия производила около 30% самых популярных сериалов, но к марту 2023 г. отечественная кинопродукция составила уже 43% [5].

Видео – наиболее востребованный тип контента у современных медиапотребителей. Потребление контента популярных у молодежи сериалов как продуктов массовой культуры оказывает непосредственное влияние на формирование и корректировку ценностей посредством мультимодальной коммуникации. Для подростков кинематограф становится одним из ключевых источников информации и пространством социализации [3].

Сериалы играют важную роль в социализации молодёжи, формируя ценности через наблюдения за жизнью персонажей и создавая образы героев для подражания, формируют модели поведения и помогают осознать альтернативные сценарии жизни в зависимости от выбора поступков [2]. Кроме того, сериалы способствуют развитию различных типов идентичности (политической, этнической, расовой, гендерной и др.), формируют восприятие исторического прошлого как элемента политики памяти и инструмента «мягкой силы», влияют на изменение социальных практик, популяризируют научные знания и демонстрируют навыки профессионалов, а также формируют желаемые образы будущего на разных уровнях [4].

Однако субъективное отношение молодежи к сериалам и их влияние на образ жизни остаются недостаточно изученными.

В условиях современных вызовов государство акцентирует внимание на формирование ценностей молодежи как результатов политической социализации. Это отражено в следующих стратегических документах: «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации» № 400 от 2 июля 2021 г., «Об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» № 809 от 9 ноября 2022 г., «Стратегия реализации молодежной политики в Российской Федерации на период до 2030 г.». В них защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей провозглашена одним из стратегических национальных приоритетов.

Для определения ценностного содержания сериалов была разработана программа и методология исследования. Анализируется топ-18 российских сериалов, рассчитанных на молодую аудиторию (15–35 лет), вышедших в 2024 г. Именно к этому времени государство сформулировало запросы по работе с молодым поколением, которые нашли отражение в вышеперечисленных документах. Исследование поможет понять, как медиабизнес учитывает запросы государства на пропаганду патриотизма, семейных ценностей, здорового образа жизни.

Изучаются сериалы по следующим показателям: жанр сериала, заказчик и производитель, ценностный профиль героя(-ев), представленность социальных, политических институтов, представленность поколений, базовые линии конфликтов, гендерные роли, представленность семьи, какие поведенческие модели продвигает герой, трудовая этика, представленные в сериале ценности и антиценности, факторы, которые способствовали успеху сериала, есть ли продолжение, следующие сезоны, технологии медиавоздействия, вовлечённость аудитории сериала, когнитивные технологии в продвижении сериала, монетизация (маркетинг) сериала.

Исследование только началось, и собранный материал поможет продемонстрировать, актуализированы ли в произведениях массовой культуры такие ценности, как достоинство, права и свободы человека, патриотизм, высокие нравственные идеалы, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, коллективизм, историческая память и преемственность поколений, единство народов России. Также станет возможным понять, какие ценности и в каком процентном соотношении закладываются для молодой аудитории, как они интерпретируются, в том числе, в социальной реальности.

Литература

1. Выручка российских онлайн-кинотеатров за год выросла на 45% // РБК URL: <https://www.rbc.ru/technology_and_media/15/03/2024/65f2ea899a794713cf7153a1?ysclid=m85mciukts113932883>. (дата обращения: 28.02.2025).

2. Кичерова М. Н., Бородкина А. А. Роль сериалов в жизни молодежи // Вестник Тюменского гос. ун-та. Социально-экономические и правовые исследования. 2023. Т. 9. № 3. С. 68–88.

3. Полуэхтова И. А. Практики медиапотребления российской молодежи в цифровом обществе (по результатам эмпирического исследования) // Знание. Понимание. Умение. 2022. № 3. С. 90–107.

4. Расторгуев С. В., Давыдова М. А. Российские сериалы как механизмы формирования и подкрепления ценностей молодежи // Политическая наука. 2024. № 4. С. 98–120.

5. Россия вышла в лидеры по производству наиболее популярных сериалов для отечественного зрителя // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6011513>. (дата обращения: 28.02.2025).