

МЕДИАПОКОЛЕНИЕ “ЦИФРОВОГО ПОГРАНИЧЬЯ” КАК ФРОНТИР В ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЭПОХИ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А.С. Сумская

Анна Сергеевна Сумская | <http://orcid.org/0000-0001-8186-2937> | anna.sumskaia@urfu.ru | к. пед. н., доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий, докторант | Уральский федеральный университет (ул. Мира 19, Екатеринбург, 620002, Россия)

Ключевые слова

медиапоколение, техносфера, аналоговое медиапоколение, цифровое медиапоколение, медиапоколение цифрового пограничья, формативные годы, фронтир, антропология медиа

Аннотация

Работа представляет результаты апробации концепции медиапоколений, в фокусе внимания которой пользователи медиа в доцифровом и цифровом информационно-коммуникативных пространствах. В выявлении характеристик медиапоколения “цифрового пограничья” как промежуточного между “аналоговым” и “цифровыми” медиапоколениями я опираюсь на концепции поколений К. Манхейма и М. МакКриндла, модель сопряженности техники и тела человека М. Маклюэна, представления феноменолога Т. Фукса о процедурной памяти, объяснительную модель формирования поколений Х. Бекера. Применение качественных методов исследования на основе глубинных интервью (N = 30; Уральский федеральный округ, РФ) позволяет не только объективировать сущность медиапоколения, структурировать его, сформулировать особенности его медиапрактик, но и выявить уникальные черты: переходный характер и роль своеобразного фронта между “аналоговым” и “цифровыми” аудиторными медиасредами. Наиболее значимыми маркерами “цифрового пограничья” являются амбивалентные медиапаттерны в информационной техносфере, обусловленные устойчивым интересом к медиа аналогового периода и владением цифровыми навыками, позволяющими приобщиться к “цифровому образу жизни”.

Актуальность обращения к проблематике медиапоколений обосновывается потребностью расширения интерпретационного пространства взаимодействия человека и техносферы (Соколовский 2020: 11) в обществе коммуникационного изобилия. В нем цифровая медиасреда выполняет роль сущностной “ткани” сплочения (Зубанова, Зыховская 2019: 119), а медиа обрели характер своеобразных властных “матриц” (Кириллова 2011), определяющих в

Статья поступила 18.08.2022 | Окончательный вариант принят к публикации 18.04.2023
Ссылки для цитирования на кириллице / латинице (Chicago Manual of Style, Author-Date):

Сумская А.С. Медиапоколение “цифрового пограничья” как фронтир в информационно-коммуникативном пространстве эпохи цифровизации // Этнографическое обозрение. 2023. № 5. С. 194–210. <https://doi.org/10.31857/S0869541523050123> EDN: YEFMPC

Sumskaia, A.S. 2023. Mediapokolenie “tsifrovogo pogranich’ia” kak frontir v informatsionno-kommunikativnom prostranstve epokhi tsifrovizatsii [Media Generation of the “Digital Borderline” in the Information and Communication Area of the Digitalization Era]. *Etnograficheskoe obozrenie* 5: 194–210. <https://doi.org/10.31857/S0869541523050123> EDN: YEFMPC

соответствии со своей медиалогикой поведенческие паттерны, направленность развития “человека коммуникационного”. Известно, что эта тенденция начала формироваться еще в середине XX в., когда технологии массовой коммуникации и особенно электронные медиа стали важнейшим институтом социализации личности (Моль 2008: 21). С конца XX в. – масштабного развития цифровизации и интернета – нормативной моделью развития человека в странах продвинутых информационно-коммуникационных технологий стала цифровая социализация. В этой связи постулат о том, что поколение формируется целой совокупностью социокультурных факторов (динамикой; характером и глубиной культурно-исторических, социально-экономических, политических, технологических трансформаций) не теряет своей аксиоматичности, но на первые позиции выдвигается развитие медиатехнологий (в российском контексте эта позиция претерпела изменения после 24 февраля 2022 г.). В этой ситуации события, связанные с технологическими трансформациями, качественно меняющими мировоззрение и влияющими на проживание человеком своего пути, становятся антропологически значимыми свидетельствами.

Существенную роль в разработке представлений о медиапоколении сыграли: знаменитые работы социолога К. Манхейма, в том числе его выводы о границах и значении формативного периода в становлении “стратифицированного” сознания поколений (Mannheim 1952); труды медиатеоретика М. Маклюэна о технологических “расширениях” человека, не только влияющих на когнитивные структуры человека, но становящихся основой его коммуникационных практик (Маклюэн 2003: 202); работы феноменолога Т. Фукса о процедурной памяти, обеспечивающей телесное запоминание взаимодействия с техническими устройствами и формирование соответствующих привычек, которые связывают “биографическое прошлое с будущим” (Fuchs 2012: 20); отечественные и зарубежные исследования о влиянии политических, социально-культурных и технологических событий формативного периода на закрепление поведенческих установок человека (Левада, Шанин 2005; McCrindle 2014: 19); объяснительная модель возникновения поколений, сформулированная социологом Х. Бекером (Becker 1992).

Раскрывая связь человеческой природы с технологиями, человеческой телесности с техносредой, в которую инкорпорированы медиа, С. Соколовский констатирует, что любая техника и технология имеет инкрементальный характер влияния на тело человека вплоть до точки невозврата (Соколовский 2021: 98), становясь овеществленной памятью поколений.

Дело в том, что появление и развитие технически разных медиа (радио, печати, телевидения, интернет-медиа) обуславливает специфику медиапрактик аудитории (Вартанов и др. 2021; Solomeina, Sumskaya 2022). Востребованность медиа в разные культурно-исторические периоды во многом задается профессионально-ценностными практиками журналистов, сформировавшимися в разных общественно-политических и социально-культурных условиях, а потому транслирующих поколенчески отличающиеся интенционные модели и смыслы (Bird 2010; Costa et al. 2022; Pasti 2010). В совокупности данные факторы способствуют периодическим кардинальным трансформациям человека и общества. Это позволяет сделать вывод о возможности выделения феномена медиапоколения, сущностный характер которого проявляется в приоритетном устойчивом использовании тех или иных медиа в конкретное историческое время.

Концепт целостного медиапоколения можно трактовать как группу аудитории медиа, объединенную привычной вовлекающей информационно-коммуникативной технологической средой, имеющую схожие устойчивые медиапредпочтения и медиапрактики. На становление медиапоколения и формирование его поведенческих паттернов влияет формативный опыт (юношеский период

социализации), приводящий к солидаризации и общей поколенческой судьбе в той или иной социально-культурной среде (*Sumskaya* 2023: 91). *Поколение* и *медиапоколение* не являются равнозначными понятиями. Между ними есть сходства: наличие формативного периода, поколенческая энтелехия и др. Но есть и существенные отличия – в основе формирования медиапоколений лежат устойчивые предпочтения в медиаиспользовании. Основаниями для выделения медиапоколений могут быть приобщенность к тем или иным медийным новациям в формативный период, предпочтительность использования определенных медиа, способных обеспечить коммуникацию в схожих социально-культурной среде и общественно-политической ситуации и создать аффективную (эмоциональную) основу для взаимодействия представителей поколений, а также их повседневные медийно-ритуальные практики.

Важно отметить, что в мире есть успешный пример изучения медиапоколений, в частности, в рамках масштабного научного международного проекта *Global Media Generations 2000*, в ходе которого на основе качественных методов исследования выделены и проанализированы три медиапоколения (поколения печати/радио, черно-белого телевидения и интернета) в 12 странах (*Volkmer* 2000). Россия не являлась страной-участницей этого исследования. Руководитель проекта И. Фолькмер приходит к убеждению, что каждое поколение по-своему воспринимает и конструирует свой медиамир (*Volkmer* 2003: 302), поскольку, похоже, у каждого поколения есть свои, условно говоря, “родные СМИ”, наиболее понятные в использовании, которые сформировали медийное сознание аудитории медиа и вызывают наибольшую эмоциональную привязанность к ним (*Bolin* 2014: 111).

Цифровизация, если рассуждать в продолжение логики М. Маклюэна, вновь изменила средства коммуникации, в том числе средства массовой информации. Результатами цифровизации являются: большее сжатие и уплотнение информации по сравнению с “аналоговым” периодом развития медиаиндустрии; возможность нелинейного использования информации; почти мгновенная доступность всего и всегда; легкость копирования и распространения. Поэтому в нынешней реальности цифровизация как результат развития и трансформации электрического и электронного привела к большему расширению возможностей человека, что послужило причиной нового образа жизни – цифрового, в котором миры виртуальные и реальные не только сосуществуют, но и взаимно влияют на поведенческие паттерны. М. Загидуллина, анализируя феномен *fin de siècle*, приходит к выводу о культурном сдвиге в результате торжества “электронно-компьютерного” и коммуникации как “медийно зависимого” процесса. По мнению ученого, наступает эра новой идентичности, поскольку технический поворот цифровой эпохи переозначается “машиной, теряющей свою автономность, превращающейся из технического объекта в неразличимую и неощутимую часть человеческого организма” (*Загидуллина* 2018: 441), что приводит к появлению феномена машинности тела.

В связи с тем, что “аналоговый” и “цифровой” периоды развития медиа в значительной степени различны, выделяются и концептуализируются отдельные медийно-аудиторные кластеры – “аналоговые” и “цифровые” медиапоколения (*Simons et al.* 2021), а также промежуточное, переходное между ними – поколение “цифрового пограничья” (*digital borderline*) (*Sumskaya et al.* 2023: 169).

Медиапоколения формируют разные объективные и субъективные “медиа-ландшафты”, смысловыми “якорями” последних являются как индивидуальный, основанный на детских медиавоспоминаниях, так и социальный (коллективный) медиаопыт, полученный в формативный период (*Bolin* 2014).

Конкретизируя представления о “цифровом пограничье”, ориентируемся

на труды американского социолога Г. Рейнгольда, который ввел понятие “электронное пограничье”, означающее точку перехода, в некотором смысле рубеж, сдвиг от доинтернет-коммуникации к повсеместному использованию интернета и цифровых информационных технологий (*Rheingold 1993*). В свою очередь, мы предпочитаем использовать понятие “цифровое пограничье” как более точное, поскольку в широком смысле “цифровое” является продолжением электронного, а оппозиция “аналоговое–цифровое” в наибольшей степени отражает суть перехода от волнового к цифровому способу передачи информации.

Переходные поколения К. Манхейм идентифицирует как *intermediary* (промежуточные, буферные), Х. Бекер – как *borderline* (пограничные). Г. Кодрингтон определяет представителей подобных поколений как *cusper* (острие, на стыке) и конкретизирует, что они, рожденные в конце одного и начале другого поколения, сочетают основные характеристики обоих, но не похожи на их типичных представителей (*Codrington 2008: 8*). С. Митчелл метафорически называет *cuspers* “качелями поколений” (*Mitchell 2003*), Д. Смит – “квартирантами”, акцентируя внимание на оппозиции “свое–чужое” в контексте соответствия биографического времени и идентичности типичных представителей поколения (*Smit 2017*).

В ракурсе медиапоколенческой проблематики, связи “мира шариковой ручки и компьютерной мыши” (*Fluck, Dowden 2013*), важно отметить, что в России действительно есть значимая часть медиааудитории, представители которой прожили детство и отрочество в “аналоговый” период развития СМИ/СМК, а юность и этап первичной профессиональной социализации – в период развития интернета и цифровизации. Таким образом, формативный период этого поколения включает и “аналоговое”, и “цифровое”. Внимание к этому медиапоколению не только в российских, но и в зарубежных исследованиях незаслуженно малó, в то время как понимание его сущностных характеристик значимо и для современной медиаотрасли, и в целом для социогуманитарного знания.

Изучая поколенческие “шаги” эпохи медленных (до развития интернета) и быстрых изменений цифровизации (*Реан 2013; Радаев 2019*), приходим к выводу, что в эпоху доинтернет-коммуникации формативный период медиапоколения определялся началом подросткового возраста – 11–14 лет и продолжался в среднем до 17–25 лет. Поколения эпохи цифровизации имеют тенденцию к смещению периода социализации до 27 лет в связи с увеличением подросткового периода. Поскольку медиапоколение “цифрового пограничья” является промежуточным между “аналоговым” и “цифровыми”, то определим его формативный период в диапазоне 11–27 лет.

Конкретизация представлений о медиапоколении “цифрового пограничья” может быть реализована на основе объяснительной модели формирования поколений Х. Бекера (*Becker 1992: 230*). Беря ее за основу, мы выделяем следующие критерии формирования медиапоколения:

- системные характеристики: размер и состав поколения, общественно-политический, социальный и технологический контексты становления медиапоколения в России, состояние средств массовой информации в формативный период;
- индивидуальные характеристики: особенности социализации, социальные возможности в формативный период, повлиявшие на ценностные ориентации и поведенческие образцы; привычные практики медиапотребления, в том числе в цифровой среде.

Это позволило теоретически сформулировать концептуально значимые характеристики медиапоколения:

1. Наиболее точно эту поколенческую группу описывает российский социолог М. Анипкин. Ее своеобразие,

во-первых, проявляется демографически (представителей этого поколения мало в количественном отношении), во-вторых, мировоззренчески (это “перестроечное” поколение с амбивалентной советской и российской идентичностью). Локус ядра последнего советского поколения должен быть сдвинут в диапазон 1971–1973 гг. рождения (Анипкин 2018: 294–295).

Это медиапоколение частично соотносится с поколениями, выделенными отечественными и зарубежными учеными. Считаем целесообразным привести их авторские названия без конкретизации годов рождения и границ формативного периода, поскольку в разных социокультурных условиях и традициях (Zagidullina 2019; Загидуллина 2020) формирование поколений имеет значительные отличия и поскольку прямая зависимость смены поколений от медиаиспользования исследователями признавалась лишь частично. Тем не менее эти сведения имеют рамочный характер для изучаемой нами проблемной области. Зарубежные ученые используют названия: “поколение X”, “13-е поколение”, “поколение странников” (Н. Хау и В. Штраус, США), “прагматичное поколение” (Х. Бекер, Нидерланды), “поколение бездельников”/поколение *digital adaptives* (М. МакКриндл, Австралия). Российские ученые именуют его как “поколение, свободное от советского наследия” (Ю. Левада), “последнее советское поколение” (М. Анипкин), “поколение эйфории” (И.Г. Шестакова), “поколение перестройки” (М.В. Мирошкина), “переходное поколение” (Е.И. Иванова, В.В. Семенова), “реформенное поколение” (В.В. Радаев).

Общественно-политический, социальный и технологический контексты становления медиапоколения в России обусловлены двумя важнейшими протяженными во времени событиями: сменой экономической формации и начальным этапом развития цифровизации в стране. На наш взгляд, наиболее значимы три “поворотные точки”, повлиявшие на формирование идентичности и поколенческих паттернов “цифрового пограничья”: появление интернета в России (28 августа 1990 г.); путч, приведший к смене политического и экономического направления развития страны (18–21 августа 1991 г.) и распад СССР (26 декабря 1991 г.). По мнению И.Г. Шестаковой:

Это поколение в России ощутило на себе всю драматичность жизни, поскольку по ним рикошетом ударили все потрясения новой реальности, заставившей не просто прогибаться, а коренным образом перестраиваться весь фундамент бытия человека. Поколение, которое оказалось за чертой переломного момента <...> когда научно-технические достижения, трансформирующие жизнь человека и общества, возникают многократно на протяжении жизни одного поколения (Шестакова 2017: 48).

Переход от планового производства и финансирования к рыночному стал одним из значимых векторов развития СМИ того периода. Экономические преобразования в России, мощное развитие информационного пространства, колоссальная скорость технологических цифровых новаций открыли возможности и перспективы для электронных СМИ и цифровых медиа. Отличительной особенностью периода стала во многом независимость учредителей СМИ от государства, а потому – атмосфера свободомыслия, плюрализма мнений, редкой доступности политической информации. Перестроечные годы отмечены бурным ростом числа газет и журналов, учреждением медиахолдинга ВГТРК, который занимает лидирующие позиции в российской медиаиндустрии и в настоящее время, развитием частных электронных СМИ на местах, первыми опытами по развитию интернет-медиа. В этот период произошел передел инфраструктуры медиаотрасли, осмыслились запросы аудитории в новых социально-экономических, политических, культурных условиях, апробировались новые практики медиапроизводства в связи с развитием информационных технологий и возможностями цифровизации.

2. Детские и юношеские годы, проведенные в период стабильной советской эпохи при выверенной идеологической поддержке Коммунистической партии Советского Союза, и молодость, в том числе первые годы профессиональной социализации, уже в реформенное время перестройки оказали существенное влияние на ценностные ориентации поколения. Вынужденное дистанцирование от модели “простого советского человека”, трансформация карьерных ожиданий, потребность в развитии предпринимательских поведенческих стратегий в условиях неопределенности, появившаяся независимость и от семейно-общественного, и от государственного – все это в итоге привело к формированию генерации “недостижимой” ориентации (Семенова 2003: 228). Отличительными поколенческими ценностями и поведенческими образцами стали: свобода, профессионализм, прагматичность, потребность в изменениях, нестандартные цели и нестандартные решения, при этом сохранилась готовность прежде всего к командной работе.

Медиапоколение росло, когда телевизоры (сначала черно-белые, а потом и цветные) были к каждой семье, в каждом доме. Родители поколения “цифрового пограничья” – убежденные сторонники печатных СМИ и немногочисленных государственных телеканалов, поэтому просмотр телевизора для них стал своеобразным символом, семейно-связующим знаковым событием. Часто телевидение для “цифрового пограничья” означает прежде всего “присутствие” других людей в доме. Вместе с тем представители этого медиапоколения постепенно стали активными пользователями цифровых медиатехнологий. “[Они] знают и помнят о возможности писать ручкой и сравнивают это с работой на компьютере, апробируя все возможности. Есть элемент наслаждения для этих людей в новой инфокоммуникационной реальности: компьютеры, смартфоны, скайп, интернет” (Шестакова 2017: 50). Исследования показывают, что в 2007–2018 гг. “доля пользователей интернета выросла в реформенном поколении с 54 до 84%. Доля обладателей смартфонов в 2010–2018 гг. выросла с 3 до 60%. К 2018 г. в этом поколении доля пользователей социальных сетей составила 62%. Собственно, пользоваться социальными сетями представители реформенного поколения начали с 34–36 лет” (Радаев 2020: 42–46).

Результаты теоретического осмысления представлений о медиапоколении позволяют сделать вывод, что в основе “стратифицированного сознания” (габитуса медиапоколения) – сочетание ценностей в широком смысле позднего советского и российского мироустройства; признание ценностей коллективного и индивидуального; использование медиапрактик “аналогового” и “цифрового” периодов.

Методики и процедура эмпирического исследования

Учитывая результаты популяционных исследований, представленных в работах В. Радаева, и сформулированные нами представления о формативном периоде медиапоколения “цифрового пограничья”, для участия в исследовании были приглашены информанты 1964–1983 гг. рождения. Поскольку в России существуют значительные различия в цифровой медианасыщенности регионов, территории в центре и на периферии развиваются неравномерно (Трубина 2013; Зубаревич 2017), а интернет-активность в провинции имеет свои особенности (Zagidullina 2014), в группу информантов вошли условные представители медиапоколений, проживающие как в мегаполисах, так и на периферии. Биографии респондентов в формативный период связаны с Уральским федеральным округом, а ныне они живут в разных российских регионах.

Данный труд преследует цель зондажной проработки изучаемой проблемы и представляет собой качественное нерепрезентативное исследование, результаты

которого не позволяют статистически достоверно оценить всю поколенческую совокупность, тем более что выборка не отражает все национальные силы влияния (географические, демографические, климатические, поликультурные и др.), определяющие внутривосточную дифференциацию. Однако подбор респондентов осуществлялся в соответствии с требованиями к отличительной выборке в концепции насыщенности или избыточности данных (*Спрауце, Корбин 2001: 158*), а особенности распространения медийной инфраструктуры в Уральском федеральном округе вписываются в национальные региональные традиции раннего периода развития интернета в стране (*Kolozaridi, Dovbysh 2020: 186*).

На первом этапе исследования участникам было предложено ответить на два вопроса:

1. Какие российские события во время Вашего взросления оставили наибольший след в Ваших памяти и жизни?

2. В каком возрасте Вы научились пользоваться компьютером, первыми офисными программами; что явилось причиной данного обучения, как это произошло и сколько времени потребовалось для формирования навыков уверенного пользователя?

Таким образом, мы попытались на основе субъективных показателей, т.е. упоминания маркирующих событий (*Семенова 2003: 219*), определить примерные границы медиапоколения, придерживаясь убеждения, что первоначальный возрастной диапазон все-таки является ориентировочным (*Ting H. et al. 2018: 112*).

Результаты показали, что информанты 1964 и 1983 г. рождения идентифицируют эпоху взросления с факторами, отличными от тех, которые определены теоретическим путем и описаны в структуре поколенческих паттернов. В то же время преобладающее большинство респондентов назвали факторы, выявленные теоретически, что, с одной стороны, подтвердило правильность наших рассуждений, а с другой – позволило судить о достигнутой плотности эмпирических данных.

Таким образом, на втором этапе с 30 информантами были проведены полуструктурированные глубинные интервью с использованием “вопросов-подхватов” (*follow-up questions*) для уточнения событий и фактов, моделирующих поколения. В группу вошли респонденты 1965–1982 г. рождения, из них 10 человек родились и проживают в российской провинции, 10 родились в провинции, но переехали в мегаполис, 10 являются коренными городскими жителями. Гендерное распределение в выборке информантов (14 мужчин и 16 женщин) в целом соответствует популяционному на данном возрастном этапе¹, поскольку анализируемая возрастная выборка населения России включает 47,7% мужчин и 52,3% женщин.

В исследуемой группе 25 информантов имеют высшее образование, 3 среднее, 2 среднее специальное. Данное распределение является неравномерным, что может отразиться на итоговых показателях, поскольку результаты валидны для образованного слоя, тем не менее уровень образования респондентов преимущественно отражает палитру образованности российского населения данной возрастной группы². Распределение информантов по сферам деятельности: 7 – представители творческой сферы; 6 – частные предприниматели; 5 заняты в научной сфере; 3 – учителя начальной и средней школы; 3 имеют статус самозанятых; 2 представляют муниципальную власть; 1 работает в МВД; 1 – в юридической сфере; 1 – рабочий; 1 – домохозяйка.

Гайд интервью включает 4 блока, условно их можно обозначить следующим образом: важные события формативного периода (общественно-политический, технологический контексты становления медиапоколения в России); социальные возможности, повлиявшие на ценностные ориентации и поведенческие образцы;

использование СМИ/медиа в формативный период; привычные в настоящее время практики медиапотребления. Интервью проводились осенью 2021 г. в смешанном формате (в связи с существовавшими ограничениями в период пандемии COVID-19): 14 встреч проведено офлайн, 16 онлайн; длительность каждой варьировалась в пределах 1,5–2 часов.

Транскрибирование полных текстов интервью реализовано на основе принципа *bottom-up*, что дало возможность вывести смысловые категории в результате анализа нарративов информантов, поэтому считаем полученные результаты сопоставимыми, позволяющими дискурсивно сформулировать некий каркас характеристик данного российского медиапоколения (прежде всего применительно к УрФО) и сделать выводы, исходя из общей логики повествования респондентов.

Результаты эмпирического исследования

К числу наиболее значимых событий формативного периода, повлиявших на мировоззрение и жизненный путь респондентов, относится перестройка (1985–1991 гг.) как резкая смена курса развития страны, масштабно представленная в СМИ того времени. Сегодня этот период осмысливается двойственно. С одной стороны, избобилуют негативные воспоминания о “мрачном страшном времени” (ПМА: Старунова): талоны на питание, очереди за продуктами, обвал рубля, поток в страну некачественной продукции, правовой беспредел, “разрушение системы среднего образования (усеченные учебники по истории и пр.)” (ПМА: Коляскина), а с другой – гордость за страну, вступившую в новый этап развития, открытие межгосударственных границ и возможность путешествовать по всему миру, “доступ ко всему мировому наследию” (ПМА: Девятова), понимание, что “теперь мы будем в 100 раз счастливее, потому что имеем возможность достигнуть то, чего хотим” (ПМА: Мелихова).

Не менее памятными для медиапоколения являются путч и распад СССР в 1991 г. События путча многие отслеживали буквально в прямом телеэфире. Новости на ТВ о прекращении существования СССР были восприняты с большим волнением и опасениями. Вот лишь некоторые воспоминания респондентов: “Страх, тревога за будущее” (ПМА: Киселева); “Разрушилась картинка мира, рухнуло незыблемое” (ПМА: Грофей); “Не стало программируемого будущего” (ПМА: Мухин); “Не подозревала, что где-то за границей есть вообще другая жизнь, но предстояло о ней узнать” (ПМА: Воронина); “[П]исала сочинение, что мечтаю вступить в КПСС, которое зачитывали всем комсомольцам, а вдруг партии не стало, мечта нескольких лет разрушилась” (ПМА: Чуйкина); годы “хрен без соли” (ПМА: Зотов); “[З]адержка заработных плат в бюджетных организациях” (ПМА: Третьякова).

Все респонденты к числу значимых событий относят и появление интернета и персональных компьютеров. Первый опыт знакомства с ПК получен всеми опрошенными в школьные годы на уроках информатики, но это дало минимальный результат. В настоящее время 28 участников исследования умеют пользоваться ПК, семеро из них научились этому самостоятельно в студенческие годы с целью подготовки курсовых и дипломных работ. Остальные освоили работу с ПК на специальных курсах компьютерной грамотности в первые годы профессиональной деятельности. В течение 2–3 месяцев большинство информантов (21 человек) научились работать с простыми офисными программами. Одна из участниц отметила: “[Л]ичный компьютер дома – это показатель достатка и статуса, поэтому вышла за обладателя персонального ЭВМ замуж” (ПМА: Старунова).

В качестве наиболее значимых социальных возможностей формативного периода медиапоколения “цифрового пограничья” отмечены: бесплатное участие

в кружках и секциях по интересам в школьные годы; путешествия по туристическому маршруту “Золотое кольцо России” (ПМА: Овчинникова); получение бесплатного высшего образования; поступление и обучение в вузах на основе собственных знаний. Выраженное снижение социальных возможностей произошло в перестройку и постперестроечное время и было обусловлено длительным периодом неопределенности и нестабильности. “Стало понятно, что нужно много работать и еще раз много работать” (ПМА: Евсеев). “После успешного окончания вуза на свою заработную плату могла жить только впроголодь, на одежду, не говоря уже о кино и театрах, не было денег совсем” (ПМА: Храмушева). С другой стороны, информанты отмечают появление многообразия информации, в том числе из-за рубежа, в том числе противоречивой, но все-таки прежде недоступной. Эта информация стала транслироваться и в СМИ, а не только в разговорах между людьми.

Информанты указывают, что телевидение в формативный период было самым популярным, доступным и значимым источником информации. Более того, телевизор в некоторой степени определял режим дня: «После “Спокойной ночи, малыши!” следовало идти спать» (ПМА: Богданюк). «В выходные дни после “Утренней почты” можно было бежать на улицу с друзьями» (ПМА: Кулишов). В период студенчества телевидение почти выпало из медиапотребления информантов родом из провинции. Поскольку в студенческих общежитиях телевизора не было, можно было его смотреть только в дни приезда к родителям, поэтому собственно просмотр ТВ в памяти информантов зафиксирован как символ домашнего уюта и теплоты взаимоотношений. Тем не менее все информанты отмечают и вспоминают знаковые программы того времени: “Взгляд”, “Поле чудес”, “Музыкальный ринг”.

Интервьюируемые замечают, что в подростковые и юношеские годы из прессы читали самостоятельно только “Пионерскую правду” и “Комсомольскую правду”. Это было связано с традиционными обзорами событий в стране, которые проводились еженедельно на школьных классных часах. Радио в меньшей степени являлось значимым источником информации: “Слушал радио только иногда, когда был в гостях у бабушки с дедушкой” (ПМА: Павленко). Более половины респондентов отметили, что в настоящее время, если они и слушают радио, то только в автомобилях. Востребованы преимущественно музыкальные радиостанции.

Сейчас телевизор есть в доме абсолютно у всех респондентов. Многие отмечают, что у них по два или три телевизора. Девять респондентов предпочитают фоновое звучание ТВ в течение всего дня. Они резюмируют, что смотрят телевизор прицельно очень редко, а многие жители мегаполисов принципиально отказываются смотреть новости на ТВ. Жители провинции, если смотрят новости, то обязательно на Первом канале и на “России-1”, а коренные жители мегаполиса – на РБК и НТВ. Все респонденты обращают внимание на развлекательные программы, в том числе на Первом канале.

Предпочитают использовать информацию с трех медиаплатформ – интернет, телевидение и радио – 29 информантов. Газеты в печатном виде читают только жители провинции. Как правило, это местные муниципальные СМИ или массовые издания вроде “Аргументов и фактов”. Коренные жители мегаполиса (27 человек) предпочитают цифровые СМИ в интернете.

Ныне традиционное телевидение занимает вторую строчку в рейтинге востребованных медиаплатформ после интернет-СМИ. Источником новостей для 23 интервьюируемых является интернет (цифровые СМИ, социальные сети и YouTube), а телевизор – лишь для 14 человек. Все респонденты являются поклонниками сервисов Яндекса, а приоритет отдается “Яндекс-новостям” и “Яндекс-Дзен”. Читатели провинции обращаются к цифровым версиям тех же муниципальных газет,

массовых газет (вроде “Комсомольской правды”) и качественных изданий (напр., “Коммерсант”), а также к многочисленным сообществам в социальных сетях (напр., социальный проект “Подслушано”, автомобильные и кулинарные форумы). Представители аудитории “переселенцев” и коренные жители мегаполисов предпочитают сетевые цифровые медиапроекты и авторские каналы на YouTube.

У всех респондентов есть в доме как минимум один компьютер (десктоп), часто два или три. “Проводные” технические устройства для медиапоколения остались наиболее понятны, поэтому в пользовательской практике сформировались и укоренились приоритеты десктопов, а не переносных устройств – ноутбуков, планшетов и пр. Половина информантов используют компьютер дома каждый день. Если в провинции об этом говорят три человека, то в мегаполисе семеро, причем время взаимодействия с компьютером составляет 8 часов в день и больше. Но для пяти человек – “телефон – это мой домашний компьютер, который я использую с целью коммуникации и обмена сообщениями” (ПМА: Бикулова).

Однако 24 информантам удобнее писать шариковой ручкой, чем печатать на компьютере (три человека часто пользуются ручкой в силу специфики профессии), несмотря на постепенный повсеместный уход шариковой ручки из жизненных практик и ее актуальную перспективу стать “консервой прошлой материальности” (*Загидуллина 2017: 179*). Все жители провинции не пишут заметок в телефоне, но восемь жителей мегаполиса делают заметки в своих андроидах и айфонах. Формативный период респондентов совпал с масштабным распространением в стране мобильных телефонов 2G, возможности которых весьма скромны по сравнению с последующими вариантами (3G, 4G, 5G) мобильной связи, поэтому сформировавшиеся навыки респондентов, с позиции эпохи развитой цифровизации, можно назвать базовыми. Телефон для них остался преимущественно способом связи с некоторыми расширительными функциями, позволяющим осуществлять наиболее простой набор действий. Все респонденты в медиакоммуникации считают значимыми и текстовую, и аудиовизуальную составляющие, но наибольшей компетентностью обладают в области печатного слова, вероятно, отражая опыт “самой читающей страны в мире”.

В социальных сетях зарегистрированы 27 респондентов, наиболее востребованной является “ВКонтакте”. Значимость социальной сети “Одноклассники” ниже у жителей мегаполиса по сравнению с представителями провинции, а среди горожан наиболее авторитетной считается Facebook*. Некоренные жители мегаполисов зарегистрированы в большем количестве социальных сетей, чем коренные жители провинции и мегаполисов. Это, как нам представляется, результат адаптационных стратегий, потребности быть востребованными в новой культурно-территориальной среде. Все зарегистрированные в социальных сетях обращаются к ним ежедневно. Представители провинции большей частью публикуют информацию о семейных событиях и личных хобби. Для жителей мегаполисов социальные сети – это значимые коммуникативные ресурсы, посредством которых можно связываться с партнерами по бизнесу, обеспечивать продвижение профессиональных услуг, а для коренных жителей мегаполиса – высказывать свои личные и профессиональные позиции по тем или иным вопросам.

Несмотря на разнообразие деятельности в цифровой медиасреде, респонденты отмечают, что осознают некоторый дефицит цифровых медиакомпетенций, но готовы к самостоятельному освоению вновь появляющихся медиатехнологий, если только это связано с потребностью качественного выполнения профессиональных задач.

*Признана экстремистской и запрещена в РФ с 22.03.2022.

* * *

В ходе исследования было сформулировано представление о медиапоколении как феномене и объяснены принципы выделения медиапоколений в эпоху цифровизации. Результаты показали, что наши теоретические суждения о российском медиапоколении “цифрового пограничья” подтверждаются эмпирическими данными. К значимым событиям формативного периода, закладывающего основы поколенческого миростроения (по Манхейму) отнесены: 1) общественно-политические и социально-экономические преобразования периода перестройки; 2) начальный этап интернетизации и цифровизации в России. В те годы в странах, имеющих развитые ИКТ, цифровые медиатехнологии уже играли существенную роль в обновлении поколений (по М. МакКриндлу). В России начальный этап цифровизации совпал с мощнейшими трансформациями всего уклада жизни россиян (со сменой экономической формации), что уравнило влияние на отечественное медиапоколение этих событий. Сузившиеся социальные возможности населения постсоветской России компенсировались открывшимися и расширяющимися информационно-коммуникационными медиаперспективами: быть на связи и в коммуникации со всем миром. Привычки медиапоколения телесно (по Т. Фуксу) зафиксированы взаимодействием как с традиционными СМИ, так и с еще “наивным” интернетом. Несмотря на то что “новое средство коммуникации никогда не бывает добавлением к старому и никогда не оставляет старое в покое” (Маклюэн 2003: 202), интернет вошел в жизнь медиапоколения преимущественно в период устойчивой концептуализации, поэтому медиапоколение использует СМИ/медиа как “аналогового”, так и “цифрового” периодов, выступая своеобразным посредником, соединяющим соседние медиапоколения подобно мосту или клею. Предыдущие медиапоколения никогда не имели подобного устойчивого опыта, впрочем, как и последующие – “цифровые”, плотно интегрированные в цифровую медиасреду.

Таким образом, сущностные характеристики “цифрового пограничья” включают как “аналоговое”, так и “цифровое”, очерченное перестройкой – периодом смены социально-политического курса страны и начала цифровизации медийных технологий. Поэтому можно констатировать не только переходный характер медиапоколения (от “аналогового” к “цифровому”), но идентифицировать этот медиапоколенческий кластер как своеобразный фронт, но не в тернеровском значении экономико-географического термина (Тернер 2009), а в культурно-временном и виртуально-пространственном смысле. А. Андреева идентифицирует фронт как “взаимопроникновение и противоречивое сочетание различных культурно-цивилизационных практик” (Андреева 2014: 12), называя при этом культурное пространство особым коммуникационным универсумом. В свою очередь, С. Корконосенко развивает идеи медиаполиса как “надматериальной среды обитания человека и социума, создаваемой медийной коммуникацией и лишенной пространственной определенности” (Корконосенко 2012: 75). Медиапоколение “цифрового пограничья” в таком случае являет собой рубеж, вмещающий амбивалентные поведенческие медиапаттерны в пространстве медиакommunikаций – оно занимает промежуточное положение между устойчивыми “аналоговым” и “цифровыми” поколенческими медиамирами. По крайней мере, это верно для медийной аудитории Уральского федерального округа и может в дальнейших исследованиях получить подтверждение или быть скорректировано применительно к медиапоколениям других российских территорий.

Примечания

¹ Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту (на 1 января 2021 г.). Статистический бюллетень. М., 2021.

² *Гохберг Л.М. и др.* Образование в цифрах: 2022: краткий статистический сборник. М.: НИУ ВШЭ, 2022.

Источники и материалы

ПМА – Полевые материалы автора. Экспедиция в Уральский федеральный округ. Ноябрь–декабрь 2021 г. (информанты: С.Ю. Коляскина, 1968 г.р.; Т.Л. Бикулова, 1968 г.р.; Е.А. Храмушева, 1969 г.р.; С.В. Зотов, 1971 г.р.; Н.В. Третьякова, 1971 г.р.; И.Е. Девятова, 1971 г.р.; О.В. Чуйкина, 1972 г.р.; М.Ю. Мухин, 1973 г.р.; С.В. Горофей, 1973 г.р.; В.В. Евсеев, 1973 г.р.; Е.А. Киселева, 1975 г.р.; Н.И. Павленко, 1975 г.р.; Т.Л. Богданюк, 1976 г.р.; Н.А. Кулишов, 1976 г.р.; А.С. Старунова, 1978 г.р.; Т.В. Мелихова, 1980 г.р.; Ж.А. Воронина, 1980 г.р.; А.Е. Овчинникова, 1981 г.р.).

Научная литература

- Андреева А.А.* “Фронтир” как культурно-историческая категория // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2014. № 3. С. 11–15.
- Анипкин М.А.* Поколение “лишних людей”: антропологический портрет последнего советского поколения // Неприкосновенный запас. 2018. № 1. С. 290–308.
- Вартанов С.А. и др.* Медиапотребление “цифровой молодежи” в России. М.: Издательский Дом МГУ, 2021.
- Загидуллина М.В.* Шариковая ручка и Надграмотность: о возможностях акторно-сетевой теории в анализе медиатизированной повседневности // Российская антропология и “онтологический поворот” / Отв. ред. С.В. Соколовский. М.: ИЭА РАН, 2017. С. 151–208.
- Загидуллина М.* “Бог из машины”: человеческое в условиях экспансии механического и электронного // Новое литературное обозрение. 2018. № 1 (149). С. 428–443.
- Загидуллина М.* Коды жар-птицы и лисы в русской культуре. Рец. на: Brooks J. The Firebird and the Fox: Russian Culture under Tsars and Bolsheviks. N.Y., 2019 // Новое литературное обозрение. 2020. № 4. С. 354–362.
- Зубанова Л.Б., Зыховская Н.Л.* Транзитная солидарность в современной сетевой культуре: между карнавалом и травмой // Социологические исследования. 2019. № 5. С. 119–128. <https://doi.org/10.31857/S013216250004966-5>
- Зубаревич Н.В.* Развитие российского пространства: барьеры и возможности региональной политики // Мир новой экономики. 2017. № 2. С. 46–57.
- Кириллова Н.Б.* От медиакультуры к медиалогии // Культурологический журнал. 2011. № 4. С. 1–16.
- Корконосенко С.Г.* Современный медиаполис: феномен и подходы к изучению // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций / Отв. ред. К.Э. Разлогов, А.В. Федоров. М.: Российский институт культурологии, 2012. С. 70–81.
- Маклюэн Г.М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
- Моль А.* Социодинамика культуры / Пер. с фр., предисл. Б.В. Бирюкова. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.
- Левада Ю., Шанин Т.* (отв. ред.) Отцы и дети: поколенческий анализ современной России. М.: НЛЮ, 2005.
- Радаев В.В.* Миллениалы: как меняется российское общество. М.: Высшая школа экономики, 2019. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1985-1>

- Радаев В.В.* Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование (Ч. 1) // Социологический журнал. 2020. № 3. С. 30–63. <https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.3.7395>
- Реан А.А.* Психология личности. СПб.: Питер, 2013.
- Семенова В.В.* Современные концептуальные и эмпирические подходы к понятию “поколение” // Россия реформирующаяся. М.: Институт социологии РАН, 2003. Т. 3. С. 213–237.
- Соколовский С.В.* Человек и технологии: модели сборки // Человек. 2021. № 32 (6). С. 86–101. <https://doi.org/10.31857/S023620070018010-8>
- Соколовский С.В.* Киборги в киберпространстве: современные исследования в области кибер- и цифровой антропологии // Этнографическое обозрение. 2020. № 1. С. 5–22. <https://doi.org/10.31857/S086954150008752-7>
- Страусе А., Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. М.: Эдиториал УРСС, 2001.
- Тернер Ф.Д.* Фронтир в американской истории / Пер. с англ. А.И. Петренко; отв. ред. В.В. Согрин. М.: Весь мир, 2009.
- Трубина Е.* Центр и периферия: между ростом и развитием // Философско-литературный журнал “Логос”. 2013. № 4 (94). С. 237–266.
- Шестакова И.Г.* Живые свидетели эры до-Интернета // Общество. Среда. Развитие. 2017. № 1. С. 47–51.
- Becker H.A.* Dynamics of Cohort and Generations Research // Proceedings of a Symposium Held on 12, 13 and 14 December 1991 at the University of Utrecht, The Netherlands / Ed. H.A. Becker. Amsterdam: Thesis Publishers, 1992. P. 219–243.
- Bird S.E.* (ed.) The Anthropology of News & Journalism: Global Perspectives. Bloomington: Indiana University Press, 2010.
- Bolin G.* Media Generations: Objective and Subjective Media Landscapes and Nostalgia Among Generations of Media Users // Participations: Journal of Audience & Reception Studies. 2014. No. 11 (2). P. 108–131.
- Codrington G.* Detailed Introduction to Generational Theory // Tomorrow Today. 2008. Т. 2. P. 2–15.
- Costa E., Lange P.G., Haynes N., Sinanan J.* (eds.) The Routledge Companion to Media Anthropology. L.: Routledge, 2022. <https://doi.org/10.4324/9781003175605>
- Fluck A., Dowden T.* On the Cusp of Change: Examining Pre-Service Teachers’ Beliefs about ICT and Envisioning the Digital Classroom of the Future // Journal of Computer Assisted Learning. 2013. No. 29 (1). P. 43–52. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2011.00464.x>
- Fuchs T.* The Phenomenology of Body Memory // Body Memory, Metaphor and Movement. 2012. No. 84. P. 9–22.
- Kolozaridi P., Dovbysh O.* Diversity of the Internet in Russia’s Regions: Towards an Alternative Research Agenda // Internet in Russia / Ed. S. Davydov. Cham: Springer, 2020. P. 166–191.
- Mannheim K.* The Problem of Generations // Essays on the Sociology of Knowledge / Ed. P. Kecskemeti. L.: Routledge; Kegan Paul, 1952. P. 276–322.
- McCrinkle M.* The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations Kindle Edition. Sydney: McCrinkle Research Pty Ltd., 2014.
- Mitchell S.* American Generations: Who They Are, How They Live, What They Think. N.Y.: New Strategist Publications, 2003.
- Pasti S.* A New Generation of Journalists // Russian Mass Media and Changing Values / Eds. A. Rosenholm, K. Nordenstreng, E. Trubina. N.Y.: Routledge, 2010. P. 69–88. <https://doi.org/10.4324/9780203846643>
- Rheingold H.* The Virtual Communication: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading: Addison-Wesley, 1993.

- Simons G., Muhin M., Oleshko V., Sumskaya A.* The Concept of Interdisciplinary Research on Intergenerational Transmission of Communicative and Cultural Memory // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2021. No. 1. P. 64–91. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.1.2021.3>
- Smit D.* Do you have Enough “Generational Glue” in Your Organization? // *HR Future*. 2017. No. 12. P. 22–23.
- Solomeina V., Sumskaya A.* Perception of Thematic Multimedia Storytelling by the Digital Media Generation // *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia’s Provinces* / Eds. G. Simons, A. Sumskaya. Abingdon: Routledge, 2022. P. 35–50. <https://doi.org/10.4324/9781003266112-4>
- Sumskaya A.S.* “Lost” Russian Media Generations in a Changing Social and Digital Environment // *Changing Societies & Personalities*. 2023. No. 7 (1). P. 88–112. <https://doi.org/10.15826/csp.2023.7.1.220>
- Sumskaya A., Simons G., Solomeina V.* Media Generations of the Russians in the Digital Media Environment: Opportunities for Intergenerational Communication // *Internet in the Post-Soviet Area: Societies and Political Orders in Transition* / Ed. S. Davydov. Cham: Springer, 2023. P. 161–182. https://doi.org/10.1007/978-3-031-32507-6_8
- Ting H. et al.* Are We Baby Boomers, Gen X and Gen Y? A Qualitative Inquiry into Generation Cohorts in Malaysia // *Kasetsart Journal of Social Sciences*. 2018. No. 39 (1). P. 109–115. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.06.004>
- Volkmer I.* Project Global Media Generations 2000-Interview with Ingrid Volkmer // *SPIEL*. 2000. No. 19 (2). P. 302–307.
- Volkmer I.* *Dialectical Spaces in the Global Public Sphere: Media Memories Across Generations*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2003.
- Zagidullina M.V.* Non-Users of Internet in the Information Society // *Webology*. 2014. No. 11 (1). Article 120. <http://www.webology.org/2014/v11n1/a120.pdf>
- Zagidullina M.* At the Crossroads between the Elite and the Masses Cults: Pushkin’s Middle Path in Russian Culture // *Neohelicon*. 2019. No. 46 (1). P. 183–197. <https://doi.org/10.1007/S11059-018-0463-8>

Research Article

Sumskaya, A.S. Media Generation of the “Digital Borderline” in the Information and Communication Area of the Digitalization Era [Mediapokolenie “tsifrovogo pogranich’ia” kak frontir v informatsionno-kommunikativnom prostranstve epokhi tsifrovizatsii]. *Etnograficheskoe obozrenie*, 2023, no. 5, pp. 194–210. <https://doi.org/10.31857/S0869541523050123> EDN: YEFMPC ISSN 0869-5415 © Russian Academy of Sciences © Institute of Ethnology and Anthropology RAS

Anna Sumskaya | <https://orcid.org/0000-0001-8186-2937> | anna.sumskaia@urfu.ru | Ural Federal University (19 Mira St., Yekaterinburg, 620002, Russia)

Keywords

media generation, technosphere, analogue media generation, digital media generation, digital borderline, formative years, frontier, media anthropology

Abstract

The article presents the results of testing the concept of media generations, focusing on media users in pre-digital and digital information and communication spaces. To identify the characteristics of the media generation of the “digital frontier”, I rely on the concepts of the generations of C. Mannheim and M. McCrindle, the model of conjugation of technology and the human body by M. McLuhan, the ideas of the

phenomenologist T. Fuchs about procedural memory, the explanatory model of the formation of generations by H. Becker. The application of qualitative research methods based on in-depth interviews (N = 30; Urals Federal District, Russian Federation) allows us to understand the essence of the media generation and identify its unique features: its transitional nature and role as a kind of frontier between “analogue” and “digital” audience media. The most significant markers of the “digital frontier” are ambivalent media patterns in the information technosphere, which are due to the sustained interest in the media of the analog period and the possession of digital skills that let one join the “digital lifestyle”.

References

- Andreeva, A.A. 2014. “Frontir” kak kul’turno-istoricheskaja kategorija [“Frontier” as a Cultural and Historical Category]. *Vestnik Maikopskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta* 3: 11–15.
- Anipkin, M. 2018. Pokolenie “lishnikh liudei”: antropologicheskii portret poslednego sovetskogo pokoleniia [“A Generation of Lost People”: An Anthropological Portrait of the Last Soviet Generation]. *Neprikosnovennyi zapas* 1: 290–308.
- Becker, H.A., ed. 1992. Dynamics of Cohort and Generations Research. In *Proceedings of a Symposium Held on 12, 13 and 14 December 1991 at the University of Utrecht, The Netherlands*, edited by H.A. Becker, 219–243. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Bird, S.E., ed. 2010. *The Anthropology of News & Journalism: Global Perspectives*. Bloomington: Indiana University Press.
- Bolin, G. 2014. Media Generations: Objective and Subjective Media Landscapes and Nostalgia Among Generations of Media Users. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* 11 (2): 108–131.
- Codrington, G. 2008. Detailed Introduction to Generational Theory. *Tomorrow Today* 2: 2–15.
- Costa, E., P.G. Lange, N. Haynes, and J. Sinanan, eds. 2022. *The Routledge Companion to Media Anthropology*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003175605>
- Fluck, A., and T. Dowden. 2013. On the Cusp of Change: Examining Pre-Service Teachers’ Beliefs about ICT and Envisioning the Digital Classroom of the Future. *Journal of Computer Assisted Learning* 29 (1): 43–52. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2011.00464.x>
- Fuchs, T. 2012. The Phenomenology of Body Memory. *Body Memory, Metaphor and Movement* 84: 9–22.
- Kirillova, N.B. 2011. Ot mediakul’tury k mediologii [From Media Culture to Medialogy]. *Kul’turologicheskii zhurnal* 4: 1–16.
- Kolozaridi, P., and O. Dovbysh. 2020. Diversity of the Internet in Russia’s Regions: Towards an Alternative Research Agenda. In *Internet in Russia*, edited by S. Davydov, 166–191. Cham: Springer.
- Korkonosenko, S.G. 2012. Sovremennii mediapolis: fenomen i podkhody k izucheniiu [Modern Mediapolis: Phenomenon and Approaches to Study]. In *Sovremennoe sostoianie mediaobrazovaniia v Rossii v kontekste mirovykh tendentsii* [The Current State of Media Education in Russia in the Context of Global Trends], edited by K.E. Razlogov and A.V. Fedorov, 70–81. Moscow: Rossiiskii institut kul’turologii.
- Mannheim, K. 1952. The Problem of Generations. In *Essays on the Sociology of Knowledge*, edited by P. Kecskemeti, 276–322. London: Routledge; Kegan Paul.
- McCrinkle, M. 2014. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations Kindle Edition*. Sydney: McCrinkle Research Pty Ltd.
- McLuhan, M. 2003. *Ponimanie media: vneshnie rasshireniia cheloveka* [Understanding Media: Human External Extensions]. Moscow; Zhukovskiy: Kanon-Press-C; Kuchkovo pole.

- Mitchell, S. 2003. *American Generations: Who They Are, How They Live, What They Think*. New York: New Strategist Publications.
- Mol, A. 2008. *Sotsiodinamika kul'tury* [Sociodynamics of Culture]. Moscow: LKI.
- Levada, Y., and T. Shanin, eds. 2005. *Ottsy i deti: pokolencheskii analiz sovremennoi Rossii* [Fathers and Sons: Generational Analysis of Modern Russia]. Moscow: NLO.
- Pasti, S. 2010. A New Generation of Journalists. In *Russian Mass Media and Changing Values*, edited by A. Rosenholm, K. Nordenstreg, and E. Trubina, 69–88. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203846643>
- Radaev, V.V. 2019. *Millenialy: kak meniaetsia rossiiskoe obshchestvo* [Millennials: How Russian Society is Changing]. Moscow: VSHE. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1985-1>
- Radaev, V.V. 2020. Raskol pokoleniia millenialov: istoricheskoe i empiricheskoe obosnovanie (Pt. 1) [The Split of the Generation of Millennials: Historical and Empirical Justification. Pt. 1]. *Sotsiologicheskii zhurnal* 3: 30–63. <https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.3.7395>
- Rean, A.A. 2013. *Psikhologiya lichnosti* [Psychology of Personality]. St. Petersburg: Piter.
- Rheingold, H. 1993. *The Virtual Communication: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading: Addison-Wesley.
- Semenova, V. 2003. Sovremennye kontseptual'nye i empiricheskie podkhody k poniatiiu “pokolenie” [Modern Conceptual and Empirical Approaches to the Concept of “Generation”]. *Rossia reformiruiushchiasia* 3: 213–237.
- Shestakova, I.G. 2017. Zhivye svideteli ery do-Interneta [Living Witnesses of the Pre-Internet Era]. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie* 1: 47–51.
- Simons, G., M. Muhin, V. Oleshko, and A. Sumskaya. 2021. The Concept of Interdisciplinary Research on Intergenerational Transmission of Communicative and Cultural Memory. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies* 1: 64–91. <https://doi.org/10.30547/worldofmedia.1.2021.3>
- Smit, D. 2017. Do you have Enough “Generational Glue” in Your Organisation? *HR Future* 12: 22–23.
- Sokolovskiy, S.V. 2020. Kiborgi v kiberprostranstve: sovremennye issledovaniia v oblasti kiber- i tsifrovoi antropologii [Cyborgs in Cyberspace: Current Research in Cyber and Digital Anthropology]. *Etnograficheskoe obozrenie* 1: 5–22. <https://doi.org/10.31857/S086954150008752-7>
- Sokolovskiy, S.V. 2021. Chelovek i tekhnologii: modeli sborki [Man and Technology: Assembly Models]. *Chelovek* 32 (6): 86–101. <https://doi.org/10.31857/S023620070018010-8>
- Solomeina, V., and A. Sumskaya. 2022. Perception of Thematic Multimedia Storytelling by the Digital Media Generation. In *Studies in Contemporary Journalism and Communication in Russia's Provinces*, edited by G. Simons and A. Sumskaya, 35–50. Abingdon: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003266112-4>
- Strauss, A., and J. Corbin. 2001. *Osnovy kachestvennogo issledovaniia: obosnovannaia teoriia, protsedury i tekhniki* [Fundamentals of Qualitative Research: Grounded Theory, Procedures and Techniques]. Moscow: Editorial URSS.
- Sumskaya, A.S. 2023. “Lost” Russian Media Generations in a Changing Social and Digital Environment. *Changing Societies & Personalities* 7 (1): 88–112. <https://doi.org/10.15826/csp.2023.7.1.220>
- Sumskaya, A., G. Simons, and V. Solomeina. 2023. Media Generations of the Russians in the Digital Media Environment: Opportunities for Intergenerational Communication. In *Internet in the Post-Soviet Area: Societies and Political Orders in Transition*, edited by S. Davydov, 161–182. Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-32507-6_8

- Terner, F.D. 2009. *Frontir v amerikanskoj istorii* [The Frontier in American History], translated by A.I. Petrenko; edited by V.V. Sogrin. Moscow: Ves' mir.
- Ting, H., et al. 2018. Are We Baby Boomers, Gen X and Gen Y? A Qualitative Inquiry into Generation Cohorts in Malaysia. *Kasetsart Journal of Social Sciences* 39 (1): 109–115. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.06.004>
- Trubina, E. 2013. Tsentri i periferiia: mezhdu rostom i razvitiem [Center and Periphery: Between Growth and Development]. *Logos* 4 (94): 237–266.
- Vartanov, S.A., et al. 2021. *Mediapotreblenie "tsifrovoi molodezhi" v Rossii* [Media Consumption of the "Digital Youth" in Russia]. Moscow: Izdatel'skii dom MGU.
- Volkmer, I. 2000. Project Global Media Generations 2000-Interview with Ingrid Volkmer. *SPIEL* 19 (2): 302–307.
- Volkmer, I. 2003. *Dialectical Spaces in the Global Public Sphere: Media Memories Across Generations*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Zagidullina, M.V. 2014. Non-Users of Internet in the Information Society. *Webology* 11 (1), Article 120. <http://www.webology.org/2014/v11n1/a115.pdf>
- Zagidullina, M.V. 2017. Sharikovaia ruchka i Nadgramotnost': o vozmozhnostiakh aktorno-setevoi teorii v analize mediatizirovannoi povsednevnosti [Ballpoint Pen and Illiteracy: On the Possibilities of Actor-Network Theory in the Analysis of Mediatized Everyday Life]. In *Rossiiskaia antropologiya i "ontologicheskii povorot"* [Russian Anthropology and the "Ontological Turn"], edited by S.V. Sokolovsky, 151–208. Moscow: IEA RAN.
- Zagidullina, M. 2018. "Bog iz mashiny": chelovecheskoe v usloviakh ekspansii mekhanicheskogo i elektronogo ["God from the Machine": Human in the Conditions of Expansion of Mechanical and Electronic]. *Novoe literaturnoe obozrenie* 149 (1): 428–443.
- Zagidullina, M. 2019. At the Crossroads Between the Elite and the Masses Cults: Pushkin's Middle Path in Russian Culture. *Neohelicon* 46 (1): 183–197. <https://doi.org/10.1007/S11059-018-0463-8>
- Zagidullina, M. 2020. The Firebird and the Fox: Russian Culture under Tsars and Bolsheviks. Review of *The Firebird and the Fox: Russian Culture under Tsars and Bolsheviks*, by J. Brooks. *Novoe literaturnoe obozrenie* 164 (4): 354–362.
- Zubanova, L.B., and N.L. Zykhevskaya. 2019. Tranzitnaia solidarnost' v sovremennoi setevoi kul'ture: mezhdu karnavalom i travmoi [Transit Solidarity in Modern Network Culture: Between Carnival and Trauma]. *Sotsiologicheskie issledovaniia* 5: 119–128. <https://doi.org/10.31857/S013216250004966-5>
- Zubarevich, N.V. 2017. Razvitie rossiiskogo prostranstva: bar'ery i vozmozhnosti regional'noi politiki [Development of the Russian Space: Barriers and Opportunities for Regional Policy]. *Mir novoi ekonomiki* 2: 46–57.