

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-1-151-162

EDN: SZHTRS

УДК 316.774:004.738.5(470)

Научная статья / Research article

Амбивалентность ценностей успеха в российском цифровом дискурсе

М.В. Григорьева^{id}✉, С.А. Зверев^{id}, Е.А. Кожемякин^{id}

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Российская Федерация
✉mariya.grigoreva@hse.ru*

Аннотация. Цель статьи – выявление устойчивых стратегий репрезентации успеха в российском сегменте социальных сетей и связанных с ними ценностных нарративов. Предметом анализа выступают цифровые самопрезентации пользователей, демонстрирующих достижения, признание или преодоление трудностей. Эмпирической базой исследования стал корпус из более чем 2 млн сообщений, собранных из открытых источников с помощью системы Brand Analytics. Методологически работа основана на сочетании количественного (тематическая классификация с использованием LDA, кластеризация) и качественного контент-анализа. Теоретическая рамка включает драматургическую модель И. Гофмана, а также концепции цифровой самопрезентации и микрознаменитости. В результате выделены основные сюжеты цифрового дискурса успеха: демонстрация высокого потребления, признание усилий и пользы обществу, преодоление сложностей. Выявлены визуальные и вербальные стратегии, включая применение иронической дистанции как способа смягчения социальной обязательности быть успешным. Особое внимание уделено соотношению между индивидуалистскими и коллективистскими основаниями представлений об успехе. Исследование демонстрирует существование в российском онлайн-дискурсе устойчивого канона успеха, встраиваемого в повседневные цифровые практики и подкрепляющего социальные нормы через механизмы публичной самопрезентации.

Ключевые слова: успех в цифровой среде, самопрезентация, социальные сети, визуальные стратегии, ценностные ориентации, цифровая культура, культурные нормы

Вклад авторов. Разработка концепции исследования, редактирование рукописи – С.А. Зверев; сбор материалов, анализ данных и написание рукописи – М.В. Григорьева; интерпретация данных и редактирование рукописи – Е.А. Кожемякин. Все авторы прочли и одобрили окончательную версию рукописи.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

© Григорьева М.В., Зверев С.А., Кожемякин Е.А., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Финансирование. Статья подготовлена в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (тема № ФИ–2025–83 «Современные технологии социально-политической коммуникации»).

История статьи: поступила в редакцию 16 октября 2025 г.; отрецензирована 19 ноября 2025 г.; принята к публикации 8 декабря 2025 г.

Для цитирования: Григорьева М.В., Зверев С.А., Кожемякин Е.А. Амбивалентность ценностей успеха в российском цифровом дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 1. С. 151–162. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-151-162> EDN: SZHTRS

Ambivalence of Success Values in Russian Digital Discourse

Maria V. Grigoreva^{ID}✉, Sergei A. Zverev^{ID},
Evgeny A. Kozhemyakin^{ID}

HSE University, Moscow, Russian Federation
✉mariya.grigoreva@hse.ru

Abstract. The article aims to identify stable strategies for representing success in the Russian segment of social media and the value narratives associated with them. The study focuses on digital self-presentations in which users showcase achievements, recognition, or overcoming hardship. The empirical basis comprises a corpus of over two million posts and comments collected from open sources using the Brand Analytics platform. The methodology combines quantitative techniques (LDA topic modeling, clustering) with qualitative content analysis. The theoretical framework draws on Erving Goffman’s dramaturgical model, as well as the concepts of digital self-presentation and micro-celebrity. The analysis reveals dominant themes in the discourse of success, including displays of consumption, recognition of effort and social benefit, and narratives of perseverance. Both visual and verbal strategies are examined, particularly the use of ironic distance to mitigate the societal pressure to appear successful. Special attention is paid to the interplay between individualistic and collectivist conceptions of success. The findings suggest the emergence of a stable visual and rhetorical canon of success within Russian online discourse, reinforcing social norms through everyday digital performances.

Keywords: success in digital space, self-presentation, social media, visual strategies, value orientations, digital culture, cultural norms

Authors’ contribution. Conceptualization of the study & manuscript editing – Sergei A. Zverev; data collection, data analysis & manuscript writing – Maria V. Grigorieva; data interpretation & manuscript editing – Evgeny A. Kozhemyakin. All authors have read and approved the final version of the manuscript.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Funding. The article was prepared at the National Research University Higher School of Economics as part of a government-funded research project of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (project No. FI-2025-83 “Modern Technologies of Socio-Political Communication”).

Article history: submitted October, 16 2025; revised November 19, 2025; accepted December 8, 2025.

For citation: Grigoreva, M.V., Zverev, S.A., & Kozhemyakin, E.A. (2026). Ambivalence of Success Values in Russian Digital Discourse. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(1), 151–162. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-151-162> EDN: SZHTRS

Введение

С распространением социальных сетей репрезентация успеха приобретает новые формы и значения. В цифровой среде пользователи конструируют свои образы, демонстрируя достижения и «идеальные» аспекты жизни широкой аудитории (Hjetland et al., 2022). Такое публичное самовыражение служит индикатором ценностных ориентаций и одновременно влияет на формирование социальных норм (Shin, Seock, 2022). Репрезентации отражают актуальные культурные модели и представления, в частности стремление к материальному достатку, профессиональным высотам или общественному признанию. Кроме того, нормы успешности, транслируемые через соцмедиа, воздействуют на аудиторию: приводят к подражанию, формируют ожидания, влияют на психологическое благополучие (Shin, Seock, 2022). Наконец, российский контекст успеха имеет свою специфику, обусловленную историческим пересечением коллективистских ценностей и новой рыночной идеологии. В современной России феномен успеха вызывает повышенный интерес общества и нередко становится предметом дискуссий о сочетании традиционных идеалов и западных моделей достижения целей (Бельцова, 2012).

Исследование опирается на теоретическую рамку драматургической модели И. Гофмана (2000), а также концепты цифровой самопрезентации и микрознаменитости (Marwick, 2015). Эти подходы позволяют рассматривать высказывания пользователей как действия по конструированию образа «успешного Я» в цифровой среде.

Настоящее исследование нацелено на выявление и анализ того, каким образом пользователи русскоязычных социальных сетей репрезентируют успех и связанные с ним ценности. Специфика материала – данные социальных медиа позволяют увидеть спонтанно артикулируемые и стихийно распространяющиеся нарративы успеха, в которых проявляются культурные нормы и ценностные установки. Не все сообщения являются полностью «естественными» в строгом социологическом смысле – часть из них подготовлена заранее и подчиняется логике жанра (мотивационные видео, поздравления и др.). Однако даже эти сообщения оказываются индикативными: они транслируют представления об успехе, считающиеся приемлемыми и желательными для широкой аудитории. Такой подход дает возможность сравнить данные с уже известными из литературы концепциями (например, с драматургической теорией самопрезентации И. Гофмана (2000)) и выявить особенности именно российского цифрового дискурса успеха.

Теоретическое обоснование

Явление самопрезентации успеха изучалось в разных контекстах – от классических социологических теорий взаимодействия до современных исследований цифровой культуры. Еще в середине XX в. Ирвинг Гофман в работе «Представление себя в повседневной жизни» показал, что в социальном взаимодействии индивиды выступают как «актеры», разыгрывающие определенные роли перед аудиторией ради управления впечатлением (2000). Успех в гофмановском изложении – это успешное выполнение социальной роли, признанной окружающими. В условиях наличия и доступности социальных медиа эта модель приобретает дополнительный смысл: онлайн-платформы предоставляют постоянную «сцену» для демонстрации достижений и статусов, пользователи сами отбирают контент для публикаций о себе. Как отмечают исследователи, в социальных сетях происходит усиление перформативности: люди не просто сообщают о своих успехах, но и стремятся оформить их как контент для подписчиков. Так, Элис Марвик вводит понятие «микрорезнаменитость», показывая, как обычные пользователи применяют практики саморекламы, свойственные знаменитостям, чтобы привлечь внимание и повысить свой онлайн-статус (Marwick, 2015). Внимание аудитории трансформируется в «валюту успеха», а количественные метрики платформ – лайки, подписчики, просмотры – в знаки социального одобрения. Архитектура социальных медиа сама стимулирует пользователей соревноваться в успешности. По словам Марвик, алгоритмы и культура Web 2.0 поощряют постоянное самопродвижение и состязание за внимание (Marwick, 2015).

Наряду с поощрениями цифровая среда формирует и нормы вокруг демонстрации успеха. Исследователи отмечают двойственность: с одной стороны, соцсети стимулируют демонстрацию достижений, а с другой – существует риск негативной реакции аудитории. Лента, заполненная идеализированными снимками с чужими успехами, способна породить у наблюдателей неудовлетворенность собственной жизнью и зависть (Carraturo и др., 2023). А зависть в свою очередь нередко выражается в стремлении обесценивать или высмеивать успехи других людей (Lange и др., 2018).

Российский контекст вносит ряд дополнительных нюансов в понятие успеха. Существует расхождение между «западной» моделью успешности, сконцентрированной на индивидуальных достижениях, карьере и общественном признании, и российскими представлениями (Бельцова, 2012). Западный идеал зачастую ставит во главу угла личный успех, измеряемый общественным признанием, богатством, славой (Бельцова, 2012). Российская же модель, по мнению исследователей, противоречива: в ней переплетены традиционные ценности (семья, духовность, коллективизм) и рыночные устремления (карьера, материальное благополучие, индивидуализм) (Бельцова, 2012). Эмпирические исследования выявляют сегментацию в ценностях успеха среди разных социальных групп. Например, опрос 4000 россиян показал существование категорий вроде «новые консерваторы» (ценящие семью и интересную работу,

но отвергающие соревнование «жить не хуже других») и «самодостаточные собственники» (ориентированные на материальные признаки успеха – собственность, доход – и критично оценивающие свои достижения) (Темницкий, 2018). Это указывает, что единого подхода к успеху и его артикуляции нет.

Особенно интересны ценности молодого поколения. Опросы фиксируют, что материальные и карьерные критерии прочно вошли в представление российских подростков и молодежи об успехе. Более половины респондентов 14–35 лет связывают успех прежде всего с интересной работой (56 %) и высоким уровнем материального достатка (55 %)¹. Создание крепкой семьи считается важным аспектом (около половины – 46–60 % – включают его в критерии успеха), хотя непосредственное наличие детей называется существенно реже. При этом, как показывают данные нашего исследования, семья и карьера в пользовательских нарративах не воспринимаются как взаимоисключающие ориентиры, они чаще представлены как взаимодополняющие и даже обязательные составляющие полноценной, «успешной» жизни. Напротив, такие аспекты, как общественное признание или вклад в благополучие других, ценятся молодежью значительно меньше: в исследовании лишь около 11 % указали общественное признание, всего 5–6 % – «счастье других людей» как значимую ценность.

Репрезентация успеха в социальных сетях таким образом формируется на пересечении глобальных трендов (перформативная самопрезентация, культ индивидуальных достижений) и локальных особенностей (ценность семьи, слабая выраженность идеала «счастья других людей»). Одна из задач исследования – увидеть, как эти тенденции реализуются на практике в российском сегменте соцмедиа.

Материалы и методы

Исследование опирается на сочетании количественных и качественных методов анализа большого корпуса текстов социальных сетей (посты, комментарии). Данные были собраны с помощью системы мониторинга Brand Analytics: выгружено свыше 2 млн публичных сообщений на русском языке, опубликованных с сентября 2023 по сентябрь 2024 г.

В данном исследовании под цифровым дискурсом и цифровой средой понимаются не только социальные сети в узком смысле, но и более широкий спектр публичных цифровых платформ, охватываемых системой мониторинга Brand Analytics. В выборку вошли сообщения из социальных сетей («ВКонтакте», «Одноклассники», Rutube, YouTube и др.), блогов, форумов, сайтов отзывов, телеграм-каналов и открытых чатов.

Для отбора данных была использована лексическая фильтрация: на основе предварительного анализа были определены 38 устойчивых фраз-маркеров, указывающих на рассуждения о жизненных ценностях (например, «Моя

¹ См.: Ежегодный мониторинг ценностных ориентаций современной молодежи: аналитический отчет по результатам исследования 2022 г. // Федеральный проект «Патриотическое воспитание граждан РФ». М. : Институт воспитания, 2022. 8 с.

жизненная цель...», «Для меня важно...», «Я горжусь тем, что...» и т.п.). Эти фразы-фильтры позволили сфокусироваться на сообщениях, в которых авторы намеренно артикулируют свои ценностные установки, исключив из выборки случайные бытовые высказывания. Благодаря такому отбору обеспечилась содержательная релевантность данных, хотя остаются ограничения репрезентативности. Полученный корпус прошел стандартные этапы предобработки (очистку от шумовых символов, удаление дубликатов (репостов), лемматизацию и удаление стоп-слов).

Для автоматического анализа тематики был применен метод латентного размещения Дирихле (Latent Dirichlet Allocation, LDA). Учитывая большой объем и разноплановость текстов, модель была обучена выделять относительно большое число тем ($K = 5000$) – это дало возможность дифференцировать даже близкие по смыслу ценностные сюжеты. Каждая полученная LDA-тема характеризовалась списком наиболее вероятных слов. На следующем этапе близкие по смыслу темы были объединены в укрупненные кластеры с помощью кластеризации k -средних на основе контекстных векторных представлений слов. Всего было выявлено 25 кластеров, охватывающих основные ценностные ориентации российских пользователей социальных сетей (табл.). Мы подчеркиваем пересекаемость ценностных кластеров: одно сообщение может относиться к нескольким темам (например, семья, справедливость, патриотизм).

Распределение кластеров в корпусе данных

Кластер	Сообщения, %
Семья и взаимоотношения	56
Открытость и добрососедство	37
Гордость и патриотизм	36
Поддержка и сотрудничество	33
Развитие и самосовершенствование	25
Знания и наставничество	19
Доброта и человечность	17
Справедливость и равенство	15
Совершенство и профессионализм	11
Щедрость и милосердие	11
Надежда и вера	10
Память и традиции	10
Стойкость и смелость	10
Здоровье и безопасность	8
Служение и лидерство	7
Комфорт и спокойствие	5
Вдохновение и оптимизм	5
Достижения и успех	5
Гибкость и адаптивность	3
Выбор и право	3
Культура и наследие	2
Красота и эстетика	2
Уверенность и независимость	2
Энергия и спорт	1
Природа и экология	1

Источник: составлено М.В. Григорьевой, С.А. Зверевым, Е.А. Кожемякиным.

Distribution of clusters in the data corpus

Cluster	Messages, %
Family and relationships	56
Openness and good-neighborliness	37
Pride and patriotism	36
Support and cooperation	33
Growth and self-improvement	25
Knowledge and mentorship	19
Kindness and humanity	17
Justice and equality	15
Excellence and professionalism	11
Generosity and compassion	11
Hope and faith	10
Memory and traditions	10
Resilience and courage	10
Health and safety	8
Service and leadership	7
Comfort and tranquillity	5
Inspiration and optimism	5
Achievement and success	5
Flexibility and adaptability	3
Choice and rights	3
Culture and heritage	2
Beauty and aesthetics	2
Confidence and independence	2
Energy and sports	1
Nature and environment	1

Source: compiled by Maria V. Grigoreva, Sergei A. Zverev, Evgeny A. Kozhemyakin.

Для каждого кластера были определены названия и краткие описания. В частности, кластер, содержащий слова «успех, цель, карьера, богатство, победа», получил название «Достижения и успех». Этот кластер соответствует категориям самоутверждения и достижений в типологиях ценностей, например по Ш. Шварцу (Schwartz, 1994).

В рамках данной статьи фокус сделан именно на кластере «Успех и достижения», то есть на тех сообщениях, в которых пользователи явно обсуждают тему личного успеха. Для углубленного анализа были отобраны характерные примеры сообщений из данного кластера. Применялся метод качественного контент-анализа: тексты читались и разбивались на смысловые фрагменты, отражающие различные аспекты репрезентации успеха. Также сообщения анализировались на наличие специфически российских мотивов, таких как акцент на коллективном благе или, наоборот, сдержанность в демонстрации личных достижений. Приводимые в тексте примеры цитат из сообщений являются дословными (орфография приближена к литературной для удобства чтения) и служат иллюстрацией выявленных тенденций.

Выявленные ценностные кластеры, в том числе «успех», прошли валидацию экспертами: их содержание не противоречит известным социологическим теориям, а напротив, обогащает их конкретным эмпирическим материалом.

Результаты и обсуждение

В кластере «Успех и достижения» (72 тыс. сообщений) содержатся как личные истории, так и публичные сообщения (новости, поздравления, мотивационные цитаты) – все они объединены тем, что авторы явно оценивают определенные достижения как значимые. Можно выделить несколько интерпретационных репертуаров.

1. Перечисление достижений и демонстрация статуса (48,7 % корпуса данных). Авторы упоминают полученные награды, должности, приобретения. Такие посты могут быть оформлены как личные отчеты («наконец-то добился...»), благодарности аудитории за поддержку или как фактическое извещение. В других случаях пользователи делятся личными вехами: окончание университета, получение водительских прав, покупка квартиры.

Интересно, что прямая демонстрация достижений обычно смягчается контекстом или языком. В русскоязычном дискурсе пользователи стараются избежать высокомерного тона.

За год я основал бизнес и привлек в него 17 000 000 рублей инвестиций, параллельно выпускаясь из вуза.

Я защитила диплом на отлично.

Впервые в жизни пробежал марафон (42 км 195 м).

Пользователи также акцентируют внимание на признаках внешнего признания своих достижений. Успех в этом случае подтверждается оценкой извне – награды, профессиональные регалии или числовые метрики вовлеченности.

2. Репертуар преодоления и упорного труда – 31,4 %. Значимая часть сообщений об успехе представлена в виде историй, в которых акцент сделан не столько на конечном результате, сколько на пути к нему. Такой нарратив преодоления широко распространен: ценится идея, что успех добыт ценой усилий, через препятствия. Пользователи рассказывают о трудностях, которые пришлось преодолеть, тем самым легитимируя свой успех как заслуженный. Подобные высказывания часто сопровождаются хештегами #мотивация, #успех, #цель (12,5 % репертуара).

Через боль рождаются успешные люди.

Легких путей не бывает: упорный труд – единственный ключ к успеху.

Мы на десять лет раньше закрыли (ипотеку)! Теперь квартира полностью наша, хотя это стоило нам очень больших усилий, иногда сверхусилий.

Мотив усилия и труда почти всегда противопоставляется идее легкого, случайного везения. Российские пользователи склонны скептически относиться к «быстрому успеху без труда». Встречаются ироничные замечания об «успешном успехе», намекающие на пустой пафос без содержания. Гораздо чаще продвигается установка, что за любым достижением стоит невидимый объем работы. В мотивационных пабликах можно увидеть такую мысль: «Все самое сложное остается за кадром, а на поверхности – лишь красивая картинка успеха». В целом риторика упорного труда и саморазвития явно доминирует в обсуждениях успеха как своего рода легитимирующая идеология. Авторы

приписывают успех личным качествам: трудолюбию, целеустремленности, настойчивости, предприимчивости.

3. Успех как результат поддержки и совместных усилий – 21,6 %. В сообщениях репертуара успех репрезентируется не как исключительно индивидуальное достижение, а как результат коллективной работы и поддержки со стороны значимых других. Пользователи подчеркивают, что важную роль в достижении цели сыграли команда, наставники, семья или аудитория.

Я горжусь нашей сплоченной командой. Ваши старания, креативность и упорство сделали возможным то, чего мы уже достигли за эти 4 дня.

Каждая успешная история – это не только моя заслуга, но и заслуга тех, кто доверяет мне и моим методам.

Дорогая, спасибо большое за теплые слова. Мне очень приятно, и я горжусь вашими успехами в турецком языке. Но результат, который Вы получили, не только моя заслуга, но и Ваш труд и терпение.

Подобные формулировки отражают укорененное в российской культуре представление о том, что успех – не индивидуальное достижение, а должен быть разделен с другими. Такая риторика скромности и коллективного участия усиливает эмоциональный эффект и делает успех более «приемлемым» для публичной демонстрации.

4. Индивидуальный успех для одобрения общественностью должен быть представлен в контексте «вклада» в общее благо – 9,3 %. Например, успех военнослужащих, врачей, учителей представлен не просто как их личное достижение, а как гордость для страны, победа для народа. В патриотически окрашенных постах успех связывается со служением: герои достигают его «во благо Родины», «ради спасения жизней» и т.д. Однако в обычных пользовательских историях (не СМИ) подобные мотивы встречаются реже. Один из немногих примеров – волонтеры или социальные предприниматели, рассказывающие об успехах своих проектов помощи другим. Они акцентируют, что главным показателем успеха для них является количество спасенных или людей, получивших помощь.

Для нашей команды успех – это улыбки детей на празднике, который мы организовали.

Помочь человеку перейти от выгорания к прорыву стало для меня самой большой гордостью, и не из-за улучшенных показателей...

Мотив служения или общественного блага встречается эпизодически, главным образом, когда речь идет об успехах, встроенных в коллективистский контекст (успех команды, страны, благотворительного дела). Однако это скорее исключение: ценность успеха как служения явно уступает ценности успеха как самореализации.

5. Сдержанность и барьеры в демонстрации успеха – 17,4 %. Несмотря на обилие историй успеха, просматривается и тенденция сдержанности в их публичной трансляции. Российская культурная норма «скромности» ощущается и в цифровом дискурсе. На форумах и в комментариях можно встретить осуждающие высказывания, обвинения в преувеличении. Более того, сами

авторы начинают посты о достижениях ремарками, снижающими эффект «хвастовства». Это создает социальное «давление скромности».

Хвастаться неприлично...

Не люблю хвастаться, но уж очень просили...

Простите за саморекламу...

Кроме внешних, есть и внутренние сдерживающие факторы. Например, встречаются рассуждения, что *мои достижения еще недостаточно велики, чтобы о них говорить*. В ценностной картине успех – это что-то экстраординарное (миллионы, слава), а свои «маленькие победы» некоторые пользователи не считают достойными внимания. Что может формировать несколько фрустрирующую среду.

6. Баланс как альтернатива «достигаторству» – 12,8 %. В ряде сообщений успех противопоставляется гонке за достижениями. Пользователями артикулируется идея баланса между работой и личной жизнью.

Когда ты все время на связи... рано или поздно теряешь не только силы, но и близких.

Я так долго шел к этой должности, что не заметил, как мой сын вырос.

Подобные сюжеты указывают на появление «ценностного спроса» на устойчивые и гармоничные модели успеха.

Заключение

Подводя итог эмпирическому разделу, можно констатировать: образ успеха в российском сегменте соцсетей в основном складывается из комбинации личных достижений (карьера, материальный достаток), трудового вклада и преодоленных трудностей, подтверждения со стороны значимых других (общество, семья, эксперты) и умеренной скромности в подаче. Вместе с тем успех часто привязан к другим ценностям: он оправдан, если обеспечивает близких, или гордость за него разделяют окружающие. Эта взаимосвязь согласуется с выводами количественного этапа исследования: кластер «успех» положительно коррелирует с темами семьи и патриотизма. Иными словами, даже индивидуальный триумф воспринимается весомее, если он вписан в коллективный контекст.

На фоне глобального тренда на индивидуализм российские данные все же демонстрируют сильную связь успеха с семейно-коллективными ценностями. Успех нередко позиционируется как средство или условие исполнения долга перед близкими. Упоминания о том, что человек старается ради семьи, что успех позволяет ему заботиться о родителях или детях, – придают моральную окраску персональным достижениям. Аналогично, привязка к общественным категориям (страна, народ, команда) используется для возвышения успеха до «общезначимого» статуса: успех «принимается в расчет» тогда, когда окружающие тоже признают его. Настоящее исследование показало, что российская репрезентация успеха в соцсетях – это амбивалентное явление.

Полученные результаты согласуются с известными теориями, в частности подтверждают применимость гофмановской драматической модели к соцсетям: авторы действительно «играют роль» успешного человека перед публикой, стараясь соответствовать ее ожиданиям. Вместе с тем российский материал показывает и значимость локальных культурных сценариев, например сценария «тяжкого труда» или «семейного успеха», которые смягчают глобальный культ индивидуализма.

Исследование, несмотря на большой объем данных, имеет ряд ограничений. Во-первых, корпус сформирован на основе ключевых фраз о ценностях, что могло привести к смещению тематики: мы анализировали случаи, в которых авторы осознанно говорили об успехе. За кадром остались, например, слабовыраженные демонстрации успеха (фотографии без комментариев) или обсуждения успехов других людей. Во-вторых, наши данные охватывают период 2023–2024 гг. Картина может меняться со временем. Третье ограничение – отсутствие строгой статистической оценки для качественных наблюдений: мы привели типичные примеры, но не ставили цель количественно измерить долю каждого мотива. Кроме того, мы не дифференцировали результаты по социально-демографическим характеристикам авторов из-за анонимности значительной части данных. Возможно, разные поколения или социальные страты представляют успех несколько иначе. Это направление остается для дальнейшего изучения.

Научная новизна данного исследования заключается в том, что впервые на большом массиве эмпирических данных из российских социальных сетей проведен комплексный анализ цифровых репрезентаций успеха с опорой на количественные (LDA-моделирование, кластеризация) и качественные (контент-анализ) методы. Исследование выявляет особенности российской цифровой культуры: амбивалентность отношения к демонстрации успеха, значимость семейно-коллективных контекстов в легитимации достижений и ограниченность альтруистического нарратива. В отличие от преимущественно индивидуалистических моделей, доминирующих в западных исследованиях, представленная работа акцентирует роль социальных ожиданий, нормы скромности и поиска общественного одобрения как структурирующих элементов дискурса успеха в России.

References / Список литературы

- Beltsova, I. A. (2012). Success as a value in Russian media discourse (gerontological discourse). *Kazan Journal of Historical, Linguistic, and Legal Research*, 154(6), 161–168. (In Russ.) EDN: PUUPZT
Бельцова И.А. Успех как ценность в подаче российских СМИ (геронтологический дискурс) // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. Т. 154. № 6. С. 161–168. EDN: PUUPZT
- Carraturo, F., Di Perna, T., Giannicola, V., Nacchia, M.A., Pepe, M., Muzii, B., Bottone, M., Sperandeo, R., Bochicchio, V., Maldonato, N.M., & Scandurra, C. (2023). Envy, social comparison, and depression on social networking sites: a systematic review. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 13(2), 364–376. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13020027>

- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Every Day Life*. Doubleday.
Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ., вступ. ст. А.Д. Ковалева. М. : КАНОН-Пресс-Ц : Кучково поле, 2000. 304 с.
- Hjetland, G.J., Finserås, T.R., Sivertsen, B., Colman, I., Hella, R.T., & Skogen, J.C. (2022). Focus on self-presentation on social media across sociodemographic variables, lifestyles, and personalities: a cross-sectional study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17), 11133. <https://doi.org/10.3390/ijerph191711133>
- Lange, J., Weidman, A.C., & Crusius, J. (2018). The painful duality of envy: evidence for an integrative theory and a meta-analysis on the relation of envy and schadenfreude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(4), 572–598. <https://doi.org/10.1037/pspi0000118>
- Marwick, A.E. (2015). You may know me from YouTube: (micro-)celebrity in social media. In P.D. Marshall, & S. Redmond (Eds.), *A Companion to Celebrity* (pp. 333–350). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118475089.ch18>
- Schwartz, S.H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19–45. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x>
- Shin, J., & Seock, Y.-K. (2022). The new face of mimicry consumption: understanding the mediating role of social media. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 15(3), 430–439. <https://doi.org/10.1080/17543266.2022.2083695>
- Temnitsky, A.L. (2018). Life success values and their fulfillment for Russia's working population. *Vestnik Instituta Sotsiologii*, 9(3), 121–142. (In Russ.)
Темницкий А.Л. Ценности жизненного успеха и их воплощение у работающего населения России // Вестник Института социологии. 2018. Т. 9. № 3. С. 121–142. <https://doi.org/10.19181/vis.2018.26.3.529>

Сведения об авторах:

Григорьева Мария Владимировна, старший преподаватель Школа коммуникаций, факультет креативных индустрий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 109028, Москва, Покровский бул., д. 11. ORCID: 0009-0007-2413-7721; SPIN-код: 7313-9899. E-mail: mariya.grigoreva@hse.ru

Зверев Сергей Александрович, руководитель Школы коммуникаций, факультет креативных индустрий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 109028, Москва, Покровский бул., д. 11. ORCID: 0009-0004-4118-2629; SPIN-код: 5756-8911. E-mail: szverev@hse.ru

Кожемьякин Евгений Александрович, профессор Школы коммуникаций, факультет креативных индустрий, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 109028, Москва, Покровский бул., д. 11. ORCID: 0000-0003-2991-1011; SPIN-код: 9720-8567. E-mail: ekozhemyakin@hse.ru

Bio notes:

Maria V. Grigoreva, Senior Lecturer at the School of Communications, Faculty of Creative Industries, HSE University, 11 Pokrovsky Blvd, Moscow, 109028, Russian Federation. ORCID: 0009-0007-2413-7721, SPIN-code: 7313-9899. E-mail: mariya.grigoreva@hse.ru

Sergei A. Zverev, Head of the School of Communications, Faculty of Creative Industries, HSE University, 11 Pokrovsky Blvd, Moscow, 109028, Russian Federation. ORCID: 0009-0004-4118-2629; SPIN-code: 5756-8911. E-mail: szverev@hse.ru

Evgeny A. Kozhemyakin, Professor at the School of Communications, Faculty of Creative Industries, HSE University, 11 Pokrovsky Blvd, Moscow, 109028, Russian Federation. ORCID: 0000-0003-2991-1011; SPIN-code: 9720-8567. E-mail: ekozhemyakin@hse.ru