

вых инструментов усвоения противоречивого социального опыта, что способствует принятию, а не протесту. Мотивация медиапотребления «цифровой молодежи» при такой функциональной особенности связана с социализацией через осмысление и усвоение социального опыта, а также самореализацией через музыку, дискуссии, знакомства.

Как показал проведенный анализ, исследуемые паблики и группы формируют не столько сообщества, сколько общность – единство российской «цифровой молодежи», опирающееся на традиционные духовные ценности российского народа, «упакованные» в не всегда типичные для отечественной культурной традиции формы.

О. Н. Касперович-Рынкевич

Белорусский университет

МИЛЛЕНИАЛЫ И ЗУМЕРЫ БЕЛОРУССИИ: ЧИСЛЕННОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В 2022 г.

Потребление информации представителями различных поколенческих групп имеет свои особенности. Однако четкие границы между характеристиками разных поколений провести невозможно. Процессы глобализации и информатизации постепенно уравнивают предпочтения разновозрастной аудитории в потреблении медийной информации.

В ходе исследования было определено, какую численность занимают белорусские представители миллениалов и зумеров в масштабах страны. Проанализировав данные Национального статистического комитета Республики Беларусь по половозрастной численности населения страны на начало 2022 г., мы получили следующие выводы.

Почти половина населения Беларуси (48,7% из 9 млн 255 тыс. 524 чел.) – это представители поколений миллениалов и зумеров. Миллениалов в стране на 440 тыс. 870 чел. больше, чем зумеров. По обоим поколениям городское население преобладает над сельским: по миллениалам в 4,7 раз, по зумерам – в 4,2 раза.

К миллениалам относится примерно 26,7% населения страны (посчитаны жители в возрасте до 39 лет, а не 37, согласно теории поколений, поскольку на сайте статистического комитета приведены данные по возрастному составу с шагом в пять лет). Мужское население пред-

ставителей поколения миллениалов составляет 49,2% от общего количества, женское – 50,8%. В городах живет больше женского населения миллениалов, в сельской местности – мужского. К зумерам относится 22% населения страны, из них 51% составляют мужчины и 49% – женщины. Как в городской, так и в сельской местности численность женщин поколения зет превышает численность женщин.

Таким образом, представители поколений миллениалов и зумеров составляют внушительную часть от численности белорусов: почти половину населения страны. Причем миллениалов в Беларуси проживает больше, чем зумеров. По обоим поколениям городское население превышает сельское.

Предыдущие замеры позволяют утверждать, что в Беларуси у миллениалов и зумеров сложилась и закрепились модель медиапотребления, в которой практически нет места традиционным средствам массовой информации. Вместо них процессы общения и информирования проходят в социальных сетях и блогах. Такой выбор аргументируется тем, что традиционные СМИ в силу технических возможностей не могут так же быстро реагировать на события, как социальные медиа и интернет-СМИ. В социальных сетях зумеры больше потребляют контент, нежели его производят. Лидирующие позиции среди соцсетей у белорусских миллениалов и зумеров занимают *VK* и *Instagram*^{*}, среди мессенджеров – *Telegram* и *Viber*.

Э. А. Китанина

Институт русского языка им. А. С. Пушкина

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПОДРОСТКА-БЛОГЕРА

Современный сетевой дискурс привлекает внимание научного сообщества прежде всего как масштабное лингвосоциокультурное явление, влияющее на языковое сознание виртуальной личности, языковая деятельность которой задает новый вектор в интернет-коммуникации XXI в.

Исследователей русского языка в первую очередь интересуют новые тенденции в развитии русского языка в целом и коммуникатив-

^{*} Принадлежит компании *Meta Platforms*, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ.