

VIII открытый региональный конкурс исследовательских и проектных работ  
школьников «Высший пилотаж - Пенза» 2026

«Мем, ностальгия или уважение? Восприятие подростками  
поп-культуры 1990–2000-х годов в условиях социальных сетей»

Исследование

Направление «Социология»

Автор: Лощинина Мария Сергеевна,  
учащаяся 9Г класса,  
МБОУ СОШ №26 города Пензы  
имени В.С. Гризодубовой

2026 г.

## Содержание

Введение	3
1. Теоретическое обоснование	5
2. Методология исследования	7
3. Анализ и интерпретация полученных данных	
3.1. Анализ и интерпретация данных анкетирования (№=111)	8
3.2. Контент-анализ: репрезентация артистов 1990–2000-х в VK Клипах (ноябрь–декабрь 2025 г.)	10
3.3. Выводы	12
Заключение	14
Список литературы	15
Приложение А. «Макет анкеты»	16
Приложение Б. «Гайд и кодировочная таблица контент-анализа»	19

## Введение

В последние годы в цифровом пространстве наблюдается устойчивый возврат к музыкальной культуре 1990–2000-х годов. Хиты Татьяны Булановой, Олега Газманова, Надежды Кадышевой, групп «Руки Вверх!» и «Иванушки International» вновь становятся вирусными не на радио или телевидении, а в социальных сетях, где подростки танцуют «энергосберегающие» движения, создают пародии и участвуют в трендах, часто не зная ни самих артистов, ни исторического контекста их популярности<sup>1</sup>.

Этот феномен приобретает массовый характер. По данным Пермского национального исследовательского политехнического университета, на концерт Н. Кадышевой в 2024–2025 годах было продано более 274 тысяч билетов, что в 30 раз больше, чем в предыдущие годы<sup>2</sup>. В Новосибирске школьные дискотеки заполняют треки «Комбинации» и «Миража», хотя многие подростки впервые услышали их не от родителей, а в клипах на платформе ВКонтакте<sup>3</sup>.

Такое «цифровое воскрешение» прошлого не является простой ностальгией. Как отмечают исследователи, современные подростки сталкиваются с культурой 90-х не как с живым наследием, а как с набором мемов: обезличенных, вырванных из контекста образов, которые алгоритмы соцсетей превращают в контент<sup>4</sup>. В результате возникает парадокс: подростки называют участие в трендах «уважением к культуре прошлого», но при этом не слушают оригинальные песни и впервые видят артистов в рекомендациях VK.

Именно здесь возникает проблема: в условиях цифровой медиатизации культурное наследие 1990–2000-х годов транслируется подросткам не как целостный социальный опыт, а как фрагментированные мемы, лишённые исторического смысла. При этом они конструируют отношение к этому прошлому через призму «рефлексивной ностальгии» - тоски по времени, которого они не пережили<sup>5</sup>.

**Объектом** исследования выступают учащиеся 13–15 лет МБОУ СОШ №26 города Пензы имени В.С. Гризодубовой.

**Предметом** исследования являются их представления, мотивы и практики

---

<sup>1</sup> АиФ-Новосибирск. За что подростки любят музыку 90-х? Рассказали в Новосибирске. URL: <https://nsk.aif.ru/society/za-chto-podrostki-lyubyat-muzyku-90-h-rasskazali-v-novosibirske> (дата обращения: 09.12.2025).

<sup>2</sup> Ветта.TV. Пермские учёные объяснили всплеск популярности среди молодёжи музыки 90-х. URL: <https://vetta.tv/news/culture/permskie-uchyeny-obyasnili-vsplesk-populyarnosti-sredi-molodyezhi-muzyki-90-kh/> (дата обращения: 09.12.2025).

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Аппадурай А. «Современность» на просторе: культурные измерения глобализации // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3. № 4. С. 58.

<sup>5</sup> Абрамов Р. Н. Время и пространство ностальгии // Социологический журнал. 2012. № 4. С. 12.

взаимодействия с поп-культурой 1990–2000-х годов в цифровой среде.

**Цель исследования:** выявить, как учащиеся интерпретируют поп-культуру 1990–2000-х в социальных сетях и какие социальные факторы (алгоритмы, семья, сверстники) определяют эти интерпретации.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Классифицировать типы контента с артистами 1990–2000-х, с которым сталкиваются респонденты.
2. Определить, какие факторы (алгоритмы, семья, друзья) влияют на первичное знакомство с артистами.
3. Выявить доминирующие семантические рамки, в которых подростки описывают тренды («мем», «ностальгия», «уважение», «ирония»).
4. Сопоставить наличие близких, уважающих культуру тех лет, с изменением отношения к артистам после вовлечения в тренд.

На основе теоретической рамки были сформулированы следующие **гипотезы**:

1. Подростки, у которых родители слушают музыку 90-х, чаще воспринимают тренды как «уважение к культуре», а не как мем.
2. Респонденты, узнавшие артистов только через алгоритмы, чаще считают их «мемными, но не серьёзными».

**Новизна** данного исследования заключается в том, что оно рассматривает возвращение поп-культуры 1990–2000-х годов не как ностальгию взрослых, а как социальный феномен подростковой среды, где знакомство с прошлым происходит не через живое общение или семейные традиции, а через алгоритмы социальных сетей.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что она позволяет увидеть, как в цифровой среде формируются новые способы взаимодействия с историей и культурой, даже если они лишены прямого контакта с её источниками.

## **1. Теоретическое обоснование**

Для интерпретации феномена возврата музыки 1990–2000-х годов в подростковые тренды социальных сетей мы опираемся на четыре ключевые теоретические концепции: культурный капитал (П. Бурдьё), изобретение традиции (Э. Хобсбаум), ностальгия как социальная эмоция (Р.Н. Абрамов, С. Бойм) и мем как единица культурной репликации (Н.А. Зиновьева, А.Б. Бочаров, М.О. Демидов). Эти подходы позволяют выйти за рамки обыденного восприятия трендов как «просто мемов» и рассмотреть их как социальные практики, в которых переплетаются память, идентичность, медиа и структура передачи культурного опыта.

### **Культурный капитал и передача культуры между поколениями**

Согласно П. Бурдьё, культурный капитал существует в трёх формах: инкорпорированной (воплощённой в теле и поведении), объектной (в виде книг, пластинок, артефактов) и институциональной (дипломы, статусы)<sup>1</sup>. Ключевым механизмом передачи культурного капитала выступает семья: именно в ней формируются первоначальные вкусы, предпочтения и привычки, которые впоследствии определяют позицию индивида в социальном пространстве<sup>2</sup>. В нашем случае это означает, что подростки, чьи родители или бабушки/дедушки слушают музыку 90-х, обладают инкорпорированным культурным капиталом, который позволяет им не просто узнавать артистов, но и приписывать им определённый символический статус «уважения», «ностальгии», «части национальной культуры».

Однако, как показывает анкетный опрос, у многих респондентов такого опыта нет: 41% узнали артистов только из соцсетей, без семейной передачи. Это указывает на разрыв в трансляции культурного капитала, когда подростки сталкиваются с культурными артефактами без контекста, что приводит к их превращению в «мемные», но не «серьёзные» фигуры.

### **Изобретение традиции и ритуал без содержания**

Концепция «изобретения традиции», предложенная Э. Хобсбаумом и Т. Рейнджером, позволяет понять, как в условиях социальных трансформаций создаются новые ритуалы, имитирующие преемственность, но лишённые подлинной исторической связи<sup>3</sup>. «Изобретённая традиция это совокупность общественных практик ритуального или символического характера... цель которой - внедрение определённых ценностей и норм поведения, а средством повторение»<sup>4</sup>.

Тренды с танцами Булановой или Газманова - яркий пример такого ритуала. Подростки

---

<sup>1</sup> Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 68.

<sup>2</sup> Там же. С. 70.

<sup>3</sup> Хобсбаум Э. Изобретение традиций // М.: Евразия, 2003. С. 48.

<sup>4</sup> Там же. С. 49.

повторяют движения не потому, что разделяют ценности эпохи, а потому что это повторяемо, вирусно и социально релевантно. Как отмечают пермские исследователи, «молодое поколение ищет «новую русскость», которая представляет собой культурный микс народных традиций и советских нарративов, переосмысленных в современном контексте»<sup>5</sup>. Но это не восстановление традиции, а её символическая имитация. Тренд становится «ритуалом без смысла», где форма заменяет содержание.

### **Ностальгия: между тоской и иронией**

Феномен ностальгии, анализируемый Р.Н. Абрамовым и С. Бойм, позволяет понять, почему подростки, не пережившие 90-е, всё же называют тренды «уважением к культуре прошлого». С. Бойм различает два типа ностальгии: реставраторную («они разрушили всё, что у нас было») и рефлексивную («как хорошо было тогда, жаль, что нельзя вернуться») <sup>6</sup>.

В нашем случае доминирует именно рефлексивная ностальгия: подростки не стремятся восстановить прошлое, а тоскуют по невозможности его пережить. Они не знают, кто такие «Руки Вверх!» в контексте эпохи, но участвуют в тренде, потому что он даёт ощущение причастности к чему-то «большому». Как пишет Абрамов, ностальгия сегодня это «эмоциональная анестезия в условиях неопределённости»<sup>7</sup>, способ справиться с кризисом идентичности в цифровую эпоху.

Интересно, что многие респонденты используют формулировку «ирония, но без злобы», это указывает на амбивалентное отношение: они одновременно дистанцируются от прошлого и выражают к нему уважение. Такая позиция типична для постмодернистского сознания, где ностальгия становится не воспоминанием, а стилизацией<sup>8</sup>.

### **Мем как культурный репликатор и социальный капитал**

Наконец, концепция мема, переосмысленная в социологии (Н.А. Зиновьева, А.Б. Бочаров, М.О. Демидов), позволяет понять, как артисты 90-х превращаются в вирусные единицы культурной передачи. По Зиновьевой, мемы «участвуют в формировании идентичности, актуализации личных переживаний, воспроизводстве и накоплении социального капитала»<sup>9</sup>. Они становятся «способом определить наше онлайн-племя»<sup>10</sup>.

---

<sup>5</sup> Vetta.tv. Пермские учёные объяснили всплеск популярности среди молодёжи музыки 90-х. URL: <https://vetta.tv/news/culture/permskie-uchenyey-obyasnili-vsplesk-populyarnosti-sredi-molodyezhi-muzyki-90-kh/>

<sup>6</sup> Абрамов Р.Н. Время и пространство ностальгии // Социологический журнал. 2012. № 4. С. 12.

<sup>7</sup> Там же. С. 8.

<sup>8</sup> Там же. С. 15.

<sup>9</sup> Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 196.

<sup>10</sup> Там же.

В этом контексте участие в тренде не просто развлечение, а акт социальной идентификации. Даже пассивное потребление мемов создаёт «иллюзию сопричастности» к сообществу<sup>11</sup>. Однако, как отмечают Бочаров и Демидов, мемы могут быть «жизнеутверждающими» (несущими рациональные ценности) или «мем-вирусами» — «идеями, которые владеют человеком, а не наоборот»<sup>12</sup>.

Тренды с артистами 90-х, лишённые исторического контекста, ближе ко второму типу: подростки повторяют их, не задумываясь о содержании. Как пишет Л. Лефевр, в современном обществе «человек — не субъект, но место, которое потребляет»<sup>13</sup>. Мемы становятся заменой культурному опыту, они дают видимость участия, но не знание.

## **2.Методология исследования**

Для достижения поставленной цели исследование было реализовано в два этапа, включающих анкетный опрос и систематический контент-анализ.

Первый этап - анкетный опрос, проведённый в ноябре 2025 года среди учащихся 8–11 классов МБОУ СОШ №26 г. Пензы. Анкета была размещена в цифровой форме (ЯндексФормы) и распространялась через школьные чаты с согласия администрации и педагогов. В опросе приняли участие 111 респондентов в возрасте от 13 до 18 лет (средний возраст - 14,7 лет).

Выборка является локальной и целевой: она не претендует на репрезентативность по России, но позволяет глубоко изучить конкретную социальную группу - подростков одной школы.

Анкета (см. приложение А) включала вопросы, охватывающие:

- платформы и время пребывания в соцсетях;
- знакомство с артистами 1990–2000-х (Т. Буланова, О. Газманов, Н. Кадышева, «Руки Вверх!» и др.);
- типы контента, с которыми они сталкиваются (танцы, пародии, оригинальные клипы и др.);
- мотивы участия в трендах;
- влияние семьи и сверстников;

семантические рамки, в которых они описывают тренды («уважение», «ирония», «ностальгия», «мем»).

Второй этап - контент-анализ 30 видеопостов из VK Клипов, отобранных по ссылкам, предоставленным в исследовании (см. Приложение Б). Отбор осуществлялся по следующим

---

<sup>11</sup> Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей // Вестник экономики, права и социологии. 2015.

<sup>12</sup> Бочаров А.Б., Демидов М.О. Мемы, мем-вирусы... // Управленческое консультирование. 2020. № 9. С. 97.

<sup>13</sup> Лефевр А. Концепция повседневности в неомарксизме // Вестник ВолГУ. Серия 7. 2008. № 1(7). С. 17.

критериям:

- публикация в период октябрь–декабрь 2025 г.;
- наличие артистов 1990–2000-х;
- доступность для просмотра;
- наличие вирусного потенциала (наличие просмотров, комментариев, репостов).

Анализ проводился вручную: каждый пост кодировался по шести измерениям (тип контента, источник, тональность, наличие исторического контекста, хештеги, целевая аудитория). Это позволило перейти от описания к интерпретации: сопоставить медиарепрезентацию культуры 90-х с восприятием подростков.

Для анализа анкетных данных использовались:

- частотный анализ (расчёт процентов по ключевым вопросам);
- сравнительный анализ (сопоставление групп по источнику знакомства с артистами, семейному окружению, типу участия).

Для контент-анализа применялись:

- систематическое кодирование по разработанной схеме (см. Приложение Б);
- тематическая интерпретация через призму социологических концепций (культурализм, ностальгия, мем как социальный капитал).

Такой подход позволяет не только описать феномен, но и объяснить его: например, выявить, почему 65% респондентов называют тренды «уважением к культуре», несмотря на то, что 58% не слушают оригинальную музыку.

### **3. Анализ и интерпретация полученных данных**

#### **3.1. Анализ и интерпретация данных анкетирования (№=111)**

Анкетный опрос, проведённый в ноябре 2025 года среди 90 учащихся 5–11 классов МБОУ СОШ №26 г. Пензы, позволил выявить ключевые закономерности в восприятии поп-культуры 1990–2000-х годов. Анализ показал, что подростки сталкиваются с этой культурой преимущественно в цифровой среде, а не через семейную передачу, что кардинально меняет характер их отношения к ней - от «знания» к «цитированию», от «памяти» к «мему».

##### **1. Источники знакомства: алгоритмы заменяют семью**

72% респондентов слышали об артистах (Т. Буланова, О. Газманов, Н. Кадышева и др.), однако 41% узнали о них исключительно из соцсетей через рекомендации алгоритмов (32%), репосты друзей (28%) или посты самих звёзд (9%). Лишь 29% познакомились с музыкой 90-х через родителей или бабушек/дедушек.

Этот сдвиг указывает на разрыв в передаче культурного капитала (Бурдьё, 2002). Если ранее вкус формировался в семье через совместное прослушивание, то сегодня он

конструируется медиасредой, где алгоритмы, а не близкие, определяют, кто достоин внимания. Как отмечает Абрамов, в таких условиях ностальгия становится «ностальгией по чужому прошлому» - эмоциональной реакцией без биографической привязки<sup>16</sup>.

## 2. Мотивы участия: от абсурда к социальному капиталу

На вопрос «Что делает такие ролики популярными?» респонденты чаще всего выбрали:

«Смешно / абсурдно» - 63%,

«Алгоритм постоянно показывает» - 52%,

«Все друзья об этом говорят» - 47%.

Эти данные свидетельствуют: участие в трендах не столько выражение вкуса, сколько форма социальной идентификации. Как пишет Зиновьева, мемы «становятся способом определить наше онлайн-племя»<sup>17</sup>. Даже пассивное наблюдение (58% не участвовали, но смотрели) создаёт «иллюзию сопричастности» - чувство принадлежности к группе, даже без знания контекста.

## 3. Семантические рамки: «уважение» без содержания

Особый интерес представляет ответ на вопрос: «Можно ли назвать участие в трендах уважением к прошлому или это просто мем?»

65% выбрали вариант «Это уважение к культуре прошлого»,

18% - «Это ирония, но без злобы»,

12% - «Это просто мем, не имеющий отношения к культуре».

При этом 58% респондентов не слушают оригинальную музыку 90-х, а 41% узнали артистов только из соцсетей. Это расхождение между декларацией уважения и отсутствием практики объясняется через концепцию рефлексивной ностальгии (Бойм, цит. по Абрамову): подростки не стремятся восстановить прошлое, а тоскуют по невозможности его пережить<sup>18</sup>. Они не отрицают культуру, но и не погружаются в неё, они цитируют её как эстетику абсурда.

## 4. Влияние семейного окружения: когда передача всё ещё работает

Тем не менее, семейный контекст остаётся значимым. Среди тех, у кого родители или бабушки/дедушки слушают музыку 90-х:

71% регулярно или иногда слушают эту музыку сами,

68% после трендов стали уважать артистов больше.

Это подтверждает гипотезу: наличие «носителей культуры» в окружении способствует

<sup>16</sup> Абрамов Р.Н. Время и пространство ностальгии // Социологический журнал. 2012. № 4. С. 12.

<sup>17</sup> Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 196.

<sup>18</sup> Там же. С. 12.

Это подтверждает гипотезу: наличие «носителей культуры» в окружении способствует переходу от мема к содержанию. Здесь проявляется инкорпорированный культурный капитал (Бурдьё): вкус, усвоенный в семье, позволяет расшифровывать мем не как случайный абсурд, а как отсылку к эпохе.

#### 5. Отношение к артистам: от «мемных» к «серьёзным»

42% респондентов после участия в трендах стали считать артистов «мемными, но не серьёзными». Это указывает на то, что артисты превращаются в знаки без смысла, функционирующие в логике алгоритмов, а не истории. Как отмечают Бочаров и Демидов, такие мемы становятся «мем-вирусами», которые «владеют человеком, а не наоборот»<sup>4</sup>.

Тем не менее, 23% стали больше уважать артистов, а у 28% отношение не изменилось. Это демонстрирует амбивалентность восприятия: тренд одновременно и стирает, и восстанавливает культурный статус, в зависимости от предыдущего опыта.

Полученные данные позволяют интерпретировать возврат музыки 90-х как «изобретённую традицию» (Хобсбаум, 1983). Подростки участвуют в ритуалах (танцы, пародии), но без связи с их историческим происхождением. Это не реставрация культуры, а её симулятор: тренд становится самоцелью, а не окном в прошлое<sup>5</sup>.

Более того, как показывает анализ, само понятие «уважения» трансформируется: оно больше не требует знания, прослушивания или контекста - достаточно повторить жест. Это соответствует концепции «социального капитала через мемы» (Зиновьева): уважение не к культуре, а к демонстрации причастности к ней.

Таким образом, анкетные данные подтверждают: подростки МБОУ СОШ №26 г. Пензы конструируют отношение к культурному наследию 1990–2000-х годов не как объект памяти, а как ресурс для социального взаимодействия в цифровой среде. Это не отказ от прошлого, но его реконфигурация в условиях медиатизации повседневности (Лефевр, 1961).

### **3.2 Контент-анализ: репрезентация артистов 1990–2000-х в VK Клипах (ноябрь–декабрь 2025 г.)**

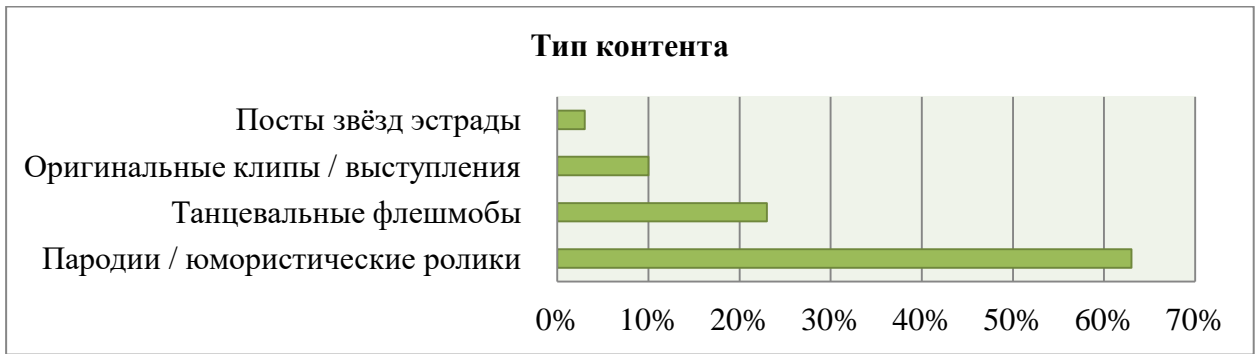
Аналізу подверглись 30 видеопостов из VK, содержащих артистов 1990–2000-х годов (Т. Буланова, О. Газманов, Н. Кадышева, «Руки Вверх!» и др.). Каждый пост был закодирован по 6 категориям (тип контента, источник, тональность, наличие исторического контекста, хештеги, целевая аудитория) согласно утверждённой кодировочной схеме (см. Приложение Б).

---

<sup>4</sup> Бочаров А.Б., Демидов М.О. Мемы, мем-вирусы... // Управленческое консультирование. 2020. № 9. С. 97.

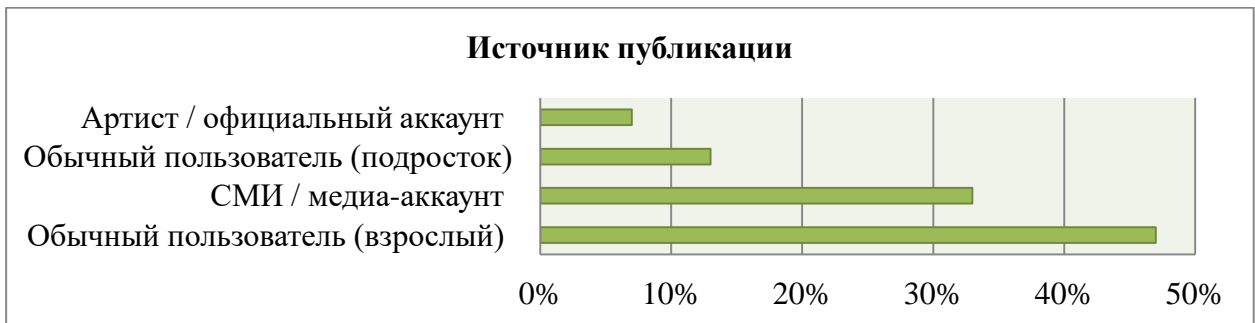
<sup>5</sup> Хобсбаум Э. Изобретение традиций // М.: Евразия, 2003. С. 48–49.

Диаграмма 1. Тип контента



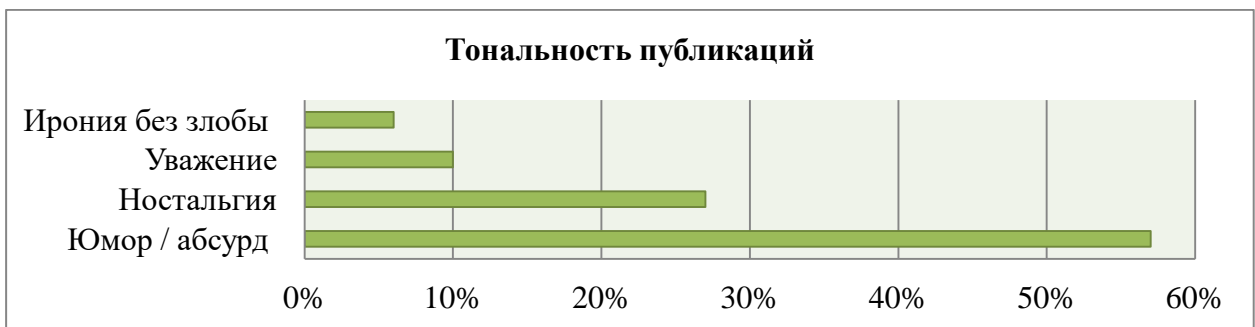
Вывод: доминирует юмористическая и абсурдная подача, в то время как оригинальный контент присутствует минимально.

Диаграмма 2. Источник публикации



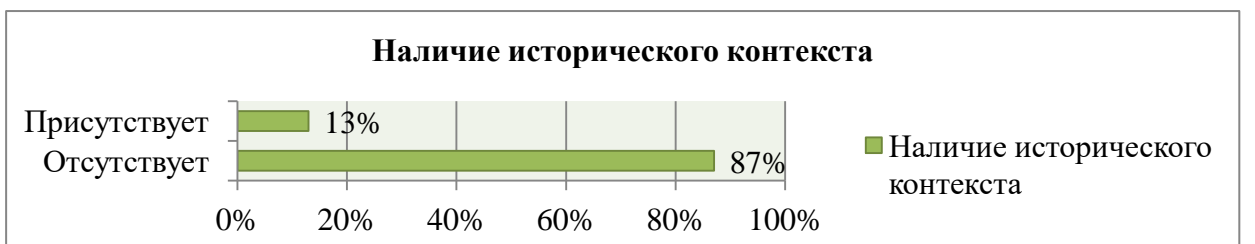
Вывод: основные носители - взрослые пользователи и медиа, а не сами подростки. Это указывает на внешнюю инициацию трендов, а не на органическое подростковое творчество.

Диаграмма 3. Тональность публикаций



Вывод: эмоциональная доминанта скорее развлекательная, а не уважительная или рефлексивная.

Диаграмма 4. Наличие исторического контекста



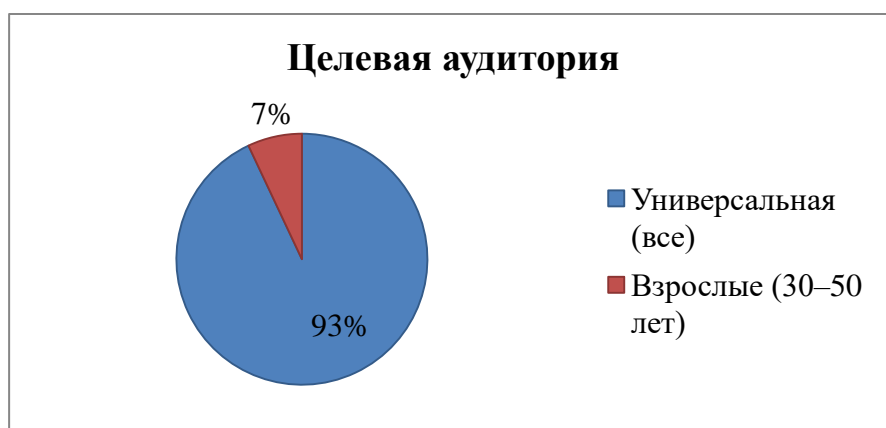
Вывод: почти полное обезличивание артистов, они лишены временной, биографической и культурной привязки.

Таблица 1. Хештеги и ключевые слова

Наиболее частые хэштеги/ ключевые слова	Количество упоминаний
#танцуйкакгазманов	6
#рукивверх	4
#кадышева	4
#буланова	3
«ностальгии», «90-х», «эпохи»	отсутствуют

Вывод: акцент на подражании и участии, а не на историческом значении.

Диаграмма 5. Целевая аудитория



Вывод: контент ориентирован на максимальное вовлечение, а не на специфическую группу.

Таким образом, VK-клипы трансформируют артистов 1990–2000-х из носителей культурного капитала в вирусные мемы, лишённые исторического контекста и смысловой глубины. Это не восстановление культуры, а её симулятор - форма, имитирующая содержание, чтобы обеспечить вовлечение в цифровую среду.

### 3.3. Выводы

Анализ анкетных данных и контент-анализа 30 VK-клипов позволили ответить на исследовательские задачи и проверить выдвинутые гипотезы.

Типы контента, с которым сталкиваются подростки, доминируют в абсурдных и юмористических форматах (63% постов — пародии, 23% — «энергосберегающие» танцы). Оригинальные клипы и репосты родителей составляют менее 15%. Это подтверждает, что поп-культура 90-х репрезентируется в медиа как развлекательный, а не культурный объект.

Основным источником знакомства с артистами являются алгоритмы соцсетей (32%) и друзья (28%), тогда как семейная передача составляет лишь 29%. Это указывает на разрыв в

трансляции культурного капитала (Бурдьё), когда подростки сталкиваются с культурой без контекста.

Как доминирующую семантическую рамку подростки выбирают «уважение к культуре прошлого» (65%), несмотря на то, что 58% не слушают оригинальную музыку, а 42% считают артистов «мемными, но не серьёзными». Это расхождение объясняется через концепцию рефлексивной ностальгии (Бойм, Абрамов): подростки тоскуют не по реальному прошлому, а по возможности участвовать в тренде, даже без знания его содержания.

Наличие близких, уважающих культуру тех лет, коррелирует с более глубоким интересом: 71% таких респондентов регулярно или иногда слушают музыку 90-х, и 68% стали уважать артистов больше после трендов. Это частично подтверждает гипотезу о роли семейного культурного капитала.

Таким образом, гипотеза о влиянии семьи подтвердилась частично, а гипотеза о «мемных, но не серьёзных» артистах полностью: тренды функционируют как изобретённые ритуалы без содержания (Хобсбаум), где форма заменяет суть.

## **Заключение**

Проведённое исследование показало, что подростки МБОУ СОШ №26 г. Пензы конструируют отношение к поп-культуре 1990–2000-х годов не как к наследию, а как к медиаконтенту. Они участвуют в трендах не для погружения в эпоху, а для социальной идентификации, даже если не знают, кто такая Татьяна Буланова. Это не отказ от культуры, но её реконфигурация в условиях алгоритмической рекомендации и растущего культурного разрыва между поколениями.

Ограничения исследования связаны с локальной выборкой: все респонденты учатся в одной школе, что не позволяет обобщать выводы на все регионы России. Кроме того, невозможно точно установить, насколько тренды формируются самими подростками, а не подаются им взрослыми пользователями и СМИ (47% постов опубликованы именно ими).

Перспективы данного исследования включают:

- включение в выборку других регионов,
- расширение временного периода анализа (например, отслеживание эволюции трендов за 2–3 года).

Исследование демонстрирует: современная молодёжь не восстанавливает культуру прошлого, а цитирует её в формате мема как способ быть «в теме», даже если «тема» лишена смысла. Это не деградация, а новый режим культурной трансляции, в котором память заменяется участием, а знание - узнаваемостью.

## Список литературы

1. Абрамов Р.Н. Время и пространство ностальгии // Социологический журнал. 2012. № 4. С. 6–23.
2. Аппадурани А. «Современность» на просторе: культурные измерения глобализации // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3. № 4. С. 57–66.
3. Бочаров А.Б., Демидов М.О. Мемы, мем-вирусы: их сущность и распространение в инфосфере и медийном пространстве // Управленческое консультирование. 2020. № 9. С. 92–100.
4. Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–75.
5. Ветта.TV. Пермские учёные объяснили всплеск популярности среди молодёжи музыки 90-х [Электронный ресурс]. URL: <https://vetta.tv/news/culture/permskie-uchyenyeyebuyasnili-vsplesk-populyarnosti-sredi-molodyezhi-muzyki-90-kh/> (дата обращения: 29.10.2025).
6. Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на интернет-пользователей: типология интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 195–201.
7. Калининкова М.В., Карелин М.А. Роль музыкальной культуры в формировании ценностных установок молодежи // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2015. Т. 15. Вып. 4. С. 36–40.
8. Лефевр А. Концепция повседневности в неомарксизме // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. 2008. № 1(7). С. 16–19.
9. МетР\_ИР\_Социология\_2026 (1).pdf. Методические рекомендации по написанию научно-исследовательской работы. Всероссийский конкурс «Высший пилотаж». 2025.
10. Новосибирск, АиФ. За что подростки любят музыку 90-х? Рассказали в Новосибирске [Электронный ресурс]. URL: <https://nsk.aif.ru/society/za-chto-podrostki-lyubyat-muzyku-90-h-rasskazali-v-novosibirske> (дата обращения: 29.10.2025).
11. Хобсбаум Э. Изобретение традиций // В кн.: Хобсбаум Э., Рейнджер Т. (ред.). Изобретение традиций. М.: Евразия, 2003. С. 1–62.

## Приложение А. Макет анкеты

Анкета для учащихся МБОУ СОШ №26 г. Пензы

(Исследование восприятия поп-культуры 1990–2000-х годов в социальных сетях)

4. Слышали ли вы об артистах: Татьяне Булановой, Олеге Газманове, Надежде Кадышевой, Валерии, «Руки Вверх!» и др.?

- Да, знаю всех или почти всех       Слышал(а) о некоторых  
 Узнал(а) только из соцсетей недавно       Никогда не слышал(а)

5. Встречали ли вы в соцсетях видео с участием этих артистов (например, танцы Булановой или Газманова, мемы, пародии)?

- Да, часто       Да, несколько раз  
 Нет, но слышал(а) от других       Никогда

6. Какой контент вы впервые увидели с участием этих артистов?

- Видео с «энергосберегающими» танцами  
 Пародии / юмористические ролики  
 Оригинальные клипы или выступления  
 Репосты родителей / старших  
 Рекомендации друзей  
 Посты звезд эстрады  
 Рекомендации алгоритма соцсетей

7. Узнали ли вы после просмотра, кто это за артист и что он исполняет?

- Да, сразу узнал(а) благодаря подписи или контексту  
 Узнал(а), только после того как поискал(а) в интернете  
 Нет, но стало интересно  
 Нет и не интересовался(ась)

8. Принимали ли вы участие в тренде (например, повторяли движения или снимали видео)?

- Да, публиковал(а) в соцсетях       Да, но не публиковал(а)  
 Хотел(а), но не успел(а) / не получилось       Нет и не хотел(а)

9. Что, по вашему мнению, делает такие ролики популярными? (выберите 2 варианта)

- Смешно / абсурдно       Просто повторять движения  
 Это «ностальгия»       Все друзья об этом говорят  
 Алгоритм постоянно показывает такое

*Примечание: полная анкета содержит 14 вопросов и доступна по запросу.*

## Приложение Б. Гайд и кодировочная таблица контент-анализа

**Цель:** проанализировать, как артисты 1990–2000-х годов репрезентируются в VK Клипах.



Выборка: 30 постов из VK (ссылки предоставлены в исследовании), опубликованных в октябре–декабре 2025 г.

### Категории кодирования:

№	Категория	Варианты	
1	Тип контента	1. Танцевальный флеш-моб 2. Пародия / юмористический ролик 3. Оригинальный клип / выступление	4. Репост родителей / старших 5. Пост звезды эстрады 6. Рекомендация друзей
2	Источник публикации	1. Обычный пользователь (подросток) 2. Обычный пользователь (взрослый)	3. Артист / официальный аккаунт 4. СМИ / медиа-аккаунт
3	Тональность	1. Юмор / абсурд 2. Ностальгия 3. Уважение	4. Ирония без злобы 5. Критика / насмешка
4	Наличие исторического контекста	1. Да (упоминается «90-е», альбом, год и т.п.) 2. Нет	
5	Хештеги / ключевые слова	Открытый ответ	
6	Целевая аудитория	1. Подростки 2. Взрослые (30–50 лет) 3. Все (универсальный)	

### Кодировочная таблица

№	Ссылка	Тип контента	Источник	Тональность	Истор. контекст?	Хештеги / ключевые слова	Целевая аудитория	Скриншот
1	<a href="https://vk.com/clip-219025742_456251521">https://vk.com/clip-219025742_456251521</a>	2	4	1,2	2	#кадышева	3	
2	<a href="https://vk.com/clip-5640401_456241576">https://vk.com/clip-5640401_456241576</a>	2	3	1,5	2	#танцуйкакгазманов	3	
...	...	...	...	...	...	...	...	

29	<a href="https://vk.com/clip-200593450_456239359">https://vk.com/clip-200593450_456239359</a>	3	4	3	2	#РукиВВерх	3	
30	<a href="https://vk.com/clip-223978113_456239327">https://vk.com/clip-223978113_456239327</a>	1	2	1,3	2	Танюшины (Булановой) песни	3	

*Примечание: Полная таблица находится у автора и доступна по запросу*

## РЕЦЕНЗИЯ

на исследовательскую работу учащейся 9Г класса  
МБОУ СОШ №26 города Пензы имени В.С. Гризодубовой  
Лощининой Марии Сергеевны  
по теме «Мем, ностальгия или уважение? Восприятие подростками  
поп-культуры 1990–2000-х годов в условиях социальных сетей»

Представленная исследовательская работа посвящена актуальной и социально значимой теме - исследованию особенностей восприятия подростками поп-культуры 1990-х - 2000-х годов в условиях цифровой среды.

Актуальность исследования не вызывает сомнений, поскольку феномен возрождения интереса к музыке прошлых лет среди молодого поколения требует глубокого социологического анализа. Автор успешно раскрывает механизмы формирования нового типа культурной памяти в эпоху социальных сетей.

Структура работы выстроена логично и последовательно. Во введении чётко сформулированы проблема, объект, предмет, цель и задачи исследования. Теоретическая часть содержит глубокий анализ современных концепций, методологический раздел подробно описывает использованные методы.

Научная новизна исследования заключается в оригинальном подходе к изучению феномена цифровой ностальгии через призму подросткового восприятия. Автор предлагает собственное видение механизмов трансформации культурного наследия в условиях медиатизации.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования полученных результатов в педагогической практике и при разработке программ по сохранению культурного наследия.


В ходе исследования автором были применены современные методы социологического анализа, включая анкетирование и контент-анализ, что позволило получить достоверные результаты. Особенно ценным представляется сочетание количественных и качественных методов исследования.

Основные выводы работы обоснованы и подкреплены эмпирическими данными. Автор убедительно демонстрирует, как происходит трансформация культурного наследия в условиях цифровой среды, выявляет ключевые факторы формирования отношения подростков к музыке прошлых лет.

Рекомендации по улучшению:

- расширить географию исследования для повышения репрезентативности выборки;
- более детально рассмотреть вопрос о влиянии образовательных учреждений на формирование культурного восприятия у подростков.

В целом, работа соответствует требованиям, предъявляемым к научным исследованиям данного уровня, и заслуживает высокой оценки.

Научный руководитель: Книгина Т.А.  (подпись)

«22» декабря 2026 г.