

Челябинский гуманитарий. 2024. № 2 (67). С. 91–98.

ISSN 1999-5407 (print).

Chelyabinskij Gumanitarij. 2024; 2 (67), 91–98.

ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья

УДК 168.522

DOI 10.47475/1999-5407-2024-67-2-91-98

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ДИСКУССИЯ: КИТАЙСКАЯ МОЛОДЕЖНАЯ ИНТЕРНЕТ-СУБКУЛЬТУРА И ДОМИНИРУЮЩАЯ КУЛЬТУРА**

**Чжан Хайчао<sup>1</sup>, Лидия Евгеньевна Добрейцина<sup>2</sup>**

Уральский федеральный университет имени первого президента России Б. Н. Ельцина,  
Екатеринбург, Россия

<sup>1</sup> 1836393357@qq.com

<sup>2</sup> dobreycina@yandex.ru

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются отношения между китайской молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой на основе видеороликов и комментариев Даньму на сайте Bilibili. Анализируется новогодняя вечеринка, проведенная на этом сайте, видеоролики, выпущенные Центральным комитетом Коммунистического союза молодежи Китая, и комментарии к ним. В качестве методологической базы были использованы труды Бирмингемского центра исследований современной культуры, американского антрополога М. Мид, а также китайских исследователей Интернет-субкультур. В последнее десятилетие в Китае взаимодействие молодежных Интернет-субкультур с доминирующей культурой вышло на новый этап развития. Изначально молодежные Интернет-субкультуры строились на отрицании доминирующей культуры, господствующим настроением был протест. Затем они прошли стадию условного романтизма и сентиментализма, т. е. ухода от реальности в свой внутренний мир, отрицания путем неучастия. На современном этапе доминирующей культуре удалось наладить контакт с молодежью. Наметилась явная тенденция к сближению с доминирующей культурой, патриотическая тематика. В свою очередь представители доминирующей культуры используют символы и инструменты молодежной Интернет-субкультуры для того, чтобы стать своими в этой среде и добиться принятия молодежными группами ценностей и культурных концепций доминирующего общества. Развитие социальных медиаплатформ предоставило пространство для контакта между доминирующей культурой и молодежной Интернет-субкультурой. Обе культуры прошли путь от противостояния на начальном этапе к активному сближению друг с другом. Примирение между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой постепенно формирует сбалансированный и гармоничный режим совместной жизни.

**Ключевые слова:** молодежная Интернет-субкультура; доминирующая культура; Китай; Bilibili.

**Для цитирования:** Чжан Хайчао, Добрейцина Л. Е. Взаимодействие и дискуссия: китайская молодежная Интернет-субкультура и доминирующая культура // Челябинский гуманитарий. 2024. № 2 (67). С. 91–98. doi: 10.47475/1999-5407-2024-67-2-91-98

Original article

**INFLUENCE AND DISCUSSION: CHINESE YOUTH INTERNET SUBCULTURE AND DOMINANT CULTURE**

**Zhang Haichao<sup>1</sup>, Lidia E. Dobreitsina<sup>2</sup>**

Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

<sup>1</sup> 1836393357@qq.com

<sup>2</sup> dobreycina@yandex.ru

**Abstract.** In China, the interaction between youth Internet subcultures and the dominant culture has reached a new stage of development. Based on Danmu's videos and comments on the Bilibili website, this paper examines the relationship between Chinese youth Internet subculture and dominant culture by analysing the New Year party held on this website, the videos released by the Central Committee of the Communist Youth Union of China, and the comments, and draws the following conclusions: under the call and guidance of the dominant culture, youth groups are no longer confined to their original niche subcultural circles, they add elements of positive energy such as patriotism, and show a certain tendency towards the dominant culture. Members of the dominant culture also take

the initiative to break down barriers and use the symbols of the youth Internet subculture to get youth groups to adopt the values and cultural concepts of the dominant society. Both cultures have gone from erecting barriers of opposition at the initial stage to actively approaching, discussing and interacting with each other, and the mutual reconciliation between the youth Internet subculture and the dominant culture gradually forms a balanced and harmonious mode of living together – the two cultures influence each other and develop separately, cautiously interact and boldly innovate. This study identifies the types of youth Internet subcultures in China, and the findings enrich the research ideas of the relationship between subcultures and dominant cultures, have certain theoretical significance as well as practical significance for the management and good development of youth Internet subcultures in China.

**Key words:** Youth Internet subculture; dominant culture; China; Bilibili.

**For citation:** Zhang Haichao, Dobreitsina L. E. (2024). Influence and discussion: Chinese youth Internet subculture and dominant culture. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 2 (67), 91–98. doi: 10.47475/1999-5407-2024-67-2-91-98

### **Введение**

Под влиянием быстрого распространения и развития интернет-технологий молодежная Интернет-субкультура стала ярким явлением в современном Китае. Она находится под сильным влиянием современной социокультурной среды и исторического контекста Китая. В последние годы по мере развития медиа молодежная Интернет-субкультура и доминирующая культура постепенно принимают друг друга. Как сказал Ма Чжунхун, «сегодня, вступая в XXI век, молодежная субкультура во многом зависит от революции в информационных технологиях, отмеченной интернетом, и является неизбежным следствием проникновения семимильными шагами технологической глобализации в повседневную жизнь молодежи» (Ма Чжунхун 2010: 105). Современные молодежные субкультуры взаимодействуют на интернет-площадках, таких как Bilibili.

Наше исследование посвящено взаимоотношениям между молодежной Интернет-субкультурой и доминирующей культурой в современном Китае на конкретном примере, а также перспективам их развития в будущем. В настоящее время эта тема изучена недостаточно. Основное внимание уделяется общим тенденциям, а также преобразованиям в молодежных субкультурах. Например, Хуан Лин, исходя из инновационного подхода к освещению основных тем ведущими СМИ, считает, что ведущие китайские СМИ с помощью рэп-музыки сумели «разорвать круг», благодаря чему между доминирующей культурой и молодежной субкультурой сформируются новые отношения симбиоза (Хуан Лин 2021: 27). Чжан Чжихуа и Ли Юнь, опираясь на теорию М. Мид о культуре поколений, начали исследование развития Интернет-субкультуры. Они выявляют в пространстве сети межпоколенческий культурный разрыв, интерактивность и диалог (Чжан Чжихуа, Ли Юнь 2021: 58). Цзэн Иго считает, что развитие современной молодежной субкультуры Китая в основном проявляется в технологическом, ценностном, коммерческом и эстетическом аспектах (Цзэн Иго 2022: 59). Ван Мэнде и Чжан Мань пишут, что в последние годы, по мере развития сетевых средств массовой информации, молодежная субкультура в Интернете прошла через такие этапы, как ослабление протеста и усиление тенденции к взаимодействию с доминирующей культурой (Ван Мэнде, Чжан Мань 2023: 99). По мнению Ван Синьюя, в современной медиасреде отношения между молодежной субкультурой в Интернете и доминирующей культурой приобретают явный постмодернистский стиль (Ван Синьюй 2022: 104). Чэнь Цзюнькэ и Ма Цзяоян переосмыслили отношения между молодежной субкультурой и доминирующей культурой. Они утверждают, что доминирующая культура должна наблюдать за развитием молодежной субкультуры и рассматривать ее как нормализованную форму культурного существования (Чэнь Цзюнькэ, Ма Цзяоян 2016). Цююе и Чжан Фугуй утверждают, что традиционная модель коммуникации должна быть преобразована, чтобы способствовать эффективному распространению основных ценностей, сочетая восприимчивую психологию и эстетические идеалы молодых аудиторий (Цююе, Чжан Фугуй 2017). Чжу Ли и Ван Пэн считают, что в эпоху новых медиа молодежная субкультура имеет возможность естественной интеграции с доминирующей культурой, если рассматривать ее с точки зрения субкультурного капитала (Чжу Ли, Ван Пэн 2020).

Мы видим, что исследователи в основном изучали взаимоотношения между молодежной субкультурой и доминирующей культурой в целом или проблему преобразования молодежной субкультуры. Наша статья посвящена анализу конкретных проявлений взаимодействия молодежной интернет-субкультуры и доминирующей культуры.

### **Материалы и методы**

Bilibili был основан в 2009 году и на данный момент является крупнейшим видеосайтом в Китае. По состоянию на 30 июня 2023 года количество официальных участников этого сайта достигло 214 млн, а среднесуточное количество активных пользователей – 96,5 млн. Согласно опросу Технологии «Голубой лев», основными пользователями сайта Bilibili являются представители поколения 1990–2009 годов рождения, доля которых составляет 82%. Большинство пользователей составляют люди в возрасте до 30 лет (78,67%), в том числе 60,28% пользователей в возрасте от 18 до 24 лет и 16,71% – от 25 до

30 лет. Средний возраст – 22,8 года<sup>1</sup>. Наше исследование основано на видеороликах и комментариях Даньму на сайте Bilibili, а анализируемые материалы состоят из трех элементов: новогодней вечеринки, организованной Bilibili в 2019–2022 годах, видеороликов, размещенных на сайте Центральным комитетом Коммунистического союза молодежи Китая (ЦК КСМК), и комментариев Даньму в обоих случаях. В своей работе мы использовали следующие методы: обобщение и анализ собранных видео- и Даньму-материалов, анализ процесса развития молодежной субкультуры и доминирующей культуры во времени, а также сравнительный анализ.

### Результаты исследования

Китайская молодежная интернет-субкультура зародилась в 1990-е годы. В апреле 1994 года в Китае был открыт официальный полнофункциональный доступ к международному Интернету, и Интернет-культура как социальный феномен вошла в жизнь китайского народа. В соответствии с эстетическими особенностями разных субкультур, Сайкин Чэнь разделил китайскую Интернет-субкультуру на периоды критицизма (1997–2006), романтизма (2006–2012), сентиментализма (2012–2018) и национализма (с 2018 года по настоящее время) (Чэнь Сайцзинь 2023: 84). На первом периоде молодежные группы критиковали доминирующую культуру преувеличенными, пародированными и подрывными способами. Молодежная Интернет-субкультура использовала яростные, гневные и конфронтационные выражения, как бы бросая вызов этическим нормам. Во втором периоде молодежная Интернет-субкультура была окрашена в романтизм. Молодежные группы были активны в виртуальном, иллюзорном двумерном мире, чтобы выразить свою беспомощность и недовольство реальным миром. В третьем периоде группы молодежи символически сопротивлялись доминирующей культуре с помощью таких способов, как самопонижение и самоочернение, а их эмоции имели упаднический оттенок. В течение четвертого периода молодежные группы подчеркивали свое культурное превосходство и национальную идентичность, усваивая патриотические и традиционные культурные элементы на основе живых, индивидуальных и интересных форм выражения субкультур. Они проявляли инициативу по интеграции доминирующих ценностей и реализовывали позитивное взаимодействие между доминирующей культурой и субкультурой.

Каждый из четырех периодов молодежной Интернет-субкультуры имеет свои характерные особенности, а процесс ее изменения является результатом взаимодействия государства, рынка и личности. Молодежная Интернет-субкультура является продуктом исторического развития, представляет собой естественную критику доминирующей культуры и сопротивление ей. Рынок расширяет возможности субкультуры с помощью новых медиатехнологий и коммерческого капитала, увеличивая ее трафик, трансформируя субкультуру критицизма в стиль романтизма и сентиментализма. Коммерциализация Интернет-культуры вызвала тревогу у представителей господствующей идеологии. Государство напрямую вмешивается, управляет молодежными субкультурами в Интернете, регулирует рыночные отношения, контролирует генерацию Интернет-субкультуры романтического и сентиментального стиля, направляет молодежную Интернет-субкультуру к сближению и диалогу с доминирующей культурой: «сетевой либерализм ослаб, в то время как сетевой реализм вернулся» (Ван Минцзинь 2016: 16), и молодежная Интернет-субкультура националистического стиля стала популярной.

Американский культурный антрополог М. Мид в своей книге «Культура и приверженность: исследование разрыва между поколениями» предлагает концепцию трех типов культуры. Их она называет «постфигуративной культурой» – младшее поколение учится у старшего; «кофигуративной культурой» – обучение и младшего, и старшего поколения происходит среди сверстников; и «префигуративной культурой» – старшее поколение учится у младшего, а младшее поколение возвращает знания старшему (Margaret Mead 1970: 1). В информационную эпоху, когда знания стремительно обновляются, а общество, можно сказать, меняется изо дня в день, префигуративная культура играет огромную роль. «Столкнувшись с дилеммой отставания от общества из-за пробелов в технических знаниях, некоторые старики стали учиться новым навыкам у молодого поколения, а молодежь обучает старших базовым техническим навыкам и новым концепциям» (Чжан Чжихуа, Ли Юнь 2021: 56). Бирмингемский центр исследования современной культуры<sup>2</sup> считает, что молодежная субкультура инкорпорирует, растворяет в себе доминирующую культуру. Но сегодня, с широким распространением Интернета мы видим, что молодежная Интернет-субкультура не только не растворяет доминирующую культуру, но и делает ее все более и более значимой, что понимается как обратное продвижение доминирующей культуры молодежной субкультурой в условиях Интернет-мышления. Современные молодежные группы как «аборигены Интернета» постепенно осваивают дискурсивную власть новых медиа и технологических инноваций и являются ключевыми группами в Интернет-пространстве, а также распространителями и лидерами ценностей Интернет-

<sup>1</sup> Технология «Голубой лев». Реклама информационного потока Bilibili. / Технология «Голубой лев»– 2022. URL: <http://www.qqad.com.cn/bilibili/> (дата обращения: 26.10.2023).

<sup>2</sup> Бирмингемский центр исследования современной культуры: Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS). Он также известен как Бирмингемская школа культурных исследований или британских культурных исследований. В период с 1964 по 2002 год Центр сыграл значительную роль в развитии культурных исследований.

культуры, использующими свою уникальную эстетику и культурные ориентации для самовыражения молодежных Интернет-субкультур. В процессе постоянных столкновений и притирок между молодежной Интернет-субкультурой и доминирующей культурой проявляется тенденция к обсуждению и тесному взаимодействию по мере углубления взаимного воздействия.

С одной стороны, под призывом и управлением доминирующей культуры молодежная Интернет-субкультура сближается с ней, трансформируется в нее и, таким образом, включается в доминирующий культурный порядок. Новогодняя вечеринка, организованная Bilibili для молодежных групп, является типичным примером интеграции молодежной Интернет-субкультуры в доминирующую культуру. В качестве примера можно привести первую новогоднюю вечеринку «Самая красивая ночь 2019 года». По состоянию на 5 ноября 2023 года общий объем трансляций достиг 150 млн, комментариев Даньму – 4 776 000. Помимо элементов, связанных с субкультурой АКИ (Анимация, Комиксы и Игры), программа «красной культуры» также любима всеми. Исполнение таких песен, как «Хуася», «Китайская военная душа», «Гордый подросток», вызвало патриотический ажиотаж среди молодежных групп, «В этой жизни без сожаления в Хуася, а в следующей жизни еще родились в Китае», «Вставайте, пожалуйста», «Китайский красный», «Топоним + кролик» и другие Даньму заполнили экраны (рис. 1). Это одновременно отдало дань уважения классике, распространило доминирующую культуру и усилило её влияние на молодых людей. Кроме того, такие программы, как «Китайцы», «В погоне за мечтой с чистым сердцем», «Встреча в Ухане» и «Родина не забудет» в 2020 году; «Могущественная империя Цинь», «Красный 2021» и «Посылаю тебе маленький красный цветок» в 2021 году; «Пламя молодости», «Картина гор и рек», «Китайцы танцуют только под китайскую дискотеку» и «Штрих китайского иероглифа» в 2022 году отражают запрос на «расширение прав» молодежной Интернет-субкультуры. Ежегодная «красная» программа – это не простая репродукция популярной молодежной субкультуры, а воссоздание соответствующей культурной символики, активное приближение к доминирующей культуре. Это позволит ранее нишевым субкультурам продвинуться на большую сцену. Что еще более важно, вечеринка – это не одномерное, неизобретательное транслирование ценностей доминирующей культуры, а их качественное сочетание с молодежной интернет-субкультурой. «Наибольшее значение имеет также именно выражение молодежной субкультуры в форме традиционных и мейнстримных программ. Это выражение доказывает единство молодежной субкультуры с современным доминирующим культурным ядром и расширяет права молодежной субкультуры» (Инь Миньцзе 2020: 61). «Право» в данном контексте – это сила контроля для достижения «самоэффективности», т.е. сила влияния на других людей, организации, общество и т.д. (Ли Цзин 2019: 41). Благодаря расширению прав молодежные интернет-субкультуры получают возможность повсеместного распространения. Новогодняя вечеринка Bilibili, таким образом, получила признание как молодежной группы, так и мейнстримного общества. Также она обозначила перспективу развития молодежных интернет-субкультур.

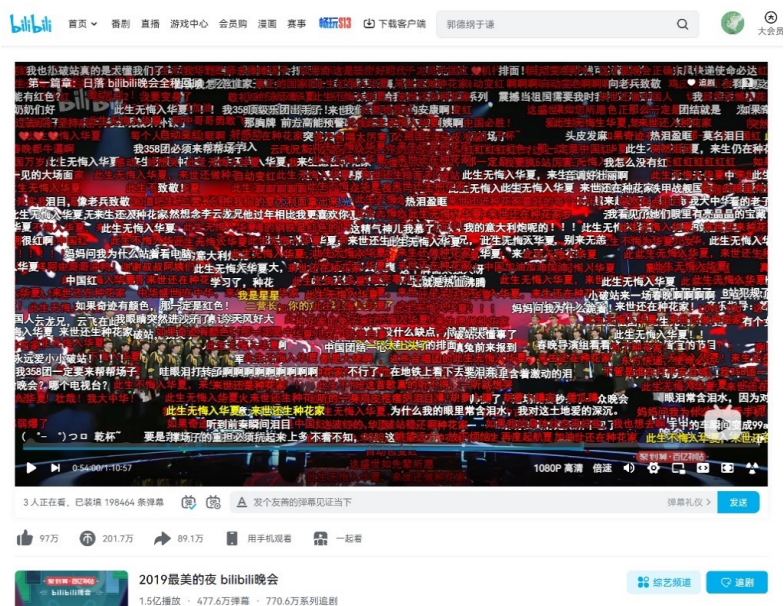


Рис. 1. Новогодняя вечеринка Bilibili: Самая красивая ночь 2019 года<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Источник: Новогодняя вечеринка Bilibili: Самая красивая ночь 2019 года // Сайте Bilibili.URL: [https://www.bilibili.com/bangumi/play/ss29067?spm\\_id\\_from=333.337.0.0](https://www.bilibili.com/bangumi/play/ss29067?spm_id_from=333.337.0.0) (дата обращения: 17.11.2023).

С другой стороны, доминирующая культура стремится преодолеть «барьер двумерного мира» и использует символы молодежной Интернет-субкультуры для проникновения ценностей и культурных концепций основного общества в эту субкультуру, чтобы добиться признания молодежной группы. Например, в случае с ЦК КСМК организация зарегистрировалась и работала в пробном режиме на платформе Bilibili в 2016 году, а в следующем году объявила о своем официальном присутствии. По состоянию на 5 ноября 2023 г. ЦК КСМК выпустил 4 506 видеороликов и 190 статей, набрав 10,821 млн. подписчиков, 250 млн. лайков и 2,4 млрд. воспроизведений. Являясь официальной организацией, ЦК КСМК распространяет свой контент с помощью новых медиаплатформ, представленных на сайте Bilibili. Это позволяет достичь слияния традиционных и новых медиа, а также обсуждения и взаимодействия доминирующей культуры и молодежной Интернет-субкультуры. В диалоге с молодежными группами ЦК КСМК внедряет новшества в повествовательное выражение и интерактивные режимы, таким образом он сближается с молодежными группами и одновременно мимикрирует под них.

Это проявляется в разных аспектах. Во-первых, СМИ доминирующей культуры применяет в своем дискурсе выражения из субкультур. ЦК КСМК использует в названиях и обложках своих видеороликов эксклюзивную языковую символику в различных формах, включая китайские иероглифы, картинки, смайлики и т.д., в основном в виде самокритики, иронии и пародии. Например, видеоролик «Пользователи интернета: кто научил пожарных снимать такие пропагандистские фильмы?» выражает уважение к китайским пожарным; «Впереди высокая энергия! Крайняя минута, чтобы увидеть гонку с жизнью пожарных, пользователи интернета: ни одно действие не бывает лишним!» позволяет увидеть процесс быстрого спасения китайских пожарных; «Это летательный аппарат или птица? Хищник: не могу сказать, не могу сказать вообще» представляет новый бионический летательный аппарат, разработанный в Китае. Языковые символы, циркулирующие в этих молодежных группах, «часто используют дурашливое отношение для деконструкции определенных проблем реальности, а их духовное ядро характеризуется субкультурой» (Мэн Чуньсяо 2023: 177). «В определенном смысле дурашливое выражение молодежных субкультур – это способ самоидентификации молодежных групп, отличающихся от доминирующей культуры» (Фань Цзяцзюнь 2021: 93). Кроме того, средства массовой информации доминирующей культуры создают повествования через концептуализацию молодежных субкультур или использование субкультурных форм. Например, внутренняя логика некоторых пропагандистских видеороликов ЦК КСМК заключается в использовании концепта «горячая кровь». Видеоролик «Потрясающе! 90 секунд нашего пути к исполнению мечты!» сделан путем монтажа вдохновляющих образов и сочетания их с динамичной музыкой, что создает вдохновляющее настроение. Этот способ выражения неоднократно использовался ЦК КСМК в национальных выпусках и пропагандистских видеороликах.

Во-вторых, персонификация образа вызывает идентификацию молодежной группы с доминирующей культурой. ЦК КСМК называет себя на платформе Bilibili «Туаньтуань» и, используя концептуализацию антропоморфной культуры в виртуальных субкультурах, придает виртуальному образу «Туаньтуань» человеческие эмоциональные краски, а в названиях выпускаемых им видеороликов отражает тональность и эмоции молодежи. Игривый стиль языка, идолизированный образ «Туаньтуань», и обращение к поклонникам по имени «Туаньцзы» сблизили ЦК КСМК с молодежной группой. В то же время взаимодействие «Туаньтуань» с поклонниками соответствует субкультуре фэндома, образ «Туаньтуань» – предпочтениям молодежи, а содержание коммуникации более приемлемо для молодых людей.

В-третьих, доминирующая культура привлекает лидеров субкультур для создания множественных повествований с целью преодоления их изоляции. «UP-чжу» называют тех, кто загружает контент на платформу Bilibili. Лучшие из них имеют миллионы подписчиков и могут считаться лидерами мнений в различных субкультурах, обладая определенной дискурсивной властью. Они умело используют язык и символы, популярные в молодежной среде, разрушая барьер между доминирующей культурой и молодежными пользователями. Например, видеоролик «Как избывать исторический нигилизм» был выпущен ЦК КСМК совместно с UP-чжубilibili «硬核的半佛仙人» (yìng hé dé bàn fó xiān rén). В нем пародируется речевой стиль молодых людей, используются веселая фоновая музыка и забавные смайлики. Результат понравился Даньму пользователям: «Это невероятно, это как сон» (из комментариев к ролику). Кроме того, ЦК КСМК в сотрудничестве со многими UP-чжу выпустил большое количество видеороликов с положительной энергией, таких как «蜀黍举个栗子» (shǔshǔjǔgèlǐzi) «玉渊谭天» (yùyuāntāntiān) «开普勒星人» (Звезда Кеплера) и «老番茄» (Старый помидор). Количество и масштабы поклонников звездных кумиров нельзя недооценивать. Для привлечения этой субкультурной группы ЦК КСМК также приглашал молодежных кумиров. Например, в 2022 году по случаю Дня молодежи четвертого мая он пригласил молодого певца Чжоу Шэнь записать песню «Там я», посвященную поколению молодых людей, которые не доживают до времени взросления. Такой видеоролик в значительной степени повлиял на культурное самосознание молодежной группы.

Итак, доминирующая культура использует символы молодежных субкультур, чтобы ослабить конфронтацию между ними. Видеоколлажи с элементами субкультур легко привлекают внимание молодежных групп, а также смягчают серьезность доминирующей культуры. ЦК КСМК выступает с инициативой включения субкультурной символики в дискуссии молодежных групп, использует в видеороликах смайлики и карикатурные иллюстрации, применяя функции языка Интернета для выражения мнения через самоиронию и сарказм, формирует «панчлайн» в процессе взаимодействия со зрителями, чтобы продемонстрировать близость к молодежным группам. Для выражения своих взглядов и эмоций пользователи платформы Bilibili используют языковой стиль своего круга, что с большей вероятностью вызовет эмоциональный резонанс. В 2022 году ЦК КСМК инициировал «Программу звезд» для подачи проектов в честь 100-летия Комсомола Китая, поощряя молодежные группы выражать свои взгляды на работу, жизнь и т. д. инновационными способами. Пользовательские группы в разных зонах Bilibili объединили свою культуру и сделали римейк некоторого контента, опубликованного ЦК КСМК. Доминирующая культура использует элементы культуры, предпочитаемые молодежными группами, для интерактивных обменов для распространения своих ценностей.

Подводя итоги, следует сказать, что еще существует некоторая граница между молодежной Интернет-субкультурой и доминирующей культурой. Но в последние годы они активно сближаются. Сохраняя свои особенности, обе культуры проявляют стремление к обсуждению и тесному взаимодействию. Развитие социальных медиаплатформ предоставило пространство для контакта между доминирующей культурой и молодежной Интернет-субкультурой.

#### **Выводы**

Китайская молодежная Интернет-субкультура вступает в период национализма и, согласно делению культурных типов, предложенному М. Мид, относится к префигуративной культуре. В социальном контексте Китая отношения между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой отличаются от «инкорпорации» Бирмингемского центра исследования современной культуры и того, что китайские ученые называют «слиянием». На данном этапе молодежная интернет-субкультура не становится частью доминирующей культуры, а сохраняет свою уникальность и ценность, но и не протестует против ценностей мейнстрима. С одной стороны, под призывом и управлением доминирующей культуры молодежные группы больше не ограничиваются своими первоначальными нишевыми субкультурными кругами, а активно добавляют ее элементы, такие как патриотизм, демонстрируя тенденцию к сближению. Благодаря расширению прав и возможностей, молодежная интернет-субкультура начинает распространяться от узкой группы к массам. С другой стороны, представители доминирующей культуры используют язык молодежной Интернет-субкультуры, что позволило добиться признания молодежной группой ценностей и культурных концепций основного общества. СМИ доминирующей культуры сняли антагонистические отношения с молодежными группами, соединив субкультурные элементы, сформировав персонифицированные образы и объединив лидеров субкультурных кругов в своих проектах. В частности, они использовали характерные для Bilibili особенности создания видеороликов для расширения участия молодежных групп и достижения цели взаимодействия доминирующей культуры с молодежными Интернет-субкультурами. Обе культуры прошли путь от возведения барьеров противостояния на начальном этапе к активному сближению, обсуждению и совместной активности друг с другом. Взаимное примирение между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой постепенно формирует сбалансированный и гармоничный режим совместной жизни – эти две культуры воздействуют друг на друга и развиваются по отдельности, осторожно взаимодействуют и смело внедряют инновации.

#### **Список источников**

Ван Минцзинь. Будущее глобального управления интернет-пространством: Суверенитет, конкуренция и консенсус // Народный форум – Академический рубеж. 2016. № 4. С. 15–23.

Ван Мэнде, Чжан Мань. Сопrotивление, преодоление барьеров, вместе: Исследование реальности и пути поворота молодежной субкультуры в Интернете к мейнстриму // Журнал социалистической теории руководства. 2023. № 3. С. 99–106.

Ван Синьюй. Исследование трансформации отношений между молодежной интернет-субкультурой и доминирующей культурой в постмодернистском контексте. Цзинань: Шаньдунский педагогический университет, 2022. 114 с.

Инь Миньцзе. Исследование новогодней вечеринки 2019 года на платформе Bilibili с точки зрения молодежной субкультуры // Сфера вещания. 2020. № 2. С. 60–67.

Ли Цзин. Захват и расширение прав и возможностей фанатской культуры вертикальными эстрадными шоу // Современное телевидение. 2019. № 10. С. 39–42.

Ма Чжунхун. Новые медиа и молодежный субкультурный поворот // Литература и искусствоведение. 2010. № 12. С. 104–112.

Мэн Чуньсяо. Исследование коммуникационной стратегии доминирующей культуры Центрального комитета Коммунистического союза молодежи Китая на платформе Bilibili // Западнокитайское вещательное телевидение. 2023. № 15. С. 176–178.

Фань Цзяцзюнь. Характеристики и ценности молодежной субкультуры // Народная трибуна. 2021. № 702. С. 92–94.

Хуан Лин. Мейнстримные СМИ «разрывают круг общения»: Слияние и симбиоз доминирующей культуры и молодежной субкультуры // Китайский журналист. 2021. № 4. С. 24–27.

Цзэн Иго. Новая волна: Смена поколений и субкультурный поворот современной молодежи в Китае // Вестник Гуанчжоуского университета (издание по общественным наукам). 2022. № 1. С. 52–63.

ЦюЮе, Чжан Фугуй. Диалог между доминирующей культурой и молодежной субкультурой в Новая медиасреда // Вестник Цзилиньского педагогического университета (издание «Гуманитарные и социальные науки»). 2017. № 3. С. 88–95.

Чжан Чжихуа, Ли Юнь. Когда «межпоколение» встречает сеть: сосуществование и взаимопроникновение молодежной субкультуры и доминирующей культуры // Современное Аудио-видео Искусство. 2021. № 6. С. 55–59.

Чжу Ли, Ван Пэн. Исследование стратегии интеграции доминирующей культуры и молодежной субкультуры с точки зрения субкультурного капитала // Журнал исследований новостей. 2020. № 19. С. 20–21.

Чнь Сайцзинь. Исследование изменений молодежной субкультуры в Интернете в Китае за последние тридцать лет // Исследование молодежи Китая. 2023. № 3. С. 83–89.

Чнь Цзюнькэ, Ма Цзяоян. Взаимосвязь молодежной субкультуры и доминирующей культуры // Журнал ювенальных исследований. 2016. № 6. С. 10–13.

Mead M. *Culture and Commitment: A Study of the generation gap*. New York: Natural History Press, 1970. 91 p.

#### References

CHEN Junke, MA Jiaoyang. (2016). Youth Subcultures Revisited in Relation to Mainstream Culture [青年亚文化与主流文化关系的再审视]. *Journal of Juvenile Studies* [青少年学刊], 6, 10-13. (In Chinese).

CHEN Saijin. (2023). A study on the changes of youth Internet subculture in China over the past thirty years [近三十年中国网络青年亚文化变迁研究]. *China Youth Study* [中国青年研究], 3, 83-89. (In Chinese).

FAN Jiajun. (2021). Characteristics and values of youth subculture [青年亚文化的特征与价值审视]. *People's Tribune* [人民论坛], 702, 92-94. (In Chinese).

HUANG Ling. (2021). Mainstream media “breaking the circle of communication”: The merger and symbiosis of dominant culture and youth subculture [主流媒体“破圈传播”: 主流文化与青年亚文化的融合共生——从说唱两会看主流媒体重大主题报道创新]. *Chinese Journalist* [中国记者], 4, 24-27. (In Chinese).

LI Jing. (2019). Capturing and empowering fan culture by vertical variety shows [垂直类综艺节目对粉丝文化的占位与赋权]. *Contemporary TV* [当代电视], 10, 39-42. (In Chinese).

MA Zhonghong. (2010). New Media and the Youth Subcultural Turn [新媒体与青年亚文化转向]. *Literature and Art Studies* [文艺研究], 12, 104-112. (In Chinese).

MENG Chunxiao. (2023). A study on the communication strategy of the dominant culture of the Central Committee of the Communist Youth Union of China Central Committee on Bilibili platform [共青团中央在哔哩哔哩平台的主流文化传播策略研究]. *West China Broadcasting TV* [西部广播电视], 15, 176-178. (In Chinese).

QIU Yue, ZHANG Fugui. (2017). Dialogue between Mainstream Culture and Youth Subculture in the New Media Environment [新媒体环境下主流文化与青年亚文化的对话]. *Journal of Jilin Normal University (Humanities & Social Science Edition)* [吉林师范大学学报(人文社会科学版)], 3, 88-95. (In Chinese).

WANG Mengdie, ZHANG Man. (2023). Resisting, overcoming barriers, together: Exploring the reality and journey of turning an online youth subculture towards the mainstream [抵抗·破壁·同行: 网络青年亚文化主流化转向的现实审思与路径探析]. *Journal of Socialist Theory Guide* [理论导刊], 3, 99-106. (In Chinese).

WANG Mingjin. (2016). The Future of the Global Cyberspace Governance: Sovereignty, Competition and Consensus [全球网络空间治理的未来: 主权、竞争与共识]. *People's Forum – Academic Frontier* [人民论坛·学术前沿], 4, 15-23. (In Chinese).

WANG Xinyu. (2022). Research on the Relationship Transformation between Internet Youth Subculture and Mainstream Culture in Postmodern Context [后现代语境下网络青年亚文化与主流文化关系转向探究]. *Ji'nan: Shandong Normal University* [山东师范大学], 114 p. (In Chinese).

YIN Minjie. (2020). A study of the 2019 New Year's Eve party on the Bilibili platform from the perspective of youth subculture [青年亚文化视角下的Bilibili平台的2019年跨年晚会研究]. *Broadcasting Realm* [视听界], 2, 60-67. (In Chinese).

ZENG Yiguo. (2022). New Wave: Intergenerational Change and the Subcultural Turn of Contemporary Youth in China [后浪: 代际更迭与我国当代青年亚文化的转向]. *Journal of Guangzhou University (Social Science Edition)* [广州大学学报(社会科学版)], 1, 52-63. (In Chinese).

ZHANG Zhihua, LI Yun. (2021). When “intergeneration” meets the net: the coexistence and interpenetration of youth subculture and dominant culture [当“代际”遇见网络: 青年亚文化与主流文化的共存与交融]. *Modern Audio-video Arts* [现代视听], 6, 55-59. (In Chinese).

ZHU Li, WANG Peng. (2020). Research on the Integration Strategy of Mainstream Culture and Youth Subculture under the Perspective of Subcultural Capital [亚文化资本视域下主流文化与青年亚文化融合策略研究]. *Journalism Research Directory* [新闻研究导刊], 19, 20-21. (In Chinese).

Margaret Mead. (1970). *Culture and Commitment: A Study of the generation gap*. New York: Natural History Press, 91 p.

**Информация об авторах**

**Чжан Хайчао** – аспирант кафедры культурологии и СКД Уральского федерального университета имени первого президента России Б. Н. Ельцина.

**Л. Е. Добрейцина** – кандидат культурологии, доцент Уральского федерального университета имени первого президента России Б. Н. Ельцина.

**Information about authors**

**Zhang Haichao** – PhD student of Cultural Studies at the Ural Institute of Humanities “Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin”.

**Lidia E. Dobreitsina** – Candidate of Cultural Studies, Associate Professor at the Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin.

Статья поступила в редакцию 15.02.2024; одобрена после рецензирования 18.03.2024;  
принята к публикации 28.03.2024.

The article was submitted 15.02.2024; approved after reviewing 18.03.2024;  
accepted for publication 28.03.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.  
The author declares no conflicts of interests.