

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)
Институт социально-экономических наук
Социологический факультет

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ 2026
30×25: мыслительный коллектив
в студенческом измерении

Сборник статей по материалам
XXV Всероссийской научной конференции
студентов и аспирантов



Москва 2026

УДК 316(063)
ББК 60.5я431
С69

Составители

А.С. Елистратова, Д.С. Агафонова

Редколлегия

*Е.Р. Груднова, М.А. Мартынова, Ю.Д. Федосюк, П.К. Ерёмкина, Д.А. Николаев,
Е.М. Маерова, Ф.Д. Кириченко, П.А. Братчикова, О.В. Захарченко, Г.А. Рубцов*

Рецензент

А.В. Кученкова, кандидат социологических наук, доцент
Центр методологии социологических исследований ИС ФНИСЦ РАН

С69

Социологический нарратив 2026: 30×25: мыслительный коллектив в студенческом измерении: Сборник статей по материалам XXV Всероссийской научной конф. студентов и аспирантов / Сост.: А.С. Елистратова, Д.С. Агафонова. М.: РГГУ, 2026. 1 файл PDF: 233 с. Текст: электронный. ISBN 978-5-7281-3679-8

Сборник включает материалы XXV Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов «Социологический нарратив 2026. 30×25: мыслительный коллектив в студенческом измерении», приуроченной к 30-летию социологического факультета ИСЭН РГГУ и 25-летию конференции. Юбилейные даты стали поводом обратиться к теме мыслительного коллектива как пространства совместной исследовательской работы, научного диалога и формирования социологического мышления. В издание вошли работы, посвящённые цифровой трансформации социальных связей и идентичности, культуре и механизмам социального восприятия, современным моделям потребления, представлениям о справедливости и взаимодействию прошлого и настоящего. Объединяя различные исследовательские подходы, сборник отражает стремление молодых исследователей осмыслить актуальные социальные процессы и внести вклад в развитие современной социологии.

УДК 316(063)
ББК 60.5я431

© Елистратова А.С., Агафонова Д.С.,
составление, 2026

© Российский государственный
гуманитарный университет, 2026

ISBN 978-5-7281-3679-8

Содержание

<i>К читателю</i>		5
I. Цифровое общество: коммуникация, идентичность и социальные практики		
<i>Кривоустова А.Г.</i>	Искусственный интеллект как субъект внутрисемейной коммуникации	7
<i>Халимов И.С.</i>	Отношение молодежи к безопасности на сетевых платформах ВКонтакте и Telegram	10
<i>Инсапова И.Н.</i>	Рекламное сотрудничество с брендами в предпринимательской деятельности lifestyle блогеров	16
<i>Ижукова С.В.</i>	В поисках автора: авторство как социальный конструкт	24
<i>Кудасова У.Д.</i>	Выбор партнера в цифровую эпоху: социологический анализ парадокса изобилия	31
<i>Пасечник К.И.</i>	Инфлюенс-маркетинг и практики потребления спортивного питания	37
<i>Ильясов Р.Я.</i>	Общение студенческой молодёжи в XXI веке: вызовы и возможности	42
<i>Зими́на А.А.</i>	Отношение молодёжи к приватности в интернете	46
<i>Садовникова Ю.В.</i>	Профессиональная идентичность в условиях платформенной экономики и цифровой публичности: роль психологического консультирования	51
<i>Воронина А.М.</i>	Феномен досуга студенческой молодёжи в Интернете	57
<i>Цыганова В.А.</i>	Цифровая личность как способ самореализации студентов московских вузов	63
<i>Забелина Е.Н.</i>	Цифровая среда и женские ремесленные сообщества практики: эволюция моделей и генезис новых смыслов	70
<i>Лютая А.М.</i>	Демонстрация престижа в цифровой среде (на примере конкурентных онлайн-игр)	75
<i>Павлова А.Ю.</i>	Сравнительный анализ пронаталистской демографической и семейной политики в разных странах: концептуальные подходы и меры поддержки рождаемости	83

II. Социальные изменения: ценности, поколения и повседневные практики

<i>Жидких М.С. Мальшаков А.А. Начинкин А.С. Сагань Т.А.</i>	Финансово грамотное поведение поколения Z	91
<i>Перский Г.Л.</i>	Читательский интерес в цифровую эпоху	97
<i>Чилая Л.Г.</i>	Идеальное «партнёрство» в контексте семейных отношений: взгляд российской молодёжи	102
<i>Шастин С.С.</i>	Темпоральность как объект в социологии: рассеянная дискуссия и её пределы	109
<i>Русанова М.В.</i>	Удовлетворенность трудом и условиями занятости диспетчерского персонала в авиационной отрасли в условиях повышенных профессиональных рисков	113
<i>Демезюк А.А.</i>	Эволюция стилей руководства в контексте изменения социокультурной среды	120
<i>Суетина А.О.</i>	Регрессионный анализ влияния сверстников на курительное поведение подростков: гендерная перспектива	125
<i>Алиева Э.П.</i>	Символический и реальный капитал: конвертация высшего образования в социальные преимущества	131

III. Культура, медиа и конструирование социальной реальности

<i>Кириченко С.М.</i>	Возврат к магическому патриархату: гендерная объективизация как механизм символического упрощения в условиях глобальной неопределенности	139
<i>Мордвинцева Я.Е.</i>	Образ «новой женщины» в фильме Ефима Дзигана «Суд должен продолжаться»: репрезентация и реакция	143
<i>Батурина В.П.</i>	Не-субъект не-порядка: фантазм заколдовывания гетерогенности	147
<i>Тихонов К.А.</i>	Повторное заколдовывание: почему рост доступа к знаниям не отменяет, а усиливает магические практики	154

IV. Справедливость, неравенство и общественное участие

<i>Айрапетян А.А.</i>	За пределами формального равенства: социокультурные ограничения общественно-политической активности женщин	159
-----------------------	--	-----

<i>Гартман В.С. Соколовская Э.А.</i>	Защита прав коренных народов России	167
<i>Сидорова К.В.</i>	Российская молодёжь в поисках новых форм политического активизма	172
<i>Бондарева В.В.</i>	Вместе сильнее: творческая внеучебная деятельность как ресурс сплочённости студенческой молодёжи	180
<i>Кровякова А.А.</i>	Аффективные режимы и гендерные перформативы: femcel core как цифровая среда воспроизводства женской уязвимости	187
<i>Никитина А.А.</i>	Социально обусловленные заболевания: непрозрачная реальность	191
<i>Рыльцова М.К.</i>	Без ступеней, но с барьерами: инклюзивность детских библиотек	197
<i>Шмидт В.В.</i>	Преимущества и недостатки системы квотирования как инструмента сокращения гендерного неравенства в современном обществе	204
<i>Журкина Е.Д.</i>	Выход из российских религиозных сект как травма	210

V. Потребление, управление и социальные трансформации

<i>Овсянников Я.В.</i>	Нормативное конструирование идентичности владельца гражданского оружия в России	215
<i>Власова Д.Д.</i>	Управление репутацией организации в условиях цифровой трансформации коммуникаций и новых моделей медиапотребления	219
<i>Ледовский А.М.</i>	Управление репутацией организации в условиях цифровой трансформации коммуникаций и новых моделей медиапотребления	224
<i>Наши авторы</i>		229

Уважаемые друзья!

Мы рады представить вашему вниманию сборник статей, подготовленный по итогам XXV Всероссийской научной конференции студентов и аспирантов «Социологический нарратив». Нынешнее издание – юбилейное. Оно отражает сразу две знаменательные даты в жизни социологического факультета РГГУ, что и нашло отражение в его названии: «Социологический нарратив 2026: 30×25. Мыслительный коллектив в студенческом измерении».

Первая дата уходит корнями в 1996 год, когда на философском факультете было открыто отделение социологии, заложившее фундамент нашего факультета. Вторая связана с 2001 г., когда прошла первая студенческая конференция «Социологический нарратив», положившая начало традиции ежегодных встреч молодых социологов – а также студентов и аспирантов других направлений, неравнодушных к социальному миру, в котором мы живём.

Именно поэтому в этом году в названии конференции появился термин «мыслительный коллектив» – понятие, введённое Людвиком Флеком, которое обозначает сообщество людей, поддерживающих интеллектуальное взаимодействие и определяющих то, что и как мы познаём. В этом смысле создание условий для рождения такого коллектива, объединение молодых исследователей становится задачей не просто организационной, но сущностной. Именно эту цель на протяжении уже четверти века преследует наша конференция, и её результат представлен в этом сборнике.

Тематика представленных статей отражает главные вызовы современности: цифровизацию всех сфер жизни, трансформацию идентичностей, поиск новых форм справедливости, переопределение правил экономического и социального взаимодействия. Эти сюжеты убедительно показывают, что социология – не застывшая дисциплина, а живая, развивающаяся наука, чутко реагирующая на изменения общества. А молодые исследователи, чьи работы вошли в сборник, не боятся ставить перед собой амбициозные научные цели, обсуждать их с коллегами и тем самым – создавать тот самый мыслительный коллектив, в котором рождается подлинное знание.

Желаем вам интересного чтения и надеемся, что этот сборник станет для вас не только источником новых идей, но и поводом для размышлений о том, как мы вместе осмысливаем мир, в котором живём.

Р.И. Анисимов

декан социологического факультета
Института социально-экономических наук РГГУ

**I. Цифровое общество:
коммуникация, идентичность
и социальные практики**

Искусственный интеллект как субъект внутрисемейной коммуникации

Анастасия Г. Кривопустава

магистрант

Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург

Аннотация. В статье анализируется трансформация роли искусственного интеллекта (ИИ) из технического инструмента в активного субъекта внутрисемейной коммуникации. На примере отечественных голосовых помощников рассматриваются процессы антропоморфизации технологий и их влияние на повседневные интеракции в молодых семьях. Особое внимание уделяется социальным рискам трансформации приватности в условиях тотальной цифровизации домашнего пространства.

Ключевые слова: искусственный интеллект, молодая семья, внутрисемейная коммуникация, приватность

Смена технологических укладов в современном обществе ведет к радикальному переустройству повседневности. Искусственный интеллект (ИИ) десятилетиями воспринимался исключительно как область прикладной математики. Однако уже сегодня он стал интегрирован в социальную жизнь, становясь при этом полноправным субъектом человеческих практик. В контексте молодой семьи эта тенденция заслуживает особого внимания, поскольку алгоритмические системы начинают диктовать новые правила взаимодействия между людьми.

Традиционный инженерный дискурс долгое время трактовал ИИ как сугубо вычислительную структуру.

Исследователь А.И. Галушкин отмечает, что изначально создание нейросистем было связано с технической задачей — необходимостью быстро обрабатывать огромные потоки информации, где машина работала по принципу множества одновременно действующих вычислителей [Галушкин 2012, с. 14]. В рамках такого взгляда на технологии ИИ считали исключительно рабочим механизмом, призванным избавить людей от скучных, однообразных дел [Васенков 2007, с. 22].

Но нынешний скачок в развитии нейросетей превратил их из простого набора функций в полноценного собеседника [Шомова, Качкаева 2024, с. 5]. Современный человек начинает невольно подстраиваться под ИИ, воспринимая его как мыслящего партнера. Из-за этого мы часто приписываем машинам человеческие качества, делая их важной частью своей жизни и даже объектом для эмоционального сближения [Соколов, Рехтина 2024, с. 126].

Ярче всего это заметно на примере голосовых ассистентов. Благодаря умению шутить и поддерживать легкую беседу, они создают у человека ощущение, что он общается с кем-то живым. Постепенно такие устройства начинают восприниматься в семье как некие «домочадцы» [Морозова 2021, с. 96]. В быту молодых пар ИИ порой заменяет супруга, когда того нет рядом: имитируя манеру общения близких друзей или даже повадки питомцев, алгоритмы помогают на время справиться с чувством одиночества [Азина и др. 2022, с. 58].

Однако здесь кроется серьезная психологическая ловушка. Когда человек начинает видеть в программе реального друга, возникает глубокая привязанность, и он доверяет системе свои самые сокровенные мысли. В такие моменты настоящая человеческая

близость вытесняется цифровым суррогатом, что заставляет нас всерьез задуматься о защите личного пространства.

Более того, присутствие умных систем в доме заставляет нас заново искать ответ на вопрос: «А что в нас осталось уникального?». Мы вступили в эпоху, когда решение интеллектуальных задач массово передается технике, и это требует четкого разграничения между возможностями машины и сущностью человека [Человек... 2022, с. 12].

Кроме того, интеграция устройств ИИ или чат-ботов в пространство дома порождает ситуацию так называемого «антропологического форсайта», которая подразумевает под собой острую необходимость заново очертить границы человеческого в мире, где когнитивные функции массово делегируются машинам [Человек... 2022, с. 12]. Возникают тогда и ситуации, когда семья выбирает стратегию отказа от интеллектуальных и эмоциональных усилий в пользу готовых решений, предлагаемых технологиями. Для молодой семьи опасно в силу того, что привязанность к гаджету начинает конкурировать с эмоциональной связью между супругами. Так, ИИ может выступать как медиатором, так и скрытым фактором конфликта. Ситуация осложняется тем, что цифровизация задает новые формы социальной иерархии даже в рамках малых групп. Как подчеркивает С.И. Платонова, неравенство сегодня выражается не в доступе к технике, а в различии практик её использования, что создает барьеры между «цифровыми аборигенами» и их менее адаптивными родственниками [Платонова 2024, с. 142].

Особое внимание следует уделить проблеме приватности в данном вопросе. Так, ИИ становится незримым свидетелем семейной жизни. И.А. Асеева указывает, что под влиянием систем постоянного мониторинга границы личного пространства становятся прозрачными для глобальных корпораций [Асеева 2020, с. 38]. Это порождает «новую тревожность», которая отражается как специфический стресс, вызванный потерей контроля над алгоритмическими решениями [Чернавский 2023, с. 160]. Страх перед тем, что машинная имитация эмпатии вытеснит реальное сочувствие, подрывает доверие к информационной среде, в которой функционирует современная семья.

В заключение отметим, что искусственный интеллект в пространстве молодой семьи перестал быть просто технической опцией. Он может существовать как активный субъект, трансформирующий логику внутрисемейных интеракций. С одной стороны, ИИ освобождает от бытовой рутины, с другой – несет в себе угрозы дегуманизации общения. Социологическое осмысление этих процессов фиксирует переход к модели семьи, живущей в условиях «цифрового антропоморфизма», что требует осознанных усилий по сохранению приватности и подлинной эмоциональной близости.

Литература

Азина и др. 2022 – Азина Д.Б., Пьянкова П.А., Козицына М.О. и др. Речевое взаимодействие между человеком и искусственным интеллектом посредством чат-ботов и умных устройств // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6. Языкознание: Реферативный журнал. 2022. № 1. С. 54–65.

Асеева 2020 – Асеева И.А. Проблема приватности в цифровую эпоху // Научно-исследовательские исследования. 2020. № 2020. С. 36–50.

Васенков 2007 – Васенков Д.В. Методы обучения искусственных нейронных сетей // Компьютерные инструменты в образовании. 2007. № 1. С. 20–29.

Галушкин 2012 – *Галушкин А.И.* Нейронные сети: основы теории. М.: Горячая линия «Телеком», 2012. 496 с.

Морозова 2021 – *Морозова А.А.* Речевой портрет голосового помощника «Алиса» // Вестник Челябинского государственного университета. 2021. № 9 (455). С. 95–100.

Платонова 2024 – *Платонова С.И.* Цифровое неравенство как новая форма социального неравенства // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2024. № 6. С. 139–149.

Соколов, Рехтина 2024 – *Соколов Н. В., Рехтина Л. С.* Искусственный интеллект как участник повседневных взаимодействий и объект идентификации // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 112-2. С. 125–128.

Человек... 2022 – Человек и новый технологический уклад: Колл. монография / Под ред. С.А. Смирнова, С.С. Аванесова. Новосибирск: Изд-во НГУЭУ, 2022. 254 с.

Чернавский 2023 – *Чернавский А.С.* Феномен «новой тревожности» и искусственный интеллект: новые психологические вызовы в эпоху развития машинного обучения и виртуализации повседневности // Инновационные технологии в кинематографе, медиаиндустрии, и образовании: Материалы X Междунар. науч.-практ. конф. М.: ООО «ИПП «КУНА», 2023. С. 157–167.

Шомова, Качкаева 2024 – *Шомова С.А., Качкаева А.Г.* Между очарованием и испугом: диалог с «другим»: Опыт анализа практик использования ИИ в профессиональной и повседневной жизни // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5 (183). С. 3–17.

Отношение молодежи к безопасности на сетевых платформах ВКонтакте и Telegram

Искандарджон С. Халимов

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Ирина О. Шевченко

д-р социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена отношению молодежи к цифровой безопасности на платформах ВКонтакте и Telegram. Рассматриваются основные риски цифровой среды: утечка персональных данных, фейковая информация, кибербуллинг, манипулятивный и деструктивный контент. Анализируется, как молодые пользователи воспринимают эти угрозы, какие меры защиты считают необходимыми и как это соотносится с их реальным поведением в сети. Особое внимание уделяется разрыву между осознанием цифровых рисков и практиками самозащиты.

Ключевые слова: цифровая безопасность, молодежь, социальные сети, ВКонтакте, Telegram, персональные данные, самозащита

Цифровая среда в последние годы окончательно перестала быть для молодежи чем-то внешним по отношению к повседневной жизни. Социальные сети и мессенджеры давно выступают не просто каналами коммуникации, а пространством, в котором поддерживаются связи, ищется информация, формируется круг общения, выстраивается самопрезентация и закрепляются привычные формы повседневного поведения. Не случайно в современных исследованиях подчеркивается, что именно молодые пользователи остаются наиболее активной аудиторией социальных платформ, но одновременно и одной из наиболее уязвимых групп цифровой среды [Харламова 2025; Закиров 2025]. Такая двойственность особенно заметна на примере ВКонтакте и Telegram: с одной стороны, эти платформы воспринимаются как удобные и естественные инструменты общения, с другой – именно в их повседневном использовании проявляются проблемы защиты персональных данных, критического отношения к информации, устойчивости к манипулятивному воздействию и готовности к элементарной цифровой самозащите [Харламова 2025; Шеболкина, Красикова 2025].

Актуальность этой темы связана не только с тем, что молодые люди проводят в сети значительную часть своего времени, но и с тем, что сама цифровая среда становится источником все более разнообразных рисков. Речь идет уже не только о взломе аккаунтов или утечке личной информации. В исследованиях последних лет в число наиболее заметных угроз включаются фейковая информация, кибербуллинг, агрессивный и деструктивный контент, манипулятивное воздействие, а также постепенное привыкание к таким явлениям как к обычному фону интернет-коммуникации [Носова, Носов 2025; Шеболкина, Красикова 2025]. В этом смысле цифровая безопасность сегодня должна пониматься шире, чем просто техническая защищенность аккаунта: она затрагивает повседневные практики пользователя, его способность ориентироваться в потоке информации и умение выстраивать личные границы в онлайн-пространстве [Усова 2025].

При этом высокая включенность молодежи в цифровую среду еще не означает сформированного безопасного поведения. Напротив, в ряде работ подчеркивается, что молодые пользователи достаточно уверенно чувствуют себя в социальных сетях и мессенджерах, быстро осваивают новые форматы коммуникации, но эта техническая освоенность не всегда сопровождается устойчивыми навыками самозащиты, критического восприятия контента и последовательного соблюдения правил цифровой гигиены [Закиров 2025; Харламова 2025]. Именно здесь и возникает главное противоречие, на котором строится данная статья: цифровые риски в целом осознаются, но в повседневном поведении молодежи это осознание далеко не всегда переходит в системные практики обеспечения собственной безопасности.

В современной литературе эта проблема рассматривается с разных сторон. Одни авторы делают акцент на кибергигиене и повседневных мерах защиты в социальных сетях и мессенджерах, связывая безопасность с пользовательскими привычками, вниманием к настройкам приватности и общим уровнем цифровой ответственности. Другие подчеркивают, что вопрос нельзя сводить только к технической стороне, поскольку цифровая безопасность включает еще и информационно-психологическое измерение: защиту от манипуляций, критическое отношение к контенту, способность распознавать вредоносное воздействие и сохранять устойчивость в условиях постоянного информационного давления. Наконец, в исследованиях цифровой социализации молодежи все чаще отмечается, что сама привычность цифровой среды снижает остроту восприятия угроз: риск начинает переживаться не как исключение, а как нормальный и почти неизбежный фон онлайн-жизни.

Именно поэтому в центре внимания данной статьи находится не просто перечень цифровых угроз, а отношение молодежи к ним. Важно понять не только то, с какими рисками сталкиваются молодые пользователи, но и то, как они сами эти риски воспринимают, какие формы защиты считают достаточными и почему даже при общем понимании опасности реальные практики самозащиты нередко остаются неполными, ситуативными или формальными [Шеболкина, Красикова 2025]. Объектом исследования в данной статье выступает молодежь как пользователь цифровых платформ ВКонтакте и Telegram. Предмет исследования составляет соотношение осознания цифровых рисков и реальных практик обеспечения безопасности в повседневном онлайн-поведении молодых пользователей. Цель статьи – выявить, как соотносятся осознание цифровых рисков и реальные практики обеспечения безопасности в повседневном онлайн-поведении молодых пользователей. Для достижения поставленной цели необходимо охарактеризовать основные риски цифровой среды, значимые для молодежи, рассмотреть особенности их восприятия в современных исследованиях и определить, в чем именно проявляется расхождение между осознанием угроз и реальным поведением пользователей в сети.

Теоретико-аналитический характер статьи определяет и ее исследовательскую логику. В работе используются положения современных русскоязычных исследований, посвященных цифровой безопасности молодежи, кибергигиене, цифровой социализации, информационно-психологической безопасности и рискам, возникающим в среде социальных платформ [Харламова 2025; Усова 2025; Закиров 2025]. Такой подход позволяет рассмотреть проблему не на уровне отдельных частных угроз, а как более широкое социальное явление, связанное с особенностями повседневного онлайн-поведения молодых пользователей.

Если переходить от постановки проблемы к ее содержательному разбору, то прежде всего нужно зафиксировать: цифровые риски, с которыми сегодня сталкивается молодежь, уже давно не сводятся к какому-то одному типу угроз. В научных публикациях они описываются как многослойное явление, в котором пересекаются технические, коммуникативные, психологические и содержательные аспекты. С одной стороны, речь идет о вещах, которые обычно первыми вспоминаются в разговорах о безопасности в сети: утечка персональных данных, фишинг, взлом аккаунтов, несанкционированный доступ к переписке или личной информации. С другой стороны, не менее существенными оказываются риски, связанные с содержанием и самим характером цифровой среды: фейковая информация, кибербуллинг, агрессивный контент, манипулятивные практики, деструктивные сообщества и постепенное привыкание к подобным формам воздействия как к норме. В этом смысле цифровая безопасность молодежи оказывается не узкой технической темой, а вопросом повседневной ориентации в сложной и неоднородной среде, где опасность может исходить не только от внешнего злоумышленника, но и от самого устройства цифровой коммуникации.

Такая постановка вопроса важна еще и потому, что для молодых пользователей цифровая среда почти не воспринимается как отдельная зона риска. Она встроена в обычный ритм жизни и поэтому переживается скорее как привычное пространство присутствия, чем как потенциально опасная территория. Именно здесь и проявляется одна из ключевых особенностей молодежного онлайн-поведения: высокая частота использования платформ не обязательно ведет к повышенной настороженности. Напротив, постоянное пребывание в сети может снижать чувствительность к рискам, делать их фоновыми и как будто само собой разумеющимися. Исследования цифровой социализации студенческой молодежи показывают, что уверенность в пользовании цифровыми инструментами нередко соседствует с дефицитом критического мышления и недостаточной рефлексией по поводу последствий собственных действий в сети. Иначе говоря, пользователь может хорошо ориентироваться в интерфейсе платформы, активно коммуницировать, быстро осваивать новые сервисы, но при этом не выстраивать последовательной линии самозащиты.

Отдельный слой проблемы связан с тем, что значительная часть цифровых угроз не выглядит для молодежи как что-то явно экстремальное. Риски часто проявляются в повседневных мелочах: в привычке не задумываться о настройках приватности, в публикации избыточной личной информации, в доверии к сомнительным источникам, в терпимости к оскорбительному или манипулятивному контенту, в слабой избирательности при вступлении в сообщества и взаимодействии с незнакомыми пользователями. Именно поэтому в работах по кибергигиене акцент делается не только на защите от прямой атаки, но и на формировании повседневных привычек безопасного поведения – внимании к цифровому следу, осмотристельности в обращении с личными данными, проверке информации и понимании того, что комфорт пользования платформой не равен ее безопасности. В таком ракурсе самозащита предстает уже не как разовая реакция на угрозу, а как постоянная практика, которая должна быть встроена в обычное поведение пользователя.

При этом нельзя не заметить, что в современной цифровой среде усиливается и содержательная сторона риска. Молодежь сталкивается не просто с техническими угрозами, а с таким информационным потоком, в котором смешиваются достоверные и

ложные сообщения, развлекательный и деструктивный контент, поддерживающие и агрессивные формы коммуникации. В исследовании И. В. Носовой и Д. Д. Носова – это хорошо видно через постановку вопроса о восприимчивости молодежи к различным видам проблемного контента: авторы показывают, что речь идет не о редких исключениях, а о достаточно устойчивом присутствии депрессивных около-суицидальных, девиантных и пограничных сюжетов в цифровой среде. Даже если пользователь не включается в подобный контент напрямую, само его постоянное присутствие меняет фон восприятия и снижает порог чувствительности к тому, что раньше могло восприниматься как очевидно тревожный сигнал. В этом смысле цифровая безопасность молодежи напрямую связана с вопросом о нормализации риска: опасные элементы среды перестают восприниматься как нечто исключительное и становятся привычной частью повседневного медиапотребления.

Если смотреть на проблему с этой точки зрения, становится понятнее, почему простое знание о существовании угроз еще не гарантирует безопасного поведения. Молодой пользователь может в общем понимать, что в сети есть фейки, мошенничество, травля или манипуляции, но это знание само по себе не всегда превращается в устойчивую практику самоконтроля и цифровой осторожности. В современных исследованиях молодежь уже не выглядит совсем «наивной» аудиторией, не понимающей, что цифровая среда может быть опасной. Напротив, многие авторы отмечают, что молодые пользователи в целом осведомлены о рисках, связанных с утечкой персональных данных, нежелательными контактами, агрессивным контентом, фальсифицированной информацией и иными формами давления в сети. Однако сама эта осведомленность часто оказывается довольно общей и не всегда переходит в конкретные и устойчивые практики защиты. Получается, что знание о риске есть, но оно как будто не дотягивается до повседневного действия.

Это наблюдение подтверждается и данными ВЦИОМ³. Несмотря на то, что 97% интернет-пользователей предпринимают те или иные меры для защиты своих данных в интернете, 57% при этом сомневаются в своей способности защитить личные устройства от онлайн-угроз. Наиболее распространенными способами самозащиты остаются отказ от пересылки паролей по электронной почте и в социальных сетях (72%) и отказ от хранения информации о банковской карте на компьютере (71%). При этом молодые поколения чаще используют более сложные способы защиты, но нередко пренебрегают простыми базовыми мерами. Показательно и то, что 20% опрошенных не знают, что такое дипфейк, а еще 25% не смогут его распознать, что говорит о сохранении заметных уязвимостей даже в условиях высокой цифровой включенности пользователей. Эти данные дополнительно показывают, что осознание угроз и отдельные защитные действия еще не означают сформированной культуры устойчивой цифровой безопасности.

Особенно важен здесь подход, предложенный в исследовании Н. В. Усовой, где цифровая безопасность молодежи рассматривается как совокупность нескольких компонентов, а не как одна отдельная компетенция. Туда входят и защита персональных данных, и безопасное использование социальных сетей, и ответственное онлайн-общение, и критическое отношение к контенту, и защита от манипуляций, и даже умеренность в

³ ВЦИОМ. Цифровая среда без риска: возможно ли это? Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovaja-sreda-bez-riska-vozmozhno-li-eh-to> (дата обращения: 13.04.2026).

использовании цифровых технологий [Усова 2025]. Такой взгляд помогает точнее понять природу расхождения между осознанием угроз и поведением. Молодой человек может знать, что нельзя раскрывать лишние сведения о себе, но при этом не считать опасным постоянное оставление цифрового следа; может понимать, что в сети много недостоверной информации, но не всегда перепроверять ее; может слышать о вреде агрессивного контента, но все равно относиться к нему как к привычной части ленты. Иначе говоря, осознание риска оказывается фрагментарным: какие-то элементы безопасности воспринимаются как значимые, а какие-то – как второстепенные.

Для молодежи цифровая среда устроена так, что удобство почти всегда оказывается ближе и понятнее, чем осторожность. Платформа, которая быстро дает доступ к общению, новостям, развлечению, сообществам и привычной ленте, воспринимается прежде всего, как комфортная. В такой логике защита часто начинает выглядеть либо как что-то само собой разумеющееся, либо как лишняя и не очень удобная нагрузка. В статье И. Ю. Харламовой это хорошо чувствуется через саму постановку вопроса о кибергигиене: необходимость защитного поведения признается, но она не существует отдельно от повседневных пользовательских привычек, а значит, легко отодвигается на второй план, если не становится частью обычной рутины [Харламова 2025]. Отсюда и возникает довольно типичная ситуация: пользователь не отрицает значимость безопасности, но вспоминает о ней в основном тогда, когда уже сталкивается с неприятным опытом или хотя бы с заметной угрозой.

Эмпирические данные Е. П. Шебопкиной и Н. В. Красиковой хорошо дополняют эту линию. В их исследовании студенты чаще всего указывали, что сталкиваются с недостоверной или фейковой информацией (25%), сообщениями с оскорблениями и угрозами (9%), а также с кибербуллингом (7%); при этом реакция на подобные угрозы обычно сводилась к более осторожному веб-серфингу, отписке от неприятного контента, блокировке нежелательных контактов и выборочной верификации информации [Шебопкина, Красикова 2025]. То есть риск действительно замечается, но практики защиты остаются преимущественно оборонительными и точечными. В этом есть своя логика: молодежь скорее адаптируется к небезопасной среде, чем пытается выстроить системную модель цифровой самозащиты.

Несмотря на различия в подходах, рассмотренные исследования сходятся в одном: молодежь в целом не игнорирует тему цифровой безопасности, но чаще воспринимает ее как частный и ситуативный вопрос, а не как устойчивую норму повседневного поведения. Отсюда и характерные формы самозащиты, которые фиксируются в литературе: осторожность при веб-серфинге, блокировка неприятного контента, выборочная проверка информации, стремление ограничить нежелательные контакты. Такие практики нельзя назвать бесполезными, однако они носят скорее реактивный, чем системный характер. Молодой пользователь обычно начинает внимательнее относиться к безопасности после столкновения с очевидной угрозой, тогда как профилактическая логика выражена заметно слабее. В этом смысле кибергигиена существует скорее как набор известных правил, чем как действительно встроенная в повседневность модель поведения.

Таким образом, цифровая безопасность молодежи сегодня формируется на пересечении нескольких линий. Во-первых, она связана с самой структурой цифровой среды, в которой молодые пользователи регулярно сталкиваются с рисками утечки данных, манипулятивного воздействия, фейковой информации, агрессивного и деструктивного

контента. Во-вторых, она зависит от того, как эти угрозы воспринимаются: даже осознавая их наличие, молодежь нередко воспринимает их как привычный фон цифровой жизни, а не как исключительную ситуацию, требующую постоянного контроля. В-третьих, значение имеют реальные практики самозащиты, которые чаще всего ограничиваются осторожностью, блокировкой нежелательных контактов и выборочной проверкой информации, тогда как последовательная цифровая дисциплина выражена заметно слабее.

Проведенный анализ показывает, что отношение молодежи к цифровой безопасности носит противоречивый характер. Молодые пользователи в целом осознают, что цифровая среда связана с рисками, но это осознание далеко не всегда превращается в последовательные практики самозащиты. В повседневном онлайн-поведении безопасность чаще выступает не как устойчивая норма, а как ситуативная реакция на уже замеченную или пережитую угрозу. Поэтому проблему цифровой безопасности молодежи нельзя сводить только к технической защите аккаунтов или личных данных. Она затрагивает особенности цифровой социализации, пользовательские привычки, уровень критического отношения к информации, способность распознавать манипуляции и готовность выстраивать личные границы в онлайн-пространстве.

Следовательно, осознание цифровых рисков и реальные практики обеспечения безопасности у молодых пользователей соотносятся не напрямую. Молодежь в целом признает значимость цифровой безопасности, однако в реальном поведении чаще ограничивается частичными и оборонительными мерами самозащиты. Это позволяет рассматривать цифровую безопасность молодежи как социальную проблему, требующую не только технических решений, но и развития информационной культуры, цифровой ответственности и устойчивых навыков критического взаимодействия с цифровой средой [Дубень 2024; Немчина, Чурилов 2025].

Литература

Дубень 2024 – Дубень А.К. Информационная культура молодежи как правовой механизм обеспечения безопасности // Аграрное и земельное право. 2024. № 5 (233). С. 119–121.

Закиров 2025 – Закиров А.М. Цифровая социализация студенческой молодежи в России: тенденции, риски и стратегии адаптации в образовании и на рынке труда // Вестник экономики, права и социологии. 2025. № 4. С. 254–259.

Немчина, Чурилов 2025 – Немчина В.И., Чурилов С.А. Инструменты защиты молодежи от негативного воздействия агрессивной цифровой среды // Гуманитарий Юга России. 2025. Т. 14. № 2 (72). С. 163–172.

Носова, Носов 2025 – Носова И.В., Носов Д.Д. Деструктивный контент: цифровые угрозы и риски // Вестник СибГУТИ. 2025. Т. 19. № 2. С. 56–63.

Усова 2025 – Усова Н.В. Уровень информационно-психологической безопасности молодежи при использовании цифровых технологий // Психология. Психофизиология. 2025. Т. 31. № 3. С. 50–54.

Харламова 2025 – Харламова И. Ю. Молодежь и социальные сети: некоторые аспекты кибергигиены // Вестник экономической безопасности. 2025. № 1. С. 260–265.

Шеболкина, Красикова 2025 – Шеболкина Е.П., Красикова Н.В. Некоторые аспекты воздействия медиа на молодежь в контексте информационной безопасности // Социология и право. 2025. Т. 17. № 2. С. 184–195.

Рекламное сотрудничество с брендами в предпринимательской деятельности lifestyle блогеров

Индира Н. Инсапова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Ольга В. Китайцева

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается рекламное сотрудничество с брендами в предпринимательской деятельности lifestyle блогеров. Приводятся данные авторского качественного исследования, в котором показаны возможности и ограничения этого сотрудничества для предпринимательской деятельности блогеров в их оценках.

Ключевые слова: lifestyle блогеры, предпринимательская деятельность, рекламное сотрудничество с брендами, возможности и ограничения предпринимательской деятельности

Актуальность темы обусловлена превращением блогинга в самостоятельный вид предпринимательской деятельности. Вместе с тем сотрудничество блогеров с брендами как ключевой элемент этой деятельности остается малоизученным с точки зрения самих блогеров.

Блогинг как вид предпринимательской деятельности

Блогинг серьезно трансформировался с начала становления до сегодняшних дней и прошел несколько ключевых этапов:

- 1) становление, основанное на принципах бескорыстной увлеченности;
- 2) скрытно-рыночные отношения;
- 3) явные рыночные отношения (в настоящее время), которые закреплены открытой маркетинговой политикой блогеров.

Переход между этими этапами фиксируется в общественном восприятии. Результаты исследования ВЦИОМ и ЦСП «Платформа»⁵ за период 2017–2020 гг. демонстрируют устойчивый сдвиг в сторону профессионализации блогерской деятельности. Доля респондентов, воспринимающих блогера как человека, ориентированного на заработок, выросла с 48% до 64%. Одновременно снизилась доля тех, кто видит в блогерах бескорыстную мотивацию. Так, желание делиться мыслями и эмоциями в 2020 г. отметили 32% опрошенных против 36% в 2017-м.

Смена общественного восприятия отражает реальные структурные изменения в самой деятельности. Во-первых, деятельность блогера приобрела выраженный рыночный характер, поскольку доход от блога перестал быть случайным заработком и для многих

⁵ От блогеров - к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ot-bloggerov-k-inflyuenseram-borba-za-vnimanie-i-vliyanie-na-auditoriyu-novye-trendy> (дата обращения: 15.03.2026)

авторов стал основным [Панкратова, Тенчова 2023]. Во-вторых, блогинг характеризуется разработкой контент-плана и его систематической реализацией. В-третьих, наблюдаются изменения в организационной структуре деятельности, обусловленные формированием команды вокруг блогера. Наконец, внутри самого блогерского сообщества сформировалась специализация, в которой выделилась отдельная группа инфлюенсеров, чьё влияние на потребительский и даже политический выбор сопоставимо с ресурсом традиционных СМИ [Абилькенова 2022].

Зафиксированные изменения в структуре деятельности и общественном восприятии позволяют говорить о том, что блогинг, зародившийся как любительское увлечение, сегодня представляет собой самостоятельный вид предпринимательской деятельности. Если раньше ведение блога воспринималось как хобби, то в современной экономике ситуация изменилась. Блогинг приобрёл двусторонний характер: с одной стороны – это инструмент продвижения товаров и услуг для брендов и компаний, с другой – это предпринимательская деятельность, предполагающая создание и монетизацию контента [Сочнева и др. 2024].

Кантильон, впервые введший термин «предприниматель», определял его через готовность принимать на себя риск ради неопределённой прибыли [Кантильон 2024]. По мнению М. Вебера и В. Зомбарта, предпринимателем движет не только стремление к прибыли, но и самореализация через постоянное расширение деятельности и поиск новых возможностей [Петров и др. 2023]. Й. Шумпетер определял главную задачу предпринимателя как осуществление новых комбинаций, то есть создание новых товаров, услуг и форм организации деятельности [Шумпетер 2008]. В.В. Радаев конкретизирует мотивационную логику предпринимательства: материальный доход становится средством достижения социального признания и повышения деловой репутации. При этом к экономическому мотиву добавляются удовлетворённость от творческого процесса и социальные мотивы [Радаев 2005]. Блогерская деятельность отвечает данным характеристикам. Рисковый характер деятельности обусловлен нестабильностью охватов и вовлечённости аудитории, от которых напрямую зависят количество и условия сотрудничества. Кроме того, поиск уникальных способов подачи материала и рекламных интеграций, освоение новых площадок и выстраивание новых форм взаимодействия с рекламодателями отражают инновационную логику предпринимательской деятельности. При этом мотивация блогера не сводится исключительно к получению дохода. Так, творческая самореализация, стремление к влиянию на аудиторию и выстраивание репутации составляют не менее значимую часть его деятельности.

Предпринимательский статус блогерской деятельности получил и институциональное закрепление. С 1 мая 2025 г. в России введены специальные коды ОКВЭД для блогерской деятельности⁶. Среди них – код 73.11.1, относящийся к рекламной деятельности в социальных сетях, код 70.11.1, охватывающий информационную деятельность. Появление отдельных кодов ОКВЭД для блогерской деятельности означает, что государство встраивает её в существующую экономическую систему на тех же основаниях, что и любой другой вид бизнеса. Монетизация контента и рекламные интеграции тем самым получают статус полноценной предпринимательской деятельности.

⁶ От блогеров – к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ot-blogerov-k-inflyuenseram-borba-za-vnimanie-i-vliyanie-na-auditoriyu-novye-trendy> (дата обращения: 15.03.2026).

Ключевым инструментом этой монетизации выступает рекламное сотрудничество с брендами, которое реализуется в нескольких форматах [Чилипенко, Данилова 2018].

1. Прямое сотрудничество с брендами. Компания напрямую обращается к блогеру, стороны договариваются об условиях размещения и оформляют сотрудничество на договорной основе. Способы интеграции при этом варьируются от упоминания продукта в описании публикации до полноценного рекламного обращения к аудитории;

2. Продвижение других каналов, характерное преимущественно для начинающих блогеров, стремящихся нарастить аудиторию за счёт коллабораций;

3. Участие в рекламных кампаниях партнёра на долгосрочной основе - так называемое амбассадорство бренда. Данный формат предполагает регулярное использование рекламируемого продукта в своём контенте, формируя у аудитории устойчивую ассоциацию блогера с брендом. Примечательно, что подобный вариант доступен только авторам с широкой аудиторией.

Рекламное сотрудничество с брендами является центральным элементом предпринимательской деятельности блогера. Авторское исследование, проведённое методом глубинного интервью с 10 lifestyle блогерами, показало, как сами блогеры воспринимают это сотрудничество: какие возможности и ограничения оно создаёт⁷.

Возможности предпринимательской деятельности блогеров

Сотрудничество с брендами открывает для предпринимательской деятельности lifestyle блогеров возможности трёх типов: экономические, возможности для развития блога и возможности для расширения социального капитала.

В ходе исследования в рамках экономических возможностей выделились пять составляющих. Первой и наиболее значимой из них является непосредственный заработок от сотрудничества с брендами:

Ну, опять-таки, понятное дело, что тебе еще за это платят деньги, то есть ты занимаешься своим любимым делом и еще получаешь за это доход (*Архив автора. Интервью № 1: 10*);

Это, конечно, монетизация, это деньги, это классный движущий элемент, как мне кажется (*Архив автора. Интервью № 3: 53*).

Блогеры также отмечают экономию личного бюджета, то есть получаемая от рекламодателей продукция частично покрывает их собственные расходы:

И действительно, это очень стало экономить мой бюджет, который я тратила на канал. То есть я со временем перестала тратить деньги на шампуни, на какие-то тоже уходовые штучки, на посещение каких-то салонов (*Архив автора. Интервью № 4, с. 73-74*);

У меня очень много косметики. Я вообще полностью закрыла вопрос о том, чтобы что-то себе купить (*Архив автора. Интервью № 8, с. 173*).

Отдельную ценность представляет возможность тестировать желаемую продукцию:

⁷ Архив автора. Авторское качественное исследование «Сотрудничество блогеров с брендами»; Россия, сентябрь-декабрь 2024 г.; метод — глубинное интервью; 10 блогеров с аудиторией 1,5 тыс. до 44 тыс. подписчиков, имеющих опыт сотрудничества с брендами.

Ты можешь не тратить свои личные деньги, потому что придет бренд, который тебе интересен, и отправит тебе целый бокс-подарок с их косметикой. И там будут именно те средства, те продукты, которые ты хотел попробовать (*Архив автора. Интервью № 6, с. 125*).

Кроме того, подчёркивается возможность попробовать новинки бренда, которые ещё не поступили в продажу и не представлены на рынке:

Мне отправляют очень много новинок, бренды, с которыми я сотрудничаю. Это очень приятно, то есть их еще нет в продаже, а тебе отправили, чтобы ты пробовал и поделился со своей аудиторией (*Архив автора. Интервью № 1, с. 10*).

Дополнительным приятным бонусом от сотрудничества информанты называют получение подарков от брендов на праздники:

У меня был как раз недавно день рождения, 8 ноября. Они мне отправили просто так, то есть не на рекламу свои новые сыворотки, которых еще даже нет в продаже (*Архив автора. Интервью № 1, с. 9*).

Не менее значимым для предпринимательской деятельности lifestyle блогеров является продвижение личного бренда и своего блога. Сотрудничество с брендами оказывает влияние сразу на несколько аспектов блогерской деятельности. Наиболее часто упоминаемым в ходе интервью аспектом стал постоянный приток новых идей для контента. Работа с брендами задаёт новые темы и форматы, которые блогер впоследствии адаптирует под свою аудиторию:

Во-первых, это действительно создает у меня определенный контент в канале, которым мне самой нравится делиться. [...] То есть они мне давали очень много идей (*Архив автора. Интервью № 4, с. 73*).

Помимо этого, информанты отмечают рост мотивации к созданию контента. Рекламные интеграции становятся дополнительным стимулом для регулярной работы над блогом:

Самый позитивный аспект сотрудничества с бьюти-брендами и вообще с брендами какими-либо — это идея для контента, то есть это какой-то пинок, что ли для того, чтобы ты создал контент. Иногда у меня возникают такие моменты, когда не хочется ничего делать, а потом тебе прилетает классное сотрудничество, ты такой зажигаешься, и тебе хочется что-то создать (*Архив автора. Интервью № 3, с. 52*).

Ещё один, не менее важный аспект связан с повышением охватов в блоге. Сотрудничества с популярными и узнаваемыми брендами повышают статус блогера в глазах аудитории. Так, участница исследования отмечает:

Ну, подписчики же смотрят на то, с кем ты вообще работаешь. И чем известнее бренд, чем он интереснее, чем он креативнее, это очень много откликов набирается у твоей аудитории. Так что это тоже плюс, потому что это поднимает твои охваты (*Архив автора. Интервью № 9, с. 188-189*).

Возможности для расширения социального капитала в дальнейшем могут быть конвертированы в ресурс для развития предпринимательской деятельности lifestyle блогера. Реализуются же они в получении новых впечатлений и расширении круга общения. По словам блогеров, коллаборации с брендами обогащают повседневную жизнь новыми впечатлениями и эмоциями:

Чаще всего сотрудничества бывают вообще всего. У меня такой канал, который охватывает достаточно большой блог рекламодателей, и поэтому мне приходили абсолютно разные, от рекламы порошков до студий массажа. И это всё, естественно, очень насыщает мою жизнь. То есть какие-то мероприятия, какие-то дни рождения бренда. То есть это всё действительно приносит такое разнообразие, такие яркие впечатления в мою жизнь (Архив автора. Интервью № 4, с. 74).

Отдельную роль играет доступ к различным мероприятиям, таким как презентации новых продуктов, вечеринки, пресс-туры и так далее. В сегменте люкс эта возможность приобретает особое значение, поскольку открывает доступ к закрытым событиям, недоступным широкой публике, что способствует продвижению личного бренда блогера:

Конечно, сотрудничества мне дают приглашение на самые лучшие закрытые мероприятия Москвы, то есть мне кажется, об этом можно только мечтать (Архив автора. Интервью № 10, с. 204).

Наряду с мероприятиями блогеры отмечают возможность расширения социальных связей. В первую очередь информанты говорят о знакомствах с единомышленниками, то есть людьми со схожими профессиональными интересами:

Я очень общительный человек, я обожаю поболтать, а когда можно встретиться еще и с людьми, которые, грубо говоря, твои единомышленники: вы знаете каналы друг друга, вы еще вживую общаетесь, коммуникация – это самый, наверное, большой плюс, это даже плюс больше, чем склад косметики в доме (Архив автора. Интервью №8, с. 173).

Кроме того, выделена возможность лично познакомиться с более крупными блогерами, что воспринимается одновременно как профессиональный ресурс и эмоционально значимое событие:

Например, у Локситана в октябре был запуск просто невероятный, вот этот вот Локситан-Бразил. И там были всякие звезды, типа там, может, знаешь, Катя Мотовилова, там Эсте, Ассоль. И ты с ними вот так вот стоишь рядом и думаешь, [...] как классно. Ну вот такая вот дружба, конечно, классная (Архив автора. Интервью № 2, с. 29).

Ограничения предпринимательской деятельности блогеров

Наряду с возможностями lifestyle блогеры сталкиваются с рядом сложностей, обусловленных активной институализацией данного вида предпринимательской деятельности и одновременным ограничением распространения неправомерной рекламы, наносящей вред потребителю.

На этапе переговоров о сотрудничестве рекламодатели зачастую требуют ввести некоторые ограничения на создаваемый блогером контент и одновременно избегают легитимного оформления договорных отношений. Кроме того, блогеры указывают на отсутствие обратной связи на этапе согласования публикации рекламы:

Иногда меня это расстраивает, что менеджер просто может не отвечать. [...] То есть у меня пост готов, у меня готовы материалы, я отправляю их на согласование: «Всё ли вам нравится, всё ли вас устраивает». А менеджер просто мне не отвечает пять дней. И у меня этот пост висит у меня там в отложенных, я не знаю, когда его выкладывать, можно ли его выкладывать, всё ли с ним хорошо. И такое, на самом деле, к сожалению, происходит часто, что менеджер может просто не отвечать (*Архив автора. Интервью № 7, с. 150*).

Отдельной проблемой во взаимодействии с рекламодателями является непрофессиональный тон общения со стороны представителей брендов. Такое поведение воспринимается как нарушение профессиональных границ и одновременно ставит под удар выход основного контента для целевой аудитории, что влияет на эффективность предпринимательской деятельности:

Например, бывает такое, когда с тобой общаются как с подружкой. Или что-нибудь такое. И ты в эти моменты не понимаешь, как себя вести, потому что уже как будто бы поздно расставлять какие-то личные границы, потому что вы уже вроде ведете диалог достаточно долго. Но при этом ты ощущаешь себя не очень комфортно, потому что ты работаешь, а тебе одолжение делают или что-то такое (*Архив автора. Интервью № 9, с. 189*).

Отдельную категорию составляют навязываемые условия сотрудничества, которые не всегда соответствуют идее самого блога, что подвергает искажению его позиционирования. Так, информанты отмечают требования исказить информацию о продукте:

Ну вот, допустим, если мне отправят какой-то товар, который мне не понравится, но у них в тестовом задании будет то, что мне нужно написать, что это суперский товар, то это всё, это сразу нет. То есть вот такие вот четкие позиции о том, что мне нужно похвалить товар, хотя он мне не понравился, это сразу отказ. Я такое не принимаю (*Архив автора. Интервью № 1, с. 8*).

Распространённой проблемой остаётся и практика, при которой безвозмездно предоставленная продукция негласно предполагает рекламное освещение в блоге:

У меня были некоторые бренды, мировые причем, которые говорили, что они хотят отправить тебе подарок. Ты говоришь: «Хорошо». Дальше они начинают: «Когда вы нас отметите, когда вы выложите, выложите рилс, отметите нас там. То есть, если вы позиционируете свою отправку как подарок, не требуйте ничего отметить» (*Архив автора. Интервью № 10, с. 202*).

Также можно выделить навязывание жёстко регламентированных требований к размещению рекламного контента. Бренды нередко запрещают нативную подачу, навязывают готовый скрипт и вводят ограничения по визуалу, тону или стилю. Чрезмерно детализированные технические задания, требующие строгого следования шаблонам, существенно ограничивают творческую самореализацию блогера и снижают качество итоговой интеграции:

И вот когда бренд не даёт тебе свободы, то есть, когда нельзя написать пост в своей стилистике, под свой канал, то есть есть какой-то шаблон написания. [...] И хочется, чтобы больше было свободы, чтобы бренд больше прислушивался к блогерам, инфлюенсерам, чтобы у них была какая-то свобода, а не всё просто по шаблону (*Архив автора. Интервью № 6, с. 116*).

Увеличение числа рекламных запросов приводит к необходимости найма персонала для коммуникации с рекламодателями. Развитие предпринимательской деятельности в данном направлении влечёт за собой обязанность уплаты налогов на нанятых сотрудников, что сопряжено с возникновением нормативно-правовых ограничений.

Ещё какие-то сложности, из-за чего я наняла менеджера, это из-за того, что мне как раз было сложно обрабатывать все сообщения, всем отвечать, потому что слишком много разных сообщений (*Архив автора. Интервью № 4, с. 75*).

Институционализация данного вида деятельности неизбежно влечёт за собой необходимость разбираться в нормативно-правовых аспектах. Однако сами блогеры воспринимают эти требования как факторы, усложняющие их работу:

Еще вспомнила, что меня сейчас очень сильно раздражает — это постоянно возникающие законы по поводу деятельности блогеров. Сейчас недавно что-то появилось непонятное вообще. Мы еще не разобрались полностью с маркировкой. Не все адвокаты знают, как с этим работать до сих пор. Мне кажется, часто даже те, кто создавал закон, не полностью понимают, что они хотят, как мне кажется, потому что не могут ответить прямо. В общем, это часто непонятные двоякие из-за того, что новые законы, не все понимают, как они работают, даже юристы (*Архив автора. Интервью № 3, с. 53-54*).

Таким образом, ведение блога с целью продвижения определенного стиля жизни прошло путь от любительской практики до самостоятельного вида предпринимательской деятельности. Центральным элементом этой деятельности является рекламное сотрудничество с брендами, которое выступает основным источником монетизации и служит измерением эффективности предпринимательской деятельности lifestyle блогера. Блогер действует именно как предпринимательский субъект — самостоятельно управляя партнёрствами, принимая риски и балансируя между интересами бренда и прибылью от своей предпринимательской деятельности.

Литература

Абилькенова 2022 — *Абилькенова В.А.* Станет ли блогерство профессией? (Блогерство - новый феномен среди профессий?) // *Вестник прикладной этики*. 2022. № 59. С. 141–155.

Кантильон 2024 — *Кантильон Р.* Опыт о природе коммерции: общие вопросы / Пер. с фр. и англ. О.И. Ананьина. М.: Изд-во Института Гайдара. СПб.: Центр экономической культуры, 2024. 464 с.

Панкратова, Тенчова 2023 — *Панкратова Е.В., Тенчова Е.В.* Социологический анализ блогерства как нового канала социальной мобильности // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки*. 2023. №3 (71). С. 125–130.

Петров и др. 2023 — *Петров А.В., Садырова М.С., Синютин М.В.* Современное предпринимательство как объект изучения социологии: основные направления исследований // *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*. 2023. № 4 (69). С. 12–16.

Радаев 2005 — *Радаев В.В.* Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. 603 с.

Сочнева и др. 2024 – *Сочнева Е.Н., Шаропатова А.В., Дудина С.П., Демин В.Г.* Блогинг как современная форма продвижения бизнеса на рынке // Креативная экономика. 2024. Т. 18. № 7. С. 1609–1624.

Чилипенко, Данилова 2018 – *Чилипенко Ю.Ю., Данилова Л.С.* Женский блогинг как предпринимательская деятельность // Женщина в российском обществе. 2018. №3 (88). С. 74–84.

Шумпетер 2008 – *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Под ред. В.С. Автономова [и др.]. М.: Эксмо, 2008. 864 с.

В поисках автора: авторство как социальный конструкт

София В. Ижукова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Наталия Н. Мещерякова

д-р социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена феномену формирования и сохранения творческой индивидуальности цифрового автора на примере фанфикшен-творчества. Для изучения этого вопроса в статье изложены результаты интервью с фанфикшен-авторами, на примере которых рассматривается, как цифровая среда способствует отчуждению текста и влияет на авторское самосознание. *Ключевые слова:* фанфикшен, авторское «Я», статус автора, цифровой автор, анонимное творчество, коллективное творчество, творческая индивидуальность

В последние годы фанфикшен перестал быть маргинальной практикой и стал частью цифровой повседневности. Тексты создаются на крупных платформах, быстро распространяются и существуют внутри уже заданных миров. Автор работает не с «чистого листа», а в пространстве, где исходный материал ему не принадлежит. В этой ситуации ключевой становится не сама возможность писать, а вопрос: как в таких условиях формируется собственная творческая идентичность?

Цифровая среда резко снизила порог входа в творчество. Публикация доступна практически каждому, и это меняет логику авторства. Автор больше не определяется через институты – издательства, редакторов или статус. Его идентичность формируется в процессе: через тексты, отклик аудитории и способы присутствия в сообществе.

При этом текст почти сразу выходит из-под контроля автора. Он копируется, обсуждается, может быть вырван из контекста. Вследствие этого авторская идентичность оказывается нестабильной: она зависит не только от того, что написано, но и от того, как это прочитано и использовано другими. Автор вынужден постоянно соотносить себя с реакцией аудитории и с правилами платформы.

В фанфикшене это проявляется особенно ясно. С одной стороны, творчество здесь изначально коллективно, так как строится на заимствовании. С другой – именно в этом поле возникает необходимость обозначить своё: стиль, интерпретацию, интонацию и голос. Творческая идентичность формируется как попытка удержать индивидуальность внутри коллективного пространства.

В итоге авторское «Я» предстает не как заданное свойство, а как процесс изменчивый, зависимый от среды и постоянно требующий подтверждения. Именно поэтому центральный вопрос исследования приобретает особую значимость: каким образом формируется творческая индивидуальность в условиях коллективного и часто анонимного фанфикшен-творчества?

Говоря о степени разработанности темы, важно отметить, что тема авторства получила широкое освещение в гуманитарных науках. В классических работах Ролана Барта, Мишеля Фуко, Пьера Бурдьё и Говарда Беккера [Барт 1989; Фуко 1996; Бурдьё 2000;

Becker 2001] было показано, что авторство представляет собой социальную и институциональную конструкцию, а не индивидуальное качество писателя. Подчеркивается роль издательских практик, юридических норм и культурных механизмов признания, которые формируют статус автора внутри поля культурного производства. Идеи о коллективности творчества, зависимости текста от множества акторов и важности символического капитала позволяют рассматривать автора как продукт социальных отношений, а не как автономную творческую фигуру.

Современные исследования развивают эту линию в контексте цифровой среды. Работы Генри Дженкинса [Jenkins 2006], исследователей платформенной экономики и авторов, изучающих сетевую анонимность, показывают, что интернет меняет способы создания и распространения текста, смещая границы между автором и читателем. Междисциплинарные подходы, включая акторно-сетевую теорию Бруно Латура [Латур 2014] и концепцию признания Акселя Хоннета [Batler 2008], дополняют картину, описывая авторство как результат взаимодействия людей, технологий, алгоритмов и эмоциональных ожиданий. Несмотря на развитость темы, комплексный анализ пересечения цифровой анонимности, культуры участия и творческой индивидуальности остаётся недостаточно представленным для полноценного изучения данной темы.

Теоретически данное исследование опирается на синтез трёх подходов. Во-первых, это идеи социального конструктивизма Питера Бергера и Томаса Лукмана. В их работе было показано, что социальная реальность не существует как нечто данное изначально, а формируется в процессе повседневного взаимодействия людей, закрепляется в институтах и затем воспринимается как объективная. Особое внимание они уделяют категории идентичности, которая рассматривается не как внутренняя сущность человека, а как результат социальных процессов. Как отмечают авторы, «идентичность формируется социальными процессами. Однажды выкристаллизовавшись, она поддерживается, видоизменяется или даже переформируется социальными отношениями». Это позволяет рассматривать авторское «Я» не как исходную характеристику творца, а как продукт включённости в определённые культурные и коммуникативные практики. В рамках социального конструктивизма авторство понимается как результат типизации и признания: через повторяющиеся действия, ожидания и нормы формируется устойчивая фигура автора, которая затем закрепляется в сознании участников сообщества. В итоге становится возможным рассматривать творческую индивидуальность как динамическую структуру, возникающую на пересечении личного опыта и социальной среды, а не как автономное и неизменное свойство.

Также они пишут о том, что «общества обладают историями, в процессе которых возникают специфические идентичности; но эти истории, однако, творятся людьми, наделенными специфическими идентичностями» [Бергер, Лукман 1995, с. 280]. Сейчас кажется смелым, но достаточно возможным предположить, что цифровой автор, которого мы рассматриваем в данном исследовании – и есть та самая специфическая идентичность, творящая новую историю.

Во-вторых, ещё один мыслитель, о котором упоминалось ранее, и с точки зрения которого важно рассмотреть цифрового автора – Ролан Барт. По Барту, классический автор (как создатель-Бог) умирает, потому что современный текст – это не уникальное послание, исходящее из глубин души творца, а «многомерное пространство, где сочетаются и спорят друг с другом различные виды письма, ни один из которых не является исходным». Текст

соткан из тысяч культурных отсылок. Фанфикшен – это буквальное, практическое воплощение этой идеи. Автор фанфика (или «скриптор») не создает мир с нуля, он комбинирует уже готовые культурные коды (персонажей, тропы, вселенные канона). Скриптор черпает идеи из «необъятного словаря», смешивая написанное до него. Это снимает с фанфикшен-авторов клеймо неоригинальности, так как в парадигме Барта оригинальности не существует в принципе. А главный постулат Барта: «рождение читателя приходится оплачивать смертью Автора» [Барт 1989, с. 385]. Смысл тексту придает не тот, кто его написал, а тот, кто его читает. Читатель – это пространство, где сводятся воедино все цитаты и штрихи текста. В фанфикшене граница между читателем и писателем стирается. Читатель фанфика настолько эмансипирован, что сам берет клавиатуру и начинает переписывать канон, становясь автором. Более того, в цифровой среде именно активная реакция читателя перформативно конструирует идентичность автора.

И в-третьих, исследование опирается на акторно-сетевую теорию (АСТ) Бруно Латура, которая тоже переосмысливает социальное, и авторство понимается не как устойчивая структура, а как процесс постоянного выстраивания связей между разнородными элементами [Латур 2014].

Ключевой момент здесь – включение в анализ нечеловеческих акторов: технологий, платформ, алгоритмов, правил сайтов. Любой элемент, который влияет на действия других и оставляет след, рассматривается как актор. В цифровой среде такие объекты не просто передают информацию, а активно её трансформируют. Платформы задают рамки взаимодействия, алгоритмы выявляют заимствования, а функции копирования отделяют текст от автора.

В этой логике автор предстает не как автономный источник творчества, а как «актор-сеть» – точка пересечения людей, текстов и технических систем.

Для выяснения содержания процесса конструирования автора обратимся к проведённому в 2024 году качественному исследованию «Свобода слова и авторское право в оценках авторов»⁹. Метод исследования – глубинное интервью. Информанты для него были выбраны по принципу снежного кома. Основным критерием для отбора выступает род деятельности информантов – их причастность к творчеству в интернете, так что для этого были отобраны фанфикшен-авторы. Все 10 информантов женского пола, их возраст варьируется от 18 до 37 лет. Гайд исследования включал в себя 23 основных вопроса, некоторые из которых имели дополняющие подвопросы, используемые в зависимости от ответов информантов. Интервью проходили в формате личной беседы (2) или видеозвонка (8), в комфортном для информанта месте и в удобное время. Запись интервью осуществлялась на диктофон по предварительному согласованию с собеседником. Средняя продолжительность интервью составила около 40 минут, самое короткое интервью – 17 минут, самое длинное – 1 час и 5 минут.

Здесь важно учитывать, что речь идёт о людях, регулярно вовлечённых в онлайн-творчество и знакомых с его внутренними правилами и конфликтами. Это позволяет рассматривать их ответы не как случайные мнения, а как отражение устойчивого опыта взаимодействия с цифровой средой. Переход к анализу в этом случае означает внимательное чтение этих высказываний как попыток осмыслить собственное творчество, границы авторства и своё место внутри уже существующих культурных форм.

⁹ Архив автора. Авторское качественное исследование «Свобода слова и авторское право в оценках авторов»; Россия, сентябрь-декабрь 2024 г.; метод – глубинное интервью; 10 фанфикшен-авторов.

Фанфикшен как практика изначально задаёт особую рамку для разговора об авторстве: здесь невозможно говорить об оригинальности в классическом смысле, поскольку любой текст строится на уже существующем материале. Однако именно в этом пространстве, где заимствование является нормой, возникает необходимость обозначить собственный голос. Это напряжение хорошо фиксируется в интервью. Информант №5 прямо указывает на ограниченность претензии на новизну:

То, что я пишу, уже не претендует на супер оригинальность... это основано на чем-то уже существующем... Это нормально (*Архив автора. II. 5. С. 60*).

В этом высказывании важно не столько признание заимствования, сколько его нормализация: отсутствие абсолютной оригинальности не воспринимается как проблема, а становится исходным условием творчества.

Такое понимание напрямую соотносится с идеями Ролана Барта. Переход от фигуры автора к фигуре скриптора проявляется не как теоретическая конструкция, а как практическое переживание: авторы осознают, что их тексты всегда вписаны в более широкий культурный контекст. С точки зрения Бергера и Лукмана это объясняется опорой на социальный запас знания – совокупность готовых схем, типизаций и языковых форм, через которые осуществляется любое высказывание. Вследствие этого индивидуальность не возникает из создания текста с нуля, а формируется как способ работы с уже имеющимся материалом. Признание собственной неоригинальности становится не отказом от авторства, а условием его переосмысления.

Однако на этом уровне формирование идентичности не останавливается. Если в первом случае речь идёт о структуре текста, то далее становится заметно, что ощущение себя как автора напрямую связано с социальным откликом. Интервью показывают, что внутренняя уверенность в собственном творчестве оказывается нестабильной и зависит от реакции аудитории. Один из информантов описывает это через эмоциональный отклик:

...когда я получаю от читателей отзывы... я чувствую внутренний подъем (*Архив автора. II. 9. С. 141*).

В другом случае, напротив, отсутствие поддержки приводит к сомнениям и сдерживает творческий процесс:

...если бы мне говорили, что это здорово... может быть, тогда я бы почувствовала себя чуточку посвободнее... а так есть сомнения, которые могут стопорить моё творчество (*Архив автора. II. 3. С. 34*).

Эти высказывания позволяют увидеть, что творческая идентичность не является внутренне заданной и устойчивой. Она требует постоянного подтверждения извне. В терминах Бергера и Лукмана речь идёт о процессе социального конструирования: субъективная реальность, включая ощущение себя как автора, поддерживается через взаимодействие с другими. Читатели в этом контексте выступают в роли «значимых других», чьи реакции легитимируют или, наоборот, подрывают авторский статус. Отсутствие такого подтверждения приводит к состоянию неопределённости, которое в интервью описывается как «сомнения» и «стопор» творчества.

Одновременно в интервью проявляется ещё один важный сдвиг – изменение отношения к самому авторству. Информант № 5 формулирует это как выбор между признанием себя и распространением текста:

...что важнее для автора? ... «я это сделал» или «посмотрите, что я сделал» ... мне бы хотелось, чтобы больше людей узнали о моих мыслях, нежели обо мне (*Архив автора. II. 5. С. 72*).

Здесь происходит отказ от эгоцентричной модели, в которой автор занимает центральное место, и смещение фокуса на текст и его восприятие. Эта позиция соотносится с тезисом Барта о том, что единство текста находится не в его происхождении, а в его предназначении, то есть в читателе. В итоге авторская индивидуальность формируется парадоксальным образом: она усиливается не через удержание контроля, а через готовность передать часть этого контроля аудитории. Смысл текста возникает в процессе чтения, а не задаётся окончательно в момент написания.

Дальнейшее развитие этой логики связано с тем, что в цифровой среде текст практически сразу утрачивает связь с автором и начинает существовать автономно: на него реагируют, перерабатывают, продолжают, порой воруют. Это переживается как болезненный опыт отчуждения. Один из информантов описывает это в терминах кражи:

...
это ощущается как воровство... у меня не просто вещи украли, у меня мысли украли...
чувства, переживания (*Архив автора. II. 9. С. 143*).

В другом высказывании это состояние формулируется более обобщённо:

...всё, что ты выложил в сеть... забудь вообще... оно уже не твоё (*Архив автора. II. 5. С. 71*).

Эти формулировки указывают на разрыв между автором и его текстом, который после публикации начинает жить собственной жизнью.

С точки зрения Бергера и Лукмана здесь проявляется процесс объективации: продукт человеческой деятельности отделяется от своего создателя и приобретает характер внешней реальности. В цифровой среде этот процесс радикально ускоряется – текст легко копируется, распространяется и вырывается из исходного контекста. Однако для понимания механизма этого отчуждения недостаточно учитывать только человеческих участников. Важную роль играют технические элементы среды.

Акторно-сетевая теория Бруно Латура позволяет рассмотреть эту ситуацию как взаимодействие множества акторов, среди которых присутствуют не только люди, но и технологии. Платформы, интерфейсы, кнопки копирования, алгоритмы и нейросети выступают как посредники, которые активно трансформируют исходное действие автора. Они не просто передают текст, а изменяют условия его существования и распространения. Вопрос, сформулированный одним из информантов:

...если тебе искусственный интеллект... выдаёт текст... чьим он является?
(*Архив автора. II. 10. С. 171*) –

фиксирует размывание границы авторства в ситуации, когда в создании текста участвуют нечеловеческие агенты.

В этих условиях защита авторства также приобретает сетевой характер. Авторы вынуждены обращаться к другим техническим инструментам, чтобы подтвердить свою причастность к тексту. Показателен пример с использованием системы антиплагиата на конкурсе фанфикшена:

...мы... прогнали эти работы... получили что-то в духе 90% заимствования. На этом основании автор был снят (*Архив автора. II. 8. С. 121*).

Здесь алгоритм становится участником процесса, который определяет статус текста и его автора.

Проведённое исследование позволяет по-новому взглянуть на природу творческой индивидуальности в фанфикшене. Она не выступает как внутренняя и устойчивая характеристика автора, а складывается в процессе постоянного взаимодействия с внешней средой. Речь идёт не о монолите, а о подвижной конструкции, которая формируется и изменяется в зависимости от условий цифрового творчества.

Во-первых, становится очевидно, что индивидуальность здесь не опирается на классическое понимание оригинальности. Работа с уже существующими сюжетами и образами не отменяет авторства, а задаёт его особую форму. Индивидуальность проявляется не в новизне исходного материала, а в способе его переосмысления, в интонации, выборе акцентов и стратегиях письма. Это смещает фокус с идеи уникального содержания на процесс пересборки.

Во-вторых, авторская идентичность оказывается напрямую зависимой от социального контекста. Она не закрепляется один раз, а требует постоянного подтверждения через отклик аудитории. Поддержка читателей усиливает ощущение себя как автора, тогда как её отсутствие приводит к сомнениям и снижает уверенность в собственном творчестве. Вследствие этого авторское «Я» оказывается уязвимым и во многом определяется характером взаимодействия с другими участниками сообщества.

В-третьих, существенную роль играет сама цифровая среда, в которой текст быстро выходит за пределы авторского контроля. После публикации он начинает существовать самостоятельно, циркулировать и использоваться в новых контекстах. Это ослабляет связь между автором и произведением и усиливает ощущение отчуждения. Индивидуальность в таких условиях приходится не только формировать, но и удерживать.

Наконец, становится заметно, что в этот процесс активно вовлечены технические элементы: платформы, алгоритмы, интерфейсы. Они не просто сопровождают творчество, а участвуют в нём, влияя на распространение текста, его интерпретацию и даже на возможность подтвердить авторство. В итоге идентичность автора формируется не только в социальном, но и в социотехническом пространстве.

В итоге авторство в фанфикшене предстает как процесс, а не как данность. И, подходя к завершению, хочется ответить на вопрос, сокрытый в названии статьи. Если автор Барта умер, то где же искать цифрового автора? Ответ будет простым: в связи. В связи с текстом, аудиторией и цифровой инфраструктурой. Творческая индивидуальность оказывается результатом этой непрерывной работы и остаётся изменчивой. Это позволяет рассматривать фанфикшен не как вторичную форму творчества, а как особую среду, в которой особенно наглядно проявляются современные трансформации авторства. Они будут продолжать трансформироваться под воздействием внешних факторов, развития

общества, что даст нам, возможно, найти нового цифрового автора в самых разных проявлениях и уголках системы и связи.

Литература

Барт 1989 – *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989. С. 384–391.

Бергер, Лукман 1995 – *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

Бурдье 2000 – *Бурдье П.* Поле литературы // Новое литературное обозрение. 2000. № 45. 22–87.

Латур 2014 – *Латур Б.* Пересборка социального: Введение в акторно-сетевую теорию. М.: Логос, 2014. 381 с.

Фуко 1996 – *Фуко М.* Что такое автор? // Фуко М. Воля к истине: По ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет. М.: Касталь, 1996. 448 с.

Becker 2001 – *Becker H.S.* Art as a Collective Action // *Popular Culture: Production and Consumption* / Ed. by C.L. Harrington, D.B. Bielby. Blackwell Publishing, 2001. P. 67–77.

Batler 2008 – *Butler J.* Taking Another's View: Ambivalent Implications // *Honneth A. Reification: A New Look at an Old Idea / With commentaries by J. Butler, R. Geuss.* Oxford; New York, 2008. P. 97–120.

Jenkins 2006 – *Jenkins H.* Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. 2006. 308 p.

Выбор партнера в цифровую эпоху: социологический анализ парадокса изобилия

Ульяна Д. Кудасова

студентка

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Научный руководитель: Наталья В. Проказина

д-р социол. наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Аннотация. В статье анализируется трансформация восприятия романтического партнёра в условиях цифровизации знакомств. На основе теоретического анализа и эмпирических данных демонстрируется, что архитектура дейтинг-платформ структурно усиливает тенденцию к оценке партнёра как совокупности дискретных «активов», а не как целостной личности.

Ключевые слова: социология любви, приложения для знакомств, цифровизация, культура мгновенности

Цифровизация общества, как известно, затронула каждую часть жизни, трансформировав не только экономику и процессы производства, но и фундаментальные сферы частного взаимодействия. Внедрение информационно-коммуникационных технологий в повседневность привело к возникновению новых социальных практик, среди которых особое место занимают онлайн-знакомства. Дейтинг-приложения (от англ. date – свидание), изначально позиционировавшиеся как инструмент оптимизации поиска партнера, сегодня стали доминирующим механизмом инициирования романтических отношений, в том числе и в Российской Федерации, где, как отмечает ВЦИОМ, на момент 2024 года каждый четвертый россиянин мог поделиться опытом использования соответствующих сервисов¹¹. Однако массовое распространение данных платформ сопровождается ростом социальной обеспокоенности относительно качества формируемых связей и устойчивости института семьи. Сопровождающая метамодернизм осцилляция привела к размыванию базисной логики поиска партнера, редуцировав глубину чувств до поиска непродолжительных знакомств.

Актуальность исследования обусловлена противоречием между декларируемой эффективностью цифровых сервисов знакомств и наблюдаемыми социальными тенденциями. Несмотря на беспрецедентную доступность потенциальных партнеров, современное общество сталкивается с феноменом массового одиночества (по данным ВЦИОМ, в ответе на вопрос «Легко ли на Ваш взгляд сегодня найти свою вторую половинку?» лишь 6% опрошенных смогли дать утвердительный ответ)¹², снижением числа регистрируемых браков и ростом нестабильности партнерских союзов (на момент 2023 года, по данным Росстата на 1000 человек населения РФ приходилось 6,5 браков на 4,7 разводов)¹³.

© Кудасова У.Д., 2026

¹¹ ВЦИОМ. Онлайн-знакомства, или Романтика в цифровую эпоху. 2024. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/onlain-znakomstva-ili-romantika-v-cifrovuyu-epochu> (дата обращения: 10.04.2026).

¹² ВЦИОМ. Жизнь в стиле соло. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhizn-v-stile-solo> (дата обращения: 10.04.2026).

¹³ Россия в цифрах. 2025: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2025. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Rossia_2025.pdf (дата обращения: 10.04.2026).

В рамках данной статьи формулируется следующий исследовательский вопрос: как меняются механизмы знакомства, романтических и партнёрских отношений, создания семьи в условиях цифровизации?

Целью работы является выявление и анализ ключевых изменений в механизмах формирования отношений, вызванных цифровизацией, а также оценка их влияния на устойчивость концепции семьи и партнерства.

В качестве основной гипотезы выдвигается предположение о том, что цифровизация знакомств способствует коммодификации партнеров, усиливает «парадокс выбора» и культивирует поверхностность взаимодействий, что в совокупности снижает готовность индивидов к долгосрочным обязательствам и негативно влияет на институционализацию семьи.

Теоретическая обусловленность

Любовь есть комплекс ощущений, который не чужд каждому человеку. Однако данная категория столь абстрактна, что ее суть не может уместиться в одно короткое и универсальное определение. Любовь всеобъемлюща и вариативна в своем естестве, что вызывает множество вопросов относительно описательных возможностей любого из языков мира в разговоре о трактовке обсуждаемого понятия. Дабы избежать последующей семантической путаницы и установить, почему же дейтинг-сервисы в минимальном числе случаев продуктом своего функционирования соотносятся с вышеуказанной материей, выявим наиболее общие законы интерпретации термина.

Во времена античности любовь рассматривалась как полисемантическая категория, чьи значения ветвятся в четырех направлениях: «эрос» – любовь, основанная на страсти и слабо контролируемом интенсивном физическом влечении; «филия» – любовь, базирующаяся на симпатии к объекту или индивиду и являющаяся продуктом личного выбора; «сторге» – любовь, основанная на духовной близости и корнями уходящая в глубокую привязанность; и, наконец, «агапэ» – наиболее близкий к христианской трактовке вид безусловной любви, сродни любви Бога к своему творению.

В средние века, когда церковь обрела уровень государственного влияния, эротическая любовь была демонизирована до уровня недостойной упоминания, а «чистая», целомудренная любовь между мужчиной и женщиной признана оплотом здорового общества.

Эпоха Возрождения сохранила идею о телеологичности любви, однако в Новое время течение философской мысли, как отмечают Н.А. Некрасова и К.Ю. Тарновский, реконструировало понимание анатомии любви через конкретные проявления: желание приятного (Гоббс, Локк, Спиноза, Кондильяк), стремление к совершенству (Лейбниц), к добру (Мальбранш) или к альтруизму (Хатчесон, Юм, Смит) [Некрасова, Тарновский 2011, с. 111].

Весомый вклад в осмысление темы сделал Людвиг Фейербах, громогласно заявив о становлении новой этики любви. В «Сущности христианства» он отвергает доминирующее представление о любви как оплоте связи с Божественным, предлагая рассматривать ее не как метафизическую субстанцию, а как высшее качество человеческих отношений, детерминированное слиянием воли, чувства и разума [Фейербах 1995, с. 31]. Любовь по Фейербаху есть не что иное, как способ, посредством которого индивид обретает себя как самостоятельное и полноценное «Я»: только в опыте встречи с другими людьми и принятии

собственной проекции в умах других людей («Ты»), человек по-настоящему способен познать себя, превратив абстрактное сознание в живое и чувственное существование.

Так, подводя промежуточный итог, становится возможным прийти к наиболее общему мнению о том, что любовь стоит рассматривать как фундаментальную антропоцентрическую категорию, представляющую собой единство чувства, разума и воли, реализуемое в акте глубокого межсубъектного взаимодействия. В этом контексте любовь выступает не просто как аффективное состояние, но как способ онтологического утверждения человека, обретающего полноту своего «Я» через подлинное признание «Ты». Именно эта глубина, требующая времени, эмпатии и восприятия партнера как целостности, становится тем критическим критерием, через призму которого далее будет проанализирована редукция отношений в цифровых сервисах знакомств.

Если философская традиция задает идеальную модель, то социология позднего модерна описывает контекст, в котором она размывается.

Концептуальный аппарат Э. Гидденса, разработанный в работе «Трансформация интимности» [Гидденс 2004, с. 86], предоставляет ключ к пониманию структурных изменений в сфере романтических отношений. В традиционном обществе выбор супруга детерминировался институциональными требованиями: экономической целесообразностью, социальным статусом семей, религиозными предписаниями и одобрением общины. Однако в позднем модерне данная логика потеряла свою актуальность. Экономическая эмансипация женщин, развитие контрацепции, отделившее сексуальность от репродукции, и упадок традиционных религиозных институтов освободили интимную сферу от внешней детерминации, сделав единственным критерием устойчивости союза взаимную эмоциональную удовлетворенность. На первый план вышел аффективный критерий, ввиду чего наличие эмоционального резонанса стало основополагающим моментом для вступления в романтическую связь, взяв верх над критерием душевного родства. Гидденс вводит концепт «чистых отношений» – то есть тех, которые существуют лишь по факту удобства для обоих партнеров и закрывают определенные потребности. Как только уровень удовлетворенности продуктом близости падает, отношения прекращаются. Однако важно отметить, что сам социолог, описывая возможности новой сексуальности и демократизации интимности, предупреждает о рисках их трансформации в потребительскую практику. Анализируя теневые стороны освобождения от традиций, он указывает, что «погоня за сексуальными завоеваниями как раз и продуцирует тот выматывающий цикл отчаяния и крушения иллюзий, который отмечается и в случае других пагубных пристрастий» [Гидденс 2004, с. 79].

В контексте данного исследования эта мысль приобретает особую актуальность. Механика дейтинг-приложений, с её геймификацией и бесконечной лентой профилей, трансформирует поиск партнера из акта «любви человека к человеку» (по Фейербаху) в серию микро-завоеваний (взаимные лайки, назначенные свидания). Так, цифровые платформы не просто реализуют потенциал «чистых отношений», но и усиливают описанный социологом цикл зависимости, где постоянный поиск нового партнера становится способом избегания глубокой привязанности, ведущим к эмоциональному выгоранию и разочарованию в самой перспективе постижения любви.

Данная мысль находит свое продолжение и в концепции «текучей современности» Зигмунта Баумана [Бауман 2008, с. 7]. Социолог диагностирует фундаментальную амбивалентность человека позднего модерна: стремление к близости при паническом

страхе перед обязательствами. Современный человек в логике жидкой модерности крайне жаждет до впечатлений и в наивысшей степени скуп на траты. Он находится в постоянном поиске лучшего варианта, максимально стараясь минимизировать объем инвестированных в дело ресурсов (будь то деньги, время или силы). Сфера человеческих взаимоотношений насквозь пронизывается цинизмом, консьюмеризм достигает пика, а рыночная логика подменяет мораль. Как пишет сам Зигмунт Бауман: «...мы покупаем средства выжать максимум удовольствия из любви и избежать “зависимости” от любимого или любящего партнера; мы покупаем средства завоевать любовь возлюбленного и наименее дорогой способ завершения союза, когда любовь угасла и отношения перестали радовать» [Бауман 2008, с. 83].

В «Текучей любви» автор вводит концепт «карманных отношений» (от англ. pocket relationship) – то есть связей, которые можно «достать из кармана», когда удобно, и «убрать обратно», когда они начинают требовать слишком много [Bauman 2003, p. 38]. Данный концепт идеально ложится на логику работы приложений для знакомств. Сервис даст возможность моментально восполнить потребность в любви, однако оба человека по ту сторону экрана будут ясно понимать, что на большее рассчитывать не стоит – они не готовы делиться своей автономией, не готовы давать «ключ» к себе. Стремление избежать обязательств в условиях текущего модерна, диагностированное З. Бауманом, следует понимать не как моральный дефект индивида, а как адаптивную реакцию на структурную неопределенность. Эпоха индивидуализации рисков закрепила в сознании современного человека паттерн избегания лишних проблем. В мире, где профессиональные траектории, социальные связи и даже географическая привязанность стали временными, долгосрочное обязательство перед партнером воспринимается как неоправданный риск, ведь ответственность за решение влечет стресс, и без того пронизывающий каждую мельчайшую часть повседневной жизнедеятельности.

Практическая обусловленность

Важным замечанием помимо акцента на изменение структурных условий повседневности является сама механика работы приложений для знакомств. Нас интересует феномен, который в психологии получил название «парадокс выбора» [Шварц 2005] – концепт, который утверждает, что увеличение количества альтернатив сверх оптимального порога не повышает, а снижает благополучие индивида за счёт когнитивной перегрузки, роста упущенных возможностей, завышенных ожиданий и склонности к самообвинению при неудаче. Возвращаясь к основному вопросу статьи, теоретически, расширение пула потенциальных партнеров посредством использования дейтинг-сервисов должно повышать вероятность нахождения идеального совпадения. Однако эмпирические данные и теоретический анализ свидетельствуют об обратном: изобилие вариантов ведет к ментальному истощению, снижению удовлетворенности сделанным выбором и параличу принятия решений. Так, в кросс-секционном исследовании Хольцхаузен и коллег текущие пользователи дейтингов демонстрировали в 2,5 раза более высокие шансы на психологический дистресс и почти вдвое на симптомы депрессии по сравнению с не-пользователями, даже после корректировки на возраст, пол и сексуальную ориентацию [Holtzhausen et al. 2020, p. 7].

В контексте дейтинг-приложений этот парадокс проявляется с особой остротой, поскольку пользователь сталкивается не просто с большим, а с иллюзорно бесконечным

выбором. Каждый профиль воспринимается как гипотетическая возможность, что формирует устойчивую установку: «где-то там есть кто-то лучше». Данная установка порождает три взаимосвязанных эффекта:

1. Доминирование максимизирующей стратегии над сатисфайсингом: если Шварц различает максимизаторов (от англ. *maximize* – максимизировать), то есть стремящихся найти наилучший возможный вариант и сатисфайсеров (от англ. *satisfy* – удовлетворять), то есть выбирающих первый в достаточной мере удовлетворительный вариант, то архитектура дейтинг-приложений структурно поощряет максимизацию, которая эмпирически коррелирует с более высоким уровнем тревожности, депрессии и общей неудовлетворённостью жизнью;

2. Сожаление постфактум: даже после успешного «метча» (от англ. *match* – соответствовать; в дейтинг-среде означает взаимное проявление симпатии) или начала отношений индивид продолжает испытывать тревогу упущенной выгоды, подозревая, что следующий пользовательский профиль в ленте мог бы принести большее удовлетворение;

3. Специфическая атрибуция неудачи: при возникновении сложностей в отношениях ответственность возлагается на ошибку выбора («я выбрал не того»), а не на объективные обстоятельства или необходимость работы над связью, что стимулирует поиск нового партнера вместо репарации текущего.

Эмпирические исследования подтверждают применимость теории Шварца к сфере онлайн-знакомств. В эксперименте Д'Анджело и Тома участники, просматривавшие большее количество профилей (24), сообщали о значительно более низком уровне удовлетворённости выбранным партнером по сравнению с теми, кто видел ограниченное количество вариантов (6) [D'Angelo, Toma 2017, p. 401]. Из этого следует, что пользователи дейтинг-приложений склонны к более объективирующему восприятию потенциальных партнеров и чаще отвергают кандидатов на основе поверхностных критериев при расширении пула выбора. Эти данные указывают на то, что изобилие вариантов не улучшает качество принятия решений, а, напротив, смещает фокус с глубинной оценки совместимости на быструю фильтрацию по визуальным и категориально маркируемым признакам.

Указанный психологический механизм усугубляется процессом коммодификации – превращения человеческой личности в товар с набором потребительских характеристик. Интерфейс дейтинг-приложений структурно имитирует витрину интернет-магазина, что приводит к редукции сложной человеческой субъектности до набора маркируемых признаков. Как отмечает социолог Ева Иллуз, сама архитектура выбора партнера изменяется в условиях эмоционального капитализма, поскольку романтика становится рационализированной (чувства подлежат оценке, сравнению и обмену) [Illouz 2012, p. 4]. Партнер оценивается не как целостная личность в фейербаховском смысле встречи «Я» и «Ты», а как совокупность «активов» (внешность, статус, хобби), которые должны принести дивиденды в виде эмоционального или социального капитала. Конъюнктурный анализ Витмер и коллег 5340 свайпов (от англ. *swipe* – смахнуть, провести пальцем по экрану) в приложениях для знакомств показал, что пользователи оценивают партнера как пакет разрозненных атрибутов: внешность составляет 70–80% веса выбора, рост – 5–10%, работа/статус – 3–5%, а биография, интеллект и хобби – менее 2%, что демонстрирует редукцию целостной личности к оценке измеримого потенциала успеха знакомства [Witmer et al. 2025, p. 6]. Так, парадокс выбора Шварца и теория коммодификации Иллуз взаимно

усиливают друг друга, объясняя, почему технологическое расширение возможностей знакомства не ведёт к росту удовлетворённости отношениями: изобилие вариантов трансформирует поиск партнёра в потребительский акт, где фокус смещается с качества связи на оптимизацию выбора, что структурно противоречит условиям формирования глубокой привязанности.

Резюмируя все вышеизложенное, становится возможным констатировать, что цифровизация знакомств представляет собой не просто технологическую инновацию в сфере инициирования отношений, но фундаментальный социальный сдвиг, трансформирующий саму онтологию человеческой близости. Анализ теоретических концепций и эмпирических данных подтверждает, что цифровые платформы структурно модифицируют процесс выбора партнера, замещая традиционные механизмы, основанные на социальном контексте и длительном узнавании, алгоритмическим посредничеством и культурой мгновенности. Интерфейсная логика платформ и алгоритмическое посредничество создают когнитивные условия, в которых максимизирующие стратегии поиска и культура мгновенности становятся рациональной адаптацией к среде, а не индивидуальным отклонением. Таким образом, коммодификация партнёра в цифровом поле является не побочным эффектом, а системным следствием дизайна платформ, структурирующих процесс выбора по модели оценки ресурсов, а не холистического познания другого.

Литература

- Бауман 2008 – *Бауман З.* Текучая современность. СПб. Питер. 2008. 240 с.
- Гидденс 2004 – *Гидденс Э.* Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах. СПб.: Питер, 2004. 208 с.
- Некрасова, Тарновский 2011 – *Некрасова Н.А., Тарновский К.Ю.* Эволюция представления о любви в истории философии. Наука. Общество. Государство. 2011. № 2. С. 105–116.
- Фейербах 1995 – *Фейербах Л.* Сочинения: В 2 т. Т. 2. М.: Наука, 1995. 425 с.
- Шварц 2005 – *Шварц Б.* Парадокс выбора. Как принимать решения, о которых мы не будем жалеть. М.: Добрая книга, 2005. 320 с.
- Bauman 2003 – *Bauman Z.* Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds. Cambridge: Polity Press. 2003. 162 p.
- D'Angelo, Toma 2017 – *D'Angelo J., Toma C.* There Are Plenty of Fish in the Sea: The Effects of Choice Overload and Reversibility on Online Daters' Satisfaction with Selected Partners // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2017. Vol. 20. No. 7. P. 397–404.
- Holtzhausen et al. 2020 – *Holtzhausen N., Fitzgerald K., Thakur I. et al.* Swipe-based dating applications use and its association with mental health outcomes: a cross-sectional study // *BMC Psychology*. 2020. Vol. 8. No. 22. P. 1–12.
- Illouz 2012 – *Illouz E.* Why Love Hurts: A Sociological Explanation. Cambridge: Polity Press. 2012. 293 p.
- Witmer et al. 2025 – *Witmer J. et al.* Exploring the role of profile attributes in swipe-based dating applications // *Computers in Human Behavior Reports*. 2025. Vol. 17. Article 100579. P. 1–10.

Инфлюенс-маркетинг и практики потребления спортивного питания

Кирилл И. Пасечник

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Евгения Е. Киселева

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Анализ роли инфлюенс-маркетинга в сфере спортивного питания. Лидеры мнений конструируют символические значения спортпита, формируя практики молодёжи. Спортивное питание – маркер стиля жизни и идентичности. Инфлюенс-маркетинг конвертирует капиталы в потребительские решения. Зафиксировано противоречие между нормативным дискурсом и реальными практиками из-за информационной асимметрии. Вывод: инфлюенс-маркетинг управляет доверием, но воспроизводит неравный доступ к легитимному знанию о здоровье.

Ключевые слова: инфлюенс-маркетинг, спортивное питание, лидеры мнений, потребительские практики, социальное неравенство, биополитика потребления, цифровая среда

В конце 2010-х – начале 2020-х гг. цифровые платформы и социальные сети утвердились в роли ключевой коммуникационной инфраструктуры повседневной жизни. Это повлекло за собой структурный сдвиг в системе маркетинговых коммуникаций: от массовой рекламной трансляции – к персонализированному воздействию через лидеров общественного мнения, инфлюенсеров. Именно в этот период рынок спортивного питания в России демонстрирует устойчивый рост, подстёгнутый популяризацией фитнес-культуры, распространением ЗОЖ-дискурса и повсеместными практиками визуальной самопрезентации тела в цифровой среде.

Спортивное питание при этом утрачивает характеристики сугубо утилитарного средства и приобретает статус элемента стиля жизни – символического ресурса, через который артикулируются представления о «правильном теле», физической дисциплине и заботе.

Для значительной части молодёжной аудитории роль посредников между специализированным знанием о пищевых добавках и повседневными практиками выполняют сегодня не врачи и не институциональные эксперты, а спортивные блогеры, персональные тренеры и фитнес-инфлюенсеры. Это ставит принципиально важный вопрос: каким образом цифровые лидеры мнений структурируют поле потребления спортивного питания и как они сопрягают нормативные режимы здоровьесбережения с реальными потребительскими практиками в условиях социального неравенства и информационной асимметрии? По аналогии с исследованиями, где нормативные предписания в области питания сопоставляются с социально дифференцированными практиками их реализации [Зарубина 2014], настоящая статья соотносит дискурс «ответственного потребления» спортивных добавок с реальным воздействием рыночных и медийных механизмов.

Цель статьи – осуществить теоретический анализ роли инфлюенс-маркетинга в формировании потребительских практик в сфере спортивного питания на основе социологических концепций потребления и классических теорий массовой коммуникации.

В современной научной литературе инфлюенс-маркетинг трактуется [Аржанова и др. 2022, с. 1], как совокупность практик продвижения товаров и брендов через лидеров мнений [Лазарсфельд и др. 2004, с. 8], в цифровой среде – акторов, располагающих достаточным медийным влиянием и социальным капиталом для целенаправленного воздействия на потребительские установки аудитории. Принципиальное отличие от традиционной рекламы состоит в том, что инфлюенс-коммуникация встраивается в повседневный контент медиапроизводителя, опирается на его биографический нарратив и сформированное доверие – и именно поэтому коммерческое сообщение воспринимается не как реклама, а как личный совет.

Теоретическим основанием для осмысления этого феномена служит модель двухступенчатого потока коммуникации. Первоначально она была сформулирована П. Лазарсфельдом и Б. Берельсоном. В 1944 г. в ходе исследования президентской кампании в США: было установлено, что медиавоздействие реализуется преимущественно через посредников – лидеров мнений [Katz, Lazarsfeld 1955, p. 9]. Дальнейшую разработку эта идея получила в классическом труде П. Лазарсфельда и Э. Каца: массовые медиа влияют на аудиторию не напрямую, а через лидеров мнений, осуществляющих интерпретацию и ретрансляцию информации в ходе межличностного взаимодействия. Цифровая среда усиливает эту логику: инфлюенсер аккумулирует потоки от брендов, СМИ и научных источников и транслирует их аудитории через короткие видео, сторис и текстовые публикации, одновременно выступая медиатором и самостоятельным субъектом смыслопроизводства.

Авторитет инфлюенсера в сегменте спортивного питания складывается из нескольких взаимосвязанных компонентов: перформативного телесного капитала, такого, например, как визуально верифицируемый результат тренировок, реального или приписываемого экспертного статуса (профессиональный спортсмен, тренер, нутрициолог) и способности формировать устойчивое сообщество с единым языком и системой символов. Именно эти ресурсы позволяют блогеру превращать сложную, нередко фрагментарную информацию о пищевых добавках в доступные, эмоционально насыщенные и визуально убедительные нарративы. Характерный пример – формат Reels, в котором фитнес-блогер записывает 60-секундный обзор сывороточного протеина: показывает упаковку, сравнивает вкусы, демонстрирует результаты «трансформации» и прикладывает партнёрскую ссылку в описании. Такой ролик, набравший несколько сотен тысяч просмотров, по охвату и конверсии превосходит любую баннерную кампанию того же бренда.

Согласно экономико-социологическому подходу, развитому в работах Д.К. Маштакеева¹⁵, и ряда других авторов, потребление – это не просто индивидуальный акт удовлетворения потребности, но социально структурированная практика, формируемая позицией субъекта в стратификационной системе, господствующими культурными нормами и системой символических различий. Потребительский выбор задаётся не одним

¹⁵ Маштакеев Д.К. Социология потребления: основные подходы // Российский электронный журнал. 2018. URL: https://www.e-rej.ru/Articles/2018/Mashtakeev_D.pdf (дата обращения: 23.03.2026).

только доходом, но и нормативными представлениями конкретных социальных групп о том, что считается «правильным», «приемлемым» или, напротив, избыточным.

Через эту оптику спортивное питание предстаёт как культурно нагруженный товар. Его потребление маркирует принадлежность к определённому образу жизни, в котором приоритетны телесная работа, самодисциплина и стремление к самосовершенствованию. Упаковка протеина или набор пищевых добавок работают в повседневности как знаки, поддающиеся социальному считыванию. П. Бурдьё в «Различении» убедительно показал, что культурное потребление, включая выбор продуктов питания, формируется габитусом и служит маркером классовой позиции субъекта [Бурдьё 2004, с. 2]. Эта логика вполне применима к современному рынку спортивного питания: человек, демонстративно употребляющий аминокислоты и коллаген от «нишевого» бренда, транслирует социальному окружению целый пакет сообщений – о своём образе жизни, дисциплине и принадлежности к «осознанному» потребительскому классу.

Доступность спортивного питания и степень готовности к его восприятию как необходимого элемента рациона обусловлены несколькими измерениями социального положения: экономическим: материальная возможность систематически покупать продукты; культурным: то насколько человек разбирается в понятиях ЗОЖ и нутрициологии; символическим: значимость телесного капитала как ресурса статуса. Для одних групп регулярное потребление спортивных добавок – рутинная практика, органично вписанная в структуру бюджета; для других – избыточная или социально нерелевантная статья расходов.

Инфлюенс-маркетинг встраивается в эту структуру, нормализуя потребление спортивного питания как атрибут «правильного» образа жизни и устанавливая его связь с социально одобряемыми образами – успешностью, физической привлекательностью, продуктивностью. Тем самым он участвует в символической игре, в которой товары приобретают знаковую стоимость, а дифференциация в доступе к ним воспроизводит структурные линии социального неравенства.

Рынок спортивного питания отличается высокой степенью информационной асимметрии: производители и профессиональные эксперты располагают несопоставимо большим объёмом сведений о составе, действии и потенциальных рисках продуктов по сравнению с рядовыми потребителями. Научные публикации и регламентирующая документация остаются труднодоступными или плохо адаптированными для непрофессиональной аудитории, а маркировка и рекламные материалы нередко оперируют обобщёнными или редуцированными формулировками. В этих условиях возникает устойчивый запрос на доверенных посредников, способных перевести специализированное знание на язык повседневного опыта.

На этом фоне инфлюенсеры выступают носителями «прикладной экспертизы» и медийными фигурами, на которые проецируется ожидание честности и заботы о подписчиках. Возникающие парасоциальные отношения – устойчивые, эмоционально насыщенные, однако иллюзорные по своей природе односторонние связи с медийной персоной – повышают воспринимаемый уровень доверия к транслируемым рекомендациям вне зависимости от формальной квалификации блогера. Систематические сторис, прямые эфиры и реакции на комментарии создают стойкое ощущение близости, снижающее критичность восприятия коммерческих сообщений. Возьмём типичный сценарий: фитнес-блогер с аудиторией 200–300 тысяч человек проводит 30-дневный марафон тренировок,

ежедневно публикуя отчёты в сторис и отвечая подписчикам в комментариях. К концу марафона он представляет партнёрский продукт – например, ВСАА того или иного бренда – как «то, без чего сам не мог бы справиться». Доверие, накопленное за месяц совместного «прохождения» марафона, работает здесь не хуже любого экспертного сертификата.

Доверие в данной сфере структурировано как минимум по двум измерениям: когнитивному и аффективно-личностному. Для молодёжной аудитории второе измерение нередко оказывается сильнее формальных показателей экспертизы – и именно это создаёт институциональные условия для распространения неквалифицированных советов и псевдонаучных концепций в нутрициологии.

Теоретические модели доверия и социального обмена позволяют интерпретировать эту ситуацию как специфическую форму ресурсного обмена: аудитория инвестирует внимание, время и символическую поддержку, получая взамен не только информацию о товарах, но и компоненты идентичности, ощущение групповой сопричастности и социального одобрения. Бренд, взаимодействующий с инфлюенсером, конвертирует его социальный капитал в экономически измеримые результаты – что превращает репутацию и воспринимаемую аутентичность медиапроизводителя в стратегический актив.

В работах, посвящённых биополитике, и концепции габитуса, подчёркивается двойственный статус питания: оно выступает одновременно объектом государственного регулирования и социально обусловленной повседневной практикой, воспроизводящей неравенство. Нормативные режимы «здорового питания» складываются через экспертные рекомендации, стандарты качества и профилактические программы; однако их практическая реализация определяется ресурсным потенциалом, культурным капиталом и объективными условиями жизни конкретных социальных групп.

Применительно к сфере спортивного питания можно выделить несколько пересекающихся типов нормативности. Во-первых, медицинские и профессиональные регламенты применения добавок, ориентированные на безопасность, соблюдение дозировок и медицинских показаний. Во-вторых, рыночные и медийные нормы, транслируемые производителями и системой инфлюенс-маркетинга: они делают акцент на эффективности, потребительском удобстве и символических выгодах. В-третьих, моральный дискурс заботы, самодисциплины и «ответственного отношения» к телу, активно тиражируемый цифровыми медиаплатформами.

Реальные практики потребления спортивного питания складываются на пересечении всех перечисленных нормативных режимов и объективных структурных ограничений. Экономическое положение субъекта задаёт материальную возможность систематически использовать продукты; уровень образования и культурный капитал – способность критически оценивать рекламные утверждения и обращаться к профессиональным источникам; локальные социокультурные нормы определяют границы допустимости расходов на «дорогостоящие» товары. Отсюда – значительная вариативность потребительских практик даже при формально сопоставимом доступе к информации: именно эта вариативность фиксирует неоднородность социальных условий, в которых универалистский дискурс «правильного» потребления добавок получает конкретное воплощение.

Инфлюенс-маркетинг в этой ситуации способен как снижать потребительскую неопределённость, предлагая более операционализированные модели применения продуктов, так и углублять разрыв между нормативными предписаниями и реальными

практиками – когда транслируемые рекомендации носят поверхностный или коммерчески мотивированный характер. В обоих случаях он работает как значимый социальный механизм, через который нормативные регуляторы, рыночные интересы и структура социального неравенства находят воплощение в конкретных повседневных действиях потребителей.

Проведённый теоретический анализ позволяет рассматривать инфлюенс-маркетинг в сфере спортивного питания как сложный социальный механизм, объединяющий функции коммуникативной медиации, нормативной регуляции и воспроизводства символических различий.

Опираясь на классические модели массовой коммуникации и социологические концепции потребления, можно констатировать: влияние инфлюенсеров выходит далеко за пределы стимулирования продаж. Эти акторы участвуют в конструировании нормативных образов «правильного» тела и легитимных практик здоровьесбережения, а также в производстве воображаемых сообществ, объединённых вокруг определённых стилей жизни.

Спортивное питание, продвигаемое через лидеров мнений, приобретает статус элемента символического языка, посредством которого артикулируются социальный статус, самодисциплина и принадлежность к категории «осознанных» потребителей – что включает эту нишу в более широкие процессы, описываемые социологией потребления. Вместе с тем остаётся острой проблема информационной асимметрии и рисков псевдоэкспертизы: аффективное и социальное доверие к харизматичным медиафигурам систематически вытесняет обращение к научно верифицированным источникам.

Инфлюенс-маркетинг в нише спортивного питания требует анализа не только как маркетинговая технология, но и как элемент биополитики потребления, в рамках которой регулированию подвергаются не только тела и рационы, но и формы легитимного знания о здоровье, а также дифференцированный доступ социальных групп к этому знанию. Именно такая теоретическая перспектива создаёт основания для последующих эмпирических исследований – в частности, изучения воздействия конкретных инфлюенс-кампаний на восприятие рисков, доверие к научным рекомендациям и механизмы воспроизводства социального неравенства в сферах здоровья и потребления.

Литература

Аржанова и др. 2022 – *Аржанова К.А. Довжик Г.В., Довжик В.Н.* Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы. Вестник университета. 2022. № 9. С. 65–71.

Бурдьё 2004 – *Бурдьё П.* Различение: социальная критика суждения. Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004. 680 с.

Зарубина 2014 – *Зарубина Н.Н.* Практики питания как маркер и фактор социального неравенства в России: история и современность // Историческая психология и социология истории. 2014. № 2. С. 46–62.

Лазарсфельд и др. 2004 – *Лазарсфельд П.Ф. Берельсон Б. Годае Х.* Выбор народа: как избиратель принимает решение в президентской кампании. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 240 с.

Katz, Lazarsfeld 1955 – *Katz E., Lazarsfeld P.F.* Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. New York: Free Press, 1955. 288 p.

Общение студенческой молодёжи в XXI веке: вызовы и возможности

Ростислав Я. Ильясов

аспирант

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Виктор А. Сапрыка

д-р социол. наук, профессор

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье приводятся данные исследования общения студенческой молодёжи как в интернет-пространстве, так и в личном формате, проведённого Экспертным центром Всероссийского студенческого проекта «Твой ход». Исследуются наиболее популярные форматы общения, средний размер круга социального взаимодействия, а также динамика изменения этого круга как в контексте онлайн-, так и офлайн-общения. В ходе исследования были проанализированы взаимосвязи различных показателей с целью выявления закономерностей формирования и развития социального окружения студенческой молодёжи. В ходе исследования выявлены и описаны различные стратегии поиска новых знакомств и сохранения имеющегося круга, а также их средняя результативность.

Ключевые слова: онлайн-общение, молодёжь России, офлайн-общение, социальное взаимодействие, активная молодёжь, проект «Твой ход»

Общение и коммуникация в XXI в. претерпели серьёзные изменения по сравнению с более ранними формами, особенно в контексте городской молодёжи, имеющей высокий процент студенческой молодёжи ввиду своей специфики как социальной группы [Ядов 2001, с. 315]. В целом коммуникационные стратегии XXI в. характеризуются разнообразием, построенным на совмещении классического межличностного формата общения со всё возрастающей долей онлайн-общения [Зубок, Чанкова 2022, с. 25–26]. Развитие последнего способа коммуникации особенно ускорилось во время пандемии COVID-19, послужившей мощным катализатором развития цифровых технологий в целом и дистанционного общения в частности [Милаева 2021, с. 209]. В данной статье мы постараемся проследить основные тенденции и стратегии коммуникации, которые используют студенты в современной постковидной России.

Методология и эмпирическая база

Далее (табл. 1) представлены основные количественные показатели ответов респондентов в рамках исследования, проведённого Экспертным центром Всероссийского студенческого проекта «Твой ход» (выборка составила 3014 человек по всей России).

**Форматы знакомства и стратегии поддержания круга общения
студенческой молодёжи¹⁷**

Где ты обычно знакомишься с новыми людьми? (Используются данные о проценте наблюдений – сумма более 100%)	
В университете	71%
В рамках внеучебной деятельности	40%
В рамках своего досуга / хобби	36%
На работе	31%
Онлайн	25%
Просто на улице	17%
В клубах и других подобных местах	8%
Другое	3%
Предпринимаешь ли ты активные действия, чтобы расширить свой круг общения?	
Да, стараюсь ходить в новые места, развивать себя, знакомиться с людьми, инициировать общение	30%
Да, стараюсь быть открытым миру, дружелюбным к людям и не отвергать никакое общение	46%
Нет, я в целом не предпринимаю активных действий	24%
Предпринимаешь ли ты активные действия, чтобы сохранить текущий круг общения?	
Да, постоянно нахожусь в контакте со своими приятелями, стараюсь как-то собрать их на какую-нибудь активность или вовлечь в совместную деятельность	42%
Да, нахожусь с ними в контакте, поддерживаю общение и стараюсь никого не забывать	49%
Нет, в целом не предпринимаю активных действий	9%
Как ты считаешь, за последний год твой круг общения скорее сократился или вырос?	
Однозначно сократился	13%
Скорее сократился	20%
Остался неизменным	23%
Скорее вырос	29%
Много ли у тебя онлайн-друзей / друзей по переписке?	
Очень много – более 1000	6%
Много – сотни	9%
Достаточно много – десятки	16%
Несколько человек	41%
Вообще нет онлайн-френдов	28%
Как ты считаешь, твоё онлайн-общение скорее растёт или сокращается за последний год?	
Однозначно растёт	15%
Немного растёт	20%
Остаётся на том же уровне	40%
Несколько снижается	14%
Сильно снижается	11%

¹⁷ Результаты исследований Экспертного центра Всероссийского студенческого проекта «Твой ход». URL: <https://tvoyhod.online/lk/surveys?tab=1> (дата обращения: 14.05.2026).

В целом имеется линейная зависимость: чем большее количество людей респондент считает своими друзьями, тем более разнообразны способы знакомства с ними. Исключение составляют два способа знакомства – вуз и школа: школа как способ знакомства теряет актуальность с 65 до 44% для респондентов, у которых более десяти друзей и менее двух друзей, а университет не зависит от количества друзей.

Ощущение себя общительным или необщительным человеком находится в прямой линейной зависимости как от количества друзей, так и от устойчивости круга общения респондента.

Также особенно интересно следующее: вопреки предположениям, что высокая активность по расширению и поддержанию круга общения ведёт к его максимальному расширению, результаты анализа показывают, что в среднем наиболее удачной по опыту опрошенных стратегией для расширения круга общения является открытость миру, дружелюбие к людям и готовность не отвергать никакое общение в сочетании с некоторыми усилиями по поддержанию общения с имеющимся кругом. Эта стратегия на 6 п. п. в среднем более характерна для опрошенных женщин, чем для мужчин; стратегии как активного вовлечения круга общения в различные активности, так и самостоятельного поиска новых людей показывают сравнительно меньшую эффективность как средство расширения круга общения, как, впрочем, и отсутствие усилий вовсе.

При этом необходимо отметить, что именно среди респондентов, которые предпринимают активные усилия по поиску новых друзей, количество друзей в среднем наибольшее: 80% респондентов, у которых более десяти друзей, отметили, что используют именно эту стратегию. То есть в сочетании с тем, что большинство таких респондентов отмечают крайне разнообразные способы поиска друзей, можно сказать, что они базово имеют более широкий круг общения, поэтому он растёт медленнее или вообще постепенно сокращается. Данная стратегия на 3 п. п. чаще встречается среди мужчин.

При этом усилия по поддержанию контакта со своими друзьями и знакомыми прямо влияют на устойчивость круга: среди тех, кто предпринимает активные усилия, с неопределённостью этого круга сталкивается только около 1%, а среди тех, кто не делает ничего, – 19%.

Также опрошенные студенты с более широким кругом общения чаще предпринимают активные усилия по поддержанию своего круга общения.

Таким образом, получены следующие выводы:

1. Наибольшим количеством друзей в среднем обладают респонденты, которые придерживаются тактики ходить в новые места, развивать себя, знакомиться с людьми, инициировать общение: до 80% опрошенных с десятью и более друзьями придерживаются именно этой стратегии, однако из-за более широкого круга общения в студенчестве он расширяется медленнее или вообще уменьшается со временем.

Данная стратегия скорее наиболее активно позволяет набирать друзей до университета и потом помогает законсервировать их число. Она немного более характерна для опрошенных студентов мужского пола.

2. В среднем наиболее удачной по опыту опрошенных стратегией для расширения круга общения в студенчестве является открытость миру, дружелюбие к людям и готовность не отвергать никакое общение в сочетании с некоторыми усилиями по поддержанию общения с имеющимся кругом.

Данная стратегия скорее позволяет набирать друзей непосредственно в вузе. Она несколько более характерна для опрошенных студентов женского пола.

Данные стратегии являются ответом на сложности взаимодействия в мире, где всё большую значимость приобретает онлайн-общение, а доля личных контактов снижается. Использование опыта студентов, приведённого и обобщённого в ходе данного исследования, способно помочь молодым людям России в выработке оптимальной стратегии социального взаимодействия в новом, постковидном мире.

Литература

Зубок, Чанкова 2022 – *Зубок Ю.А., Чанкова Е.В.* Динамика ценностей общения в коммуникативном пространстве молодёжи // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. № 1. С. 18–30.

Милаева 2021 – *Милаева Т.В.* Влияние цифровизации на коммуникацию и отношения между людьми во время пандемии COVID-19 // Гуманитарное знание и духовная безопасность: Сборник материалов VIII Междунар. научно-практич. конф. Грозный, 10–11 декабря 2021 г. Махачкала: Чеченский гос. пед. университет: АЛЕФ, 2021. С. 205–211.

Ядов 2001 – *Ядов В.А.* Социальный ресурс индивидов и групп как их капитал: возможность применения универсальной методологии исследования реального расслоения в российском обществе // Кто и куда стремится вести Россию? / Под ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2001. С. 310–319.

Отношение молодёжи к приватности в интернете

Алиса А. Зими́на

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В современном обществе приватность и неприкосновенность частной жизни являются универсальными незыблемыми человеческими ценностями, право на которые закреплено законодательно в большинстве стран мира. Приватность является неотъемлемым компонентом автономии личности в обществе. Стремление к приватности и защите частной жизни является многоаспектным явлением, и может объясняться рядом факторов. В свою очередь в нынешних условиях динамично развивающихся технологий реализация права на приватность стала важным аспектом поведения людей, в том числе при использовании сети Интернет. В то же время, развитие информационных технологий и изменение социального статуса человека в современном обществе вызывают ряд противоречий относительно безопасности приватного статуса личности и возможности обеспечения неприкосновенности частной жизни. Активное использование людьми интернета за последнее десятилетие привело к тому, что огромные объёмы персональных данных и информации о действиях пользователей сервисов уже содержится в цифровом пространстве без возможности удаления. Это в свою очередь порождает трансформацию явления приватности и создаёт новые темы для обсуждения данного явления.

Ключевые слова: приватность, парадокс приватности, персональные данные, информационные технологии, неприкосновенность частной жизни, молодёжь, цифровой след

В современном обществе приватность и неприкосновенность частной жизни являются универсальными незыблемыми человеческими ценностями, право на которые закреплено законодательно в большинстве стран мира. В основе данного явления лежат демократизация политической жизни, развитие гражданского общества, а также становление правовых государств. В частности, право на неприкосновенность частной жизни гарантируется статьями 23 и 24 Конституции Российской Федерации. Приватность является неотъемлемым компонентом автономии личности в обществе. Приватность реализует демаркацию границ частного и публичного и определяет степень вмешательства окружения человека в его личную жизнь.

Стремление к приватности и защите частной жизни является многоаспектным явлением, и может объясняться рядом факторов. В свою очередь в нынешних условиях динамично развивающихся технологий реализация права на приватность стала важным аспектом поведения людей, в том числе при использовании сети Интернет. Современные технологии привнесли новые возможности коммуникации и публичного самовыражения, вместе с которыми на свет также появились новые возможности обеспечения приватности. В частности, одной из наиболее распространённых причин стремления обеспечить свою приватность в Интернете является желание людей избежать осуждения и критики со стороны общества. По результатам исследования от 2024 г.¹⁹, проведённого ИТ-компанией АО «Лаборатория Касперского», оказалось, что более половины детей скрывают от родителей продолжительность пребывания в сети и перечень посещаемых сайтов, а 40%

устанавливают пароли на устройства, чтобы родители не могли получить доступ к личной информации.

Приватность в сети также позволяет избежать нежелательного внимания со стороны окружающих и помогает соответствовать уровню ожиданий различных социальных групп, отделяя публичный образ от, например, действий человека в социальных сетях. По данным исследования социальной сети «ВКонтакте» за 2025 г. 75% интернет-пользователей используют настройки приватности для комфортного общения. При этом 54% опрошенных считают личные границы в интернете возможностью контролировать, кто может писать им сообщения и видеть их профиль. Особенно активно настраивают приватность группы молодых людей, в частности – молодые мужчины от 20 до 26 лет²⁰.

В то же время, развитие информационных технологий и изменение социального статуса человека в современном обществе вызывают ряд противоречий относительно безопасности приватного статуса личности и возможности обеспечения неприкосновенности частной жизни. Активное использование людьми интернета за последнее десятилетие привело к тому, что огромные объёмы персональных данных и информации о действиях пользователей сервисов уже содержится в цифровом пространстве без возможности удаления. В онлайн-среде любое действие пользователя оставляет цифровые следы – от случайного лайка до запроса в поисковой системе. Это снижает контроль над тем, как информация о человеке используется и распространяется.

Цель данной работы – проанализировать современное понимание приватности у молодёжи с в разрезе цифровизации и влияния новых информационных технологий.

Проблема приватности занимает одно из центральных мест в современной социологической теории, поскольку затрагивает фундаментальные вопросы субъектности, производства социального пространства и трансформации коммуникационных практик. В условиях цифровизации, глобализации и усиления механизмов наблюдения академический интерес к приватности приобрел новую актуальность: традиционные концептуальные рамки оказываются недостаточными для анализа феноменов, возникающих на пересечении технологических инфраструктур, властных отношений и культурных норм.

В первую очередь важно дать определение понятию приватности. В зависимости от конкретного контекста и направления социологической мысли приватность можно рассматривать с разных точек зрения. Приватность является многомерным феноменом, который невозможно свести к набору характеристик, таких как: доступ к информации о субъекте или доступ к нему непосредственно. Так, с одной стороны, приватность реализуется непосредственно человеком, но, в то же время, возможна только в условиях коммуникации с другими. В связи с этим нередко различия в понимании приватности у исследователей порождают чёткую дихотомию и диаметрально противоположные друг другу модели.

В современной социологии приватность достаточно часто понимается не только как статичное состояние «уединения», но и как динамический процесс регулирования границ между «Я» и «Другими», между интимной и публичной сферами жизни человека, а также между личным и коллективным. В своей фундаментальной работе «Среда и социальное поведение» 1975 г. И. Альтман предложил определять приватность как «межличностный

²⁰ Вконтакте исследование «Цифровой комфорт. Как с помощью социальных инструментов соцсетей выстраивать границы и общение» URL: <https://vk.com/blog/tsifrovoy-komfort-granitsy-obsheniya> (дата обращения: 16.04.2026).

пограничный процесс регулирования взаимодействия с другими» изменяя степень открытости себя для окружающих [Altman 1975].

Ряд авторов полагает, что приватность не ограничивается только социальным взаимодействием. Социолог пространства П. Бурдьё подчёркивает, что материальная организация среды, такая как: планировка жилья, городское зонирование не просто отражает, но и производит представления о приватном и публичном [Бурдьё 2005].

Приватность также может являться не только средством защиты личных физических и информационных границ, но и служить инструментом общественного и государственного контроля. Мишель Фуко в работе «Надзирать и наказывать» указывает на то, что современные общества осуществляют власть не через прямое насилие, а через внутренние механизмы саморегуляции. Таким образом, по мнению философа, индивиды сами ограничивают своё поведение, зная, что могут быть наблюдаемы. В свою очередь современные цифровые технологии усиливают этот эффект: пользователи добровольно делятся данными, внутренне принимая логику «цифровой покорности» — смирения перед неизбежностью наблюдения [Фуко 2015].

Отечественные исследования подтверждают закономерности в поведении молодёжи относительно приватности с применением трекеров и cookie. В совместном исследовании ВЦИОМ и Ассоциации больших данных от 2021 года было установлено, что лишь 18% опрошенных молодых россиян регулярно очищают файлы cookie или используют блокировщики трекеров. В то же время только 76% респондентов выражают беспокойство подобным сбором данных. Авторы исследования интерпретируют подробные результаты как следствие структурных ограничений: сложности интерфейсов и настроек приложений, отсутствием альтернатив популярным платформам, а также характерным для российского общества «нормативным фатализмом»²¹.

Распространение технологий искусственного интеллекта и развитие больших языковых моделей в настоящее время создаёт принципиально новые вызовы для приватности молодёжи. В отличие от традиционных цифровых сервисов, ИИ-агенты способны не просто собирать данные, а анализировать и интерпретировать пользовательские запросы с последующей генерацией близких к осмысленным ответам. Подобный класс технологических решений уже сейчас нередко используется молодыми людьми не только для поиска информации, но и для личного общения, имитации живого общения с человеком. В рамках подобной коммуникации люди в том числе могут делиться своими глубокими переживаниями и личной информацией. Д. Луптон подчёркивает, что взаимодействие с ИИ-сервисами представляет собой новую форму «интимной коммуникации», в рамках которой пользователи могут раскрывать информацию, которой не стали бы делиться с окружающими. Для молодёжи, находящейся в процессе формирования идентичности, это создаёт особые риски. В свою очередь личные размышления, эксперименты с идеями и эмоциональные откровения с искусственным интеллектом могут стать частью обучающих данных для будущих версий моделей [Lupton 2022].

²¹ ВЦИОМ, Ассоциация больших данных Аналитический отчёт «Сохранность персональных данных» URL: https://rubda.ru/association_news/sohrannost-personalnyh-dannyh/ (дата обращения: 16.04.2026).

Исследование аналитического агентства Vox populi 2025 г. относительно использования ИИ молодёжью выявило следующие закономерности²²:

- 1) 78% студентов используют ИИ-сервисы для учебных задач;
- 2) 45% делятся с ИИ личной информацией: проблемы, идеи, черновики;
- 3) только 23% респондентов читают политики приватности ИИ-сервисов;
- 4) 61% опрошенных не осознают, что их запросы могут использоваться для развития языковых моделей.

Исследование «Мониторинг цифровой грамотности студентов в условиях развития гиг-экономики» группы авторов 2024 г. показало [Бурмистрова др. 2024], что российские студенты активно используют как международные, так и отечественные ИИ-сервисы, но при этом демонстрируют низкий уровень осведомлённости о политиках обработки данных. Одной из причин слабого понимания политики работы с данными также может являться языковой барьер. Авторы пришли к выводу, что сложные юридические тексты на иностранном языке сложны для восприятия молодыми людьми. Данное исследование также затрагивает применение молодёжью технологий передачи данных. Так, открытые сети Wi-Fi в кафе, транспорте, учебных и иных публичных заведениях представляют собой удобный, но потенциально уязвимый канал доступа к интернету. Подключение к подобным сетям, в свою очередь, может нести риск похищения данных через поддельные точки доступа. Молодёжь чаще прибегает к использованию публичных сетей из-за экономической доступности и мобильного образа жизни, однако отсутствие чётких норм использования публичных сетей создаёт пространство для неосознанного риска.

В рамках исследования ВЦИОМ²³ от 2024 было установлено, что 73% российских студентов регулярно используют публичный Wi-Fi, но только 15% знают о базовых мерах защиты, таких как использование VPN и отключение автоматического подключения. Авторы также подчеркивают, что образовательные программы по цифровой безопасности слабо интегрированы в формальное образование, что создаёт пробел в компетенциях молодых пользователей.

В свою очередь управление настройками приватности в социальных сетях представляет собой один из наиболее видимых и доступных инструментов управления приватностью в цифровой среде. В то же время, социологический анализ показывает, что эти настройки функционируют в сложном поле социальных норм, платформенной архитектуры и властных асимметрий. Настройки приватности можно поделить на четыре основных вида по функциям применения:

- управление видимостью профиля – ограничение круга лиц, которые могут видеть профиль;
- ограничение публикаций – выбор аудитории для просмотра публикуемого контента;
- контроль за тегированием – ограничение возможности упоминания пользователя другими людьми;

²² Vox populi Аналитический отчёт «ИИ и общество: осведомленность, применение и опасения россиян» URL: <https://populi-vox.ru/AI-social> (дата обращения: 16.04.2026).

²³ ВЦИОМ Аналитический отчёт «Интернет без опасности» URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/internet-bez-opasnosti> (дата обращения: 16.04.2026).

– ограничение поиска – исключение профиля пользователя из результатов контекстного поиска.

Помимо информации о предпочтениях пользователей коммерческие компании и сервисы также агрегируют геолокационные сервисы и фото-контент. Подобные данные представляют собой особую категорию персональных данных, сочетающую пространственную, визуальную и контекстуальную информацию. Для молодёжи, активно использующей визуальные платформы и социальные сети, эти аспекты приватности приобретают особое значение. В свою очередь подобная информация может в дальнейшем использоваться при показе контекстной рекламы на конкретно взятой территории. Такие данные могут включать отметки местоположения в постах, stories, теги на фотографиях, фотографии известных достопримечательностей или интерьер дома, а также метаданные изображения в формате EXIF: время, устройство, настройки съёмки. Управление геоданными и визуальным контентом, в свою очередь, требует не только технических знаний, но и определённого уровня критической рефлексии о том, как пространственная и визуальная информация встраивается в более широкие социальные и властные отношения для последующего использования.

Подводя итоги всему вышеописанному, можно сделать вывод о том, что феномен и отношение к приватности претерпели значительные изменения за время исследования данного явления. От своего исходного значения физической приватности до современной приватности в эпоху цифровизации. В то же время, в современном обществе высоких технологий приватность не является исключительно правовой или технической категорией, а превращается в сложный социотехнический феномен. Для молодёжи, выступающей наиболее активной группой интернет-пользователей, характерен парадокс приватности: при высоком уровне субъективной обеспокоенности слежкой и сбором данных реальные практики защиты остаются фрагментарными и недостаточно осознанными.

Литература

Бурдые 2005 – *Бурдые П.* Социальное пространство: поля и практики. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.

Бурмистрова и др. 2024 – *Бурмистрова Н.А., Кормильцева Е.А., Шмакова А.П., Стариков В.И., Фисенко Т.П.* Мониторинг цифровой грамотности студентов в условиях развития гиг-экономики // Стандарты и мониторинг в образовании. 2024. № 5. С. 20–26.

Фуко 2015 – *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М.: Ад Маргинем Пресс. 2015. 416 с.

Altman 1975 – *Altman I.* The Environment and Social Behavior: Privacy, Personal Space, Territory, Crowding. Monterey: Brooks/Cole, 1975. 194 p.

Lupton 2022 – *Lupton D.* Research-Creations for Speculating About Digitized Automation: Bringing Creative Writing Prompts and Vital Materialism into the Sociology of Futures // Qualitative Inquiry. 2022. Vol. 28. № 7. P. 754–766.

Профессиональная идентичность в условиях платформенной экономики и цифровой публичности: роль психологического консультирования

Юлия В. Садовникова

магистрант

Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы, Санкт-Петербург

Научный руководитель: Елизавета Ю. Майорова

канд. полит. наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы, Санкт-Петербург

Аннотация. В статье анализируется трансформация профессиональной идентичности в условиях платформенной экономики и цифровой публичности. Предложена трёхуровневая модель её формирования, включающая индивидуальный, социальный и институциональный уровни. Психологическое консультирование рассматривается как возможный механизм согласования этих уровней и поддержания устойчивого профессионального развития.

Ключевые слова: психологическое консультирование, профессиональная идентичность, профессиональное развитие, платформенная экономика, цифровая публичность, формы труда

Современные изменения труда в условиях платформенной экономики и цифровой публичности существенно влияют на механизмы формирования профессиональной идентичности [Castells 1996, p. 475–476; Bauman 2000, p. 136, 139; Ashford et al. 2018, p. 23, 29–30; Petriglieri et al. 2019, p. 125, 127; Vallas, Schor 2020, p. 273–274, 278; Caza et al. 2022, p. 2122]. Развитие гибких форм занятости, сетевого взаимодействия и цифровых коммуникаций приводит к ослаблению роли устойчивых организационных и карьерных оснований в формировании профессионального «я». Одновременно возрастает значение индивидуального профессионального опыта, субъектной активности, самопрезентации и включённости человека в цифровую профессиональную среду. В связи с этим актуальным становится вопрос о механизмах, позволяющих сохранять целостность и устойчивость профессиональной идентичности в условиях изменчивой трудовой реальности.

В классических индустриальных и организационных моделях профессиональная идентичность формировалась в достаточно стабильной системе профессиональных координат. Профессия, организация, должностная структура и линейная карьера задавали человеку относительно понятные ориентиры профессионального развития, нормы поведения и критерии успешности. В современных условиях эти ориентиры становятся менее определёнными, а профессиональная идентичность всё чаще формируется как динамичное образование, зависящее от способности субъекта осмысливать собственный опыт, адаптироваться к меняющимся требованиям и выстраивать профессиональную позицию в ситуации неопределённости.

В связи с этим возникает исследовательская проблема: каким образом обеспечивается целостность профессиональной идентичности в ситуации, когда прежние институциональные рамки становятся менее определёнными. Особый интерес в данном контексте представляет психологическое консультирование, поскольку оно может

выступать не только формой психологической помощи, но и способом осмысления, структурирования и интеграции профессионального опыта субъекта.

В современной научной литературе существуют разные подходы к пониманию профессиональной идентичности. С одной стороны, профессиональная идентичность традиционно рассматривалась как результат включённости субъекта в систему профессиональных ролей, организационных структур, нормативных ожиданий и форм социального признания. С другой стороны, современные исследования платформенной занятости показывают, что в условиях цифрового труда она всё чаще формируется как динамический процесс, связанный с алгоритмическим управлением, социальной обратной связью, гибкостью профессиональных ролей и необходимостью самостоятельного поддержания целостного образа профессионального «я» [Idowu, Elbanna 2021, p. 1; Caza et al. 2022, p. 2122; Muñoz et al. 2022, p. 1–2, 13, 16; Masta, Kaushiva 2024, p. 1365]. Это противоречие особенно заметно в условиях цифровой экономики, где традиционные механизмы профессиональной регуляции ослабевают, а новые формы организации труда ещё не обладают достаточной устойчивостью.

Профессиональная идентичность в современной научной традиции понимается как многоуровневое образование, включающее когнитивные, ценностные и поведенческие компоненты [Кочнева др. 2018, с. 2–3]. В работах Е.А. Климова она связывается с осмысленным включением человека в систему труда и с отношением к профессии как к значимой сфере жизненного самоопределения [Климов 1984, с. 5–7]. Н.С. Пряжников подчёркивает субъектный характер профессионального самоопределения, акцентируя активную позицию личности в построении профессионального пути [Пряжников 2017, с. 146]. Э.Ф. Зеер рассматривает профессиональное развитие как динамический процесс, включающий этапы адаптации, кризисов и преобразований [Зеер 2014, с. 36–37].

Следует отметить, что профессиональная идентичность может рассматриваться как с психологической, так и с социологической точки зрения. В психологическом подходе основное внимание уделяется внутренним механизмам её формирования: рефлексии, мотивации, самооценке, личностным смыслам и профессиональным ценностям. Социологический подход, напротив, подчёркивает значение профессиональных сообществ, социальных норм, коллективного признания и ожиданий, существующих в профессиональной среде. В настоящем исследовании профессиональная идентичность рассматривается как результат взаимодействия индивидуальных и социальных факторов.

Такой подход позволяет понимать профессиональную идентичность не как раз и навсегда сформированное состояние, а как процесс, который развивается в ходе взаимодействия человека с профессиональной средой. Её устойчивость определяется не только принадлежностью к организации или профессии, но и способностью субъекта осмыслять свой опыт, соотносить его с личными ценностями и выстраивать целостную профессиональную позицию.

С социологической точки зрения профессиональная идентичность формируется не только внутри личности, но и в пространстве профессионального взаимодействия. Профессиональные сообщества задают представления о компетентности, критерии успешности, нормы поведения и способы понимания профессиональной реальности. В цифровой среде такие сообщества всё чаще приобретают сетевой характер. Это делает процессы формирования идентичности более подвижными и зависимыми от коммуникации, публичности, обратной связи и признания со стороны других участников

профессионального пространства. В этой связи профессиональная идентичность может рассматриваться как процессуально конструируемое образование, формирующееся в условиях множественных и изменяющихся контекстов взаимодействия.

Данные трансформации неразрывно связаны с более широкими структурными изменениями в сфере труда. Переход к платформенной экономике сопровождается изменением структуры занятости. Гибкие формы труда, проектная деятельность и цифровые платформы формируют новые модели профессионального существования [Castells 1996, p. 471]. Трудовая деятельность всё чаще осуществляется вне устойчивых организационных структур, приобретает сетевой и проектный характер. В результате человек может быть одновременно включён в несколько профессиональных контекстов, совмещать разные роли и самостоятельно выстраивать траекторию своего профессионального развития.

В таких условиях границы профессии становятся менее жёсткими, а профессиональная идентичность – более подвижной. Субъект труда оказывается в ситуации множественности ролей, нестабильных форм занятости и необходимости постоянно подтверждать собственную профессиональную состоятельность. Следовательно, трансформация труда выступает одним из ключевых факторов изменения механизмов формирования профессиональной идентичности.

Особое значение приобретает цифровая публичность, реализующаяся в профессиональных социальных сетях, онлайн-платформах занятости, экспертных сообществах и медиапространствах. В цифровом пространстве профессиональная идентичность всё чаще формируется через механизмы видимости, репутации, оценки и обратной связи. Профессиональное «я» становится зависимым не только от реального опыта и компетенций, но и от того, как они представлены в цифровой среде. Это может усиливать неопределённость профессионального статуса, создавать разрыв между реальным профессиональным опытом и его публичным образом, а также повышать психологическую нагрузку на субъект труда.

В условиях таких изменений психологическое консультирование приобретает особое теоретическое и практическое значение. Оно может рассматриваться как механизм, помогающий человеку осмыслить профессиональный опыт, выявить внутренние противоречия и соотнести внешние требования с собственными ресурсами [Донцов, Донцова 2011, с. 164–166]. Через развитие рефлексии консультирование способствует формированию более целостной профессиональной позиции и поддержанию устойчивости профессионального «я» [Голубева, Лебедева 2017, с. 40–42].

Механизм действия психологического консультирования включает несколько взаимосвязанных процессов: рефлексивную переработку опыта, интеграцию профессиональных ролей, осознание личных ценностей и формирование субъектной позиции. В условиях цифровой экономики консультирование выполняет также компенсаторную функцию: оно помогает восполнить дефицит устойчивых внешних ориентиров и восстановить смысловую связность профессионального опыта.

Особое практическое значение психологического консультирования заключается в оказании помощи специалистам, работающим в условиях гибкой занятости – фриланса, проектной деятельности и платформенных сервисов. У таких специалистов профессиональная идентичность часто становится фрагментарной и ситуативной, поскольку отсутствуют стабильная организационная принадлежность и единая система

профессиональных критериев. В рамках психологического консультирования работа с ними может включать:

- выявление устойчивых профессиональных смыслов и ценностей, не зависящих от конкретного проекта;
- анализ повторяющихся задач, ролей и профессиональных ситуаций;
- формирование более целостного представления о собственной профессиональной позиции;
- развитие критериев профессиональной самооценки, не сводимых только к рейтингам, отзывам и внешней цифровой обратной связи;
- интеграцию разрозненного профессионального опыта в единую траекторию развития.

Таким образом, психологическое консультирование может выступать не только средством поддержки, но и инструментом структурирования профессиональной реальности субъекта. Оно помогает выделить устойчивые элементы профессионального «я», осмыслить повторяющиеся основания профессионального поведения и снизить уровень неопределённости в отношении собственного профессионального пути.

Для более глубокого анализа трансформации профессиональной идентичности в условиях платформенной экономики целесообразно рассматривать её через систему взаимосвязанных уровней. Такой подход позволяет показать, за счёт каких механизмов обеспечивается устойчивость профессионального «я» в изменяющейся среде.

Первый уровень – индивидуальный. Он связан с тем, как субъект осмысляет собственный профессиональный опыт. Здесь важны рефлексия, самооценка, профессиональные ценности, мотивация и личностные смыслы. В цифровой среде этот уровень приобретает особое значение, поскольку человек всё чаще вынужден самостоятельно определять свою профессиональную позицию в условиях недостатка устойчивых внешних ориентиров [Пряжников 2017, с. 145–148].

Второй уровень – уровень социального взаимодействия. Он связан с включённостью человека в профессиональные сообщества, совместную деятельность и обмен опытом. В условиях цифровизации этот уровень меняется за счёт расширения онлайн-коммуникации, профессиональных платформ и социальных сетей. В результате изменяются механизмы признания и появляются новые критерии профессиональной состоятельности.

Третий уровень – институциональный. Он определяется влиянием организаций, профессиональных норм и экономических структур. В традиционной модели именно этот уровень задавал основные параметры профессиональной идентичности: должность, принадлежность к организации, карьерную траекторию и профессиональный статус. Однако в условиях платформенной экономики его роль снижается, уступая место более гибким и менее устойчивым формам регулирования труда [Castells 1996, p. 475–476].

Анализ взаимодействия этих уровней показывает, что в современной профессиональной среде происходит смещение баланса от институционального уровня к индивидуальному и сетевому. Это означает, что устойчивость профессиональной идентичности всё больше зависит от способности человека интегрировать разные формы опыта, выстраивать собственную профессиональную стратегию и соотносить её с меняющимися социальными условиями.

На основе представленного анализа предлагается трёхуровневая модель профессиональной идентичности, уточняющая механизмы её формирования в условиях

цифровизации труда. В отличие от существующих описаний, модель интегрирует индивидуальный (рефлексия, субъектность), социальный (взаимодействие, признание) и структурный (условия труда, институциональные рамки) уровни. Это позволяет рассматривать профессиональную идентичность как результат взаимодействия внутренних психологических механизмов, социальных процессов и организационно-экономических условий, включая сетевые формы взаимодействия, характерные для цифрового пространства.

В этой связи психологическое консультирование может рассматриваться как механизм, способствующий согласованию указанных уровней. На индивидуальном уровне оно обеспечивает развитие рефлексии и осознание профессионального опыта. На социальном уровне оно помогает лучше понимать профессиональные роли, ожидания и формы взаимодействия. На структурном уровне оно поддерживает адаптацию к изменяющимся условиям труда и снижает дезориентирующее влияние институциональной нестабильности.

Перспективы дальнейших исследований могут быть связаны с изучением эффективности различных форм психологического консультирования в работе с профессиональной идентичностью. Особое значение приобретает рассмотрение влияния психологического консультирования на профессиональное благополучие, вовлечённость, устойчивость и способность работников адаптироваться к условиям цифровой занятости.

Проведённый анализ показывает, что трансформация труда в условиях цифровой экономики приводит к изменению не только индивидуальных стратегий профессионального развития, но и социальных механизмов формирования профессиональной идентичности. В современной трудовой среде её целостность всё меньше обеспечивается принадлежностью к организации или профессии и всё больше зависит от способности субъекта интегрировать разнородный профессиональный опыт, сохранять профессиональные смыслы и выстраивать устойчивую позицию в условиях неопределённости.

Предложенная трёхуровневая модель, включающая индивидуальный, социальный и институциональный уровни, позволяет конкретизировать структуру формирования профессиональной идентичности в условиях платформенной экономики и цифровой публичности. Устойчивость профессионального «я» обеспечивается не доминированием одного из уровней, а их согласованием. В этих условиях психологическое консультирование приобретает значение важного механизма поддержки и структурирования профессионального опыта, помогая субъекту труда сохранять целостность профессиональной позиции и адаптироваться к изменяющимся условиям современной экономики.

Литература

Голубева, Лебедева 2017 – Голубева О.В., Лебедева Т.Е. Психологическое сопровождение процесса корпоративного обучения персонала организации // Проблемы современного образования. 2017. № 2. С. 35–44.

Донцов, Донцова 2011 – Донцов Д.А., Донцова М.В. Профессиональное психологическое консультирование: смысл и значение, принципы, формы // Школьные технологии. 2011. № 5. С. 164–172.

Зеер 2014 – *Зеер Э.Ф.* Профессиональное самоопределение человека: смена парадигмы в профориентационной деятельности // Профессиональное образование и рынок труда. 2014. № 1. С. 36–37.

Климов 1984 – *Климов Е.А.* Человек как субъект труда и проблемы психологии // Вопросы психологии. 1984. № 4. С. 5–14.

Кочнева др. 2018 – *Кочнева Е.М., Блохина М.А., Лебедева Е.Г.* Профессиональная идентичность как предмет психологических исследований // Интернет-журнал «Мир науки». 2018. Т. 6. № 3. С. 1–8.

Пряжников 2017 – *Пряжников Н.С.* Методы ориентировки в психологических «пространствах» самоопределения // Национальный психологический журнал. 2017. № 3 (27). С. 144–150.

Ashford et al. 2018 – *Ashford S.J., Caza B.B., Reid E.M.* From surviving to thriving in the gig economy: A research agenda for individuals in the new world of work // Research in Organizational Behavior. 2018. Vol. 38. P. 23–41.

Bauman 2000 – *Bauman Z.* Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press. 2000. 228 p.

Castells 1996 – *Castells M.* The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell, 1996. 556 p.

Caza et al. 2022 – *Caza B.B., Reid E.M., Ashford S.J., Granger S.* Working on my own: Measuring the challenges of gig work // Human Relations. 2022. Vol. 75. № 11. P. 2122–2159.

Idowu, Elbanna 2021 – *Idowu A., Elbanna A.* Crowdworkers, social affirmation and work identity: Rethinking dominant assumptions of crowdwork // Information and Organization. 2021. Vol. 31. № 4. Article 100335. P. 1–17.

Masta, Kaushiva 2024 – *Masta R., Kaushiva P.* Work in the platform economy: A systematic literature review // Employee Relations. 2024. Vol. 46. № 7. P. 1365–1387.

Muñoz et al. 2022 – *Muñoz I., Dunn M., Sawyer S.* Platform-mediated markets, online freelance workers and deconstructed identities // Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction. 2022. Vol. 6. CSCW2. Article 386. P. 1–19.

Petriglieri et al. 2019 – *Petriglieri G., Ashford S.J., Wrzesniewski A.* Agony and ecstasy in the gig economy: Cultivating holding environments for precarious and personalized work identities // Administrative Science Quarterly. 2019. Vol. 64. № 1. P. 124–170.

Vallas, Schor 2020 – *Vallas S., Schor J.B.* What do platforms do? Understanding the gig economy // Annual Review of Sociology. 2020. Vol. 46. P. 273–294.

Феномен досуга студенческой молодёжи в Интернете

Анастасия М. Воронина

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Елена А. Колосова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается феномен досуга студенческой молодёжи в интернет-пространстве – актуальная проблема современности. Особое внимание уделяется теоретической основе изучения досуга, основным формам онлайн-досуга, их функциям и влиянию на студентов. Важным аспектом является противоречивость характера цифрового досуга, так как с одной стороны, он открывает широкие возможности для самообразования, коммуникации и творческой самореализации, но с другой – несёт риски информационной перегрузки, цифровой зависимости и снижения качества живого общения.

Ключевые слова: студенческая молодёжь, цифровой досуг, Интернет-пространство, социокультурная адаптация, социокультурные практики, цифровая зависимость, свободное время

Говоря о досуге прежде всего необходимо провести границу между двумя близкими понятиями – «досуг» и «свободное время». В научной работе Гусейновой [Гусейнова 2025, с. 23–24] свободное время – это период, когда человек не учится, не работает и не занимается каким-либо трудом. В некотором смысле свободное время – это пустое пространство, количественный ресурс. Досуг же – целенаправленное действие, качественное, заполняющее свободное время. Досуг конкретен и подразумевает осознанный выбор занятий.

Важность досуга для молодых людей объясняется его ключевыми функциями и ценностями. В качестве функций осознанного отдыха чаще всего представляются следующие:

1. Рекреационная. Восстановление сил (физических, психологических и интеллектуальных). Включает в себя пассивный отдых (расслабление) и активный отдых (смена вида деятельности, переключение внимания).
2. Коммуникативная. Связана с потребностью в общении и поддержании социальных связей.
3. Социализирующая. Процесс усвоения социальных норм, ценностей, знаний и навыков.
4. Гедонистическая. Получение удовольствия, наслаждения, позитивных эмоций в целом.

Ценности досуга для студентов, независимо от изменений, проявляются в самореализации, самопрезентации, доступе к знаниям и эмоциональной регуляции.

Досуг, в традиционном понимании, изучается различными теоретиками с конца XIX – начала XX века. Георг Зиммель говорил о досуге как о среде, где человек примеряет роли, способы самовыражения, стили поведения [Зиммель 2002, с. 23]. Однако свобода выбора в досуге, по его мнению, ограничена социальными нормами, личными возможностями.

Значительный вклад в исследование досуга внесли Роберт Парк и Эрнест Бёрджесс. В их работах досуговая деятельность рассматривалась в контексте городской экологии. Они считали, что город – это среда, где есть конкуренция, разделяющая городское пространство на зоны с разными социальными характеристиками [Димитричева и др. 2021, с. 190–195]. Торстейн Веблен в свою очередь критиковал досуг элиты как демонстрацию статуса. Он говорил прежде всего о демонстративном потреблении [Веблен 1984, с. 84–109]. Эмиль Дюркгейм развивал идеи о том, что свободное время и досуг тесно связаны с общественной моралью и социальными нормами, которые выступают регуляторами поведения человека [Понукалина 2017, с. 84]. Отечественные исследователи, такие как И. С. Кон и Е. И. Степанов говорили о плюрализме досуга и называли его фактором социального неравенства [Кабадейцева 2011, с. 14–15].

Однако в дальнейшем процесс цифровизации привёл к существенной трансформации традиционных форм организации досуга, адаптировав их к современным реалиям, и основная досуговая активность студенческой молодёжи переместилась в цифровое пространство, став неотъемлемой частью повседневной жизни. Цифровая среда открывает перед студентами широкий спектр возможностей – от пассивного потребления медиаконтента до активного участия в социокультурных процессах. Иными словами, для молодого поколения Интернет является не только средством развлечения, но и важнейшей площадкой социального и культурного развития.

Важно отметить, что, с одной стороны, досуг студенческой молодёжи всё ещё демонстрирует сочетание традиционных и инновационных форм активности. Современные виды офлайн-досуга включают учебные и внеучебные мероприятия, культурные посещения и хобби, а онлайн-досуг – коммуникацию в сети, медиапотребление, игры, просмотр видео-контента и участие в сообществах онлайн-платформ. Анализ досуговых практик студентов показывает, что число различных видов досуга на одного респондента за последние годы увеличивается, однако наблюдается одновременное снижение интереса к активным формам досуга – туризму, выездам на природу, спорту, что отражает общий тренд на «цифровую поляризацию» досуга [Ионова 2015, с. 108–112]. Но с другой стороны, сейчас современная молодёжь всё чаще описывается как «живущая в сети» и онлайн-среда становится естественной формой существования и общения, а не просто дополнительным каналом коммуникации. По данным ВЦИОМ²⁶, молодёжь в два раза больше общается с близкими и друзьями онлайн, чем «вживую», а ежедневное время, проводимое в различных аккаунтах социальных сетей и мессенджерах, в отдельных группах достигает в среднем около девяти часов. Это подтверждают и данные авторского исследования, проведённого в виде анкетного опроса. Из 120 респондентов на вопрос «Как часто Вы проводите свободное время в Интернете?» 114 ответили, что ежедневно и лишь 6 отметили «несколько раз в неделю». То же касается и времени, посвящённого онлайн-досугу за день. Более 5 часов в день тратят 37 опрошенных на цифровой отдых, 29 тратят 1–3 часа и только двое выделяют менее одного часа в день.

Стремительно увеличивается количество новых, ранее не существовавших форм досуга и сопутствующих им понятий. Одним из них является скроллинг (бесконечное пролистывание лент соцсетей). Это пассивная форма досуга, направленная на потребление

²⁶ Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения 16.04.2026)

зачастую не наполненного смыслом контента. Следующий яркий пример – просмотр стримов (live-трансляции). Стриминг сочетает потребление контента с интерактивным общением. Благодаря этому у молодых людей появляется ощущение «общности», принадлежности к группе и активной вовлечённости. В настоящее время важным элементом коммуникации признаётся использование мемов. Ежедневно их применяют около половины молодёжи, особенно активно 18–24-летние. Мем-культура стала важным языком общения в Интернете и выполняет функции как развлечения, так и маркирования групповой принадлежности. Цифровые фан-сообщества и фандомы также заняли свою нишу среди новых досуговых практик. Интернет позволил фанатам и поклонникам различных медиапродуктов (фильмов, сериалов, музыкальных групп, видеоигр) объединяться в глобальные сообщества, создавать собственный контент и тем самым реализовывать творческий потенциал. Вместе с новыми рисками, опасностями и проблемами онлайн-досуга появился так называемый «цифровой детокс» – отдых от Интернета. Парадоксальным образом само ограничение использования цифровых устройств становится новой досуговой практикой. Согласно данным ВЦИОМ²⁷, 66% респондентов полагают, что в современном мире нужно периодически «отдыхать» от интернета. Тенденция цифрового детокса отражает растущее осознание негативных последствий чрезмерного пребывания онлайн.

Как уже было отмечено ранее, в изучении Интернет-досуга особое место занимают положительные и негативные аспекты, так как феномен оказывает многогранное влияние на человека. Онлайн-досуг трансформирует способы проведения свободного времени, коммуникации, обучения и самовыражения, создавая новые возможности, но одновременно порождая риски и вызовы. Рассмотрим положительные элементы онлайн-досуга.

Цифровой досуг студентов открывает широкие возможности для обучения и саморазвития [Гнатюк и др. 2023, с. 21–23]. По результатам опроса ВЦИОМ²⁸, почти половина (49 %) молодёжи 18–24 лет на постоянной основе знакомится в интернете с материалами образовательной и научной тематики. Также исследователи фиксируют заметный интерес студентов к новостям – как международным, так и общероссийским (43–44 %). На сегодняшний день социальные сети – это не только площадка для общения и развлечений, но и ресурс для получения знаний. Цифровое пространство даёт доступ к разнообразной информации и одновременно учит молодых людей критически оценивать данные и выбирать правдивую, актуальную информацию. Исследование онлайн-поведения молодёжи, проведённое Уральским федеральным университетом в 2025 году, позволило выделить группы по степени мотивации и уровню удовлетворённости онлайн-развлечениями. Эти данные подтвердили то, что интернет-досуг – не просто способ расслабиться, а инструмент для личностного и профессионального роста.

Особую роль в образовательном потенциале сети играет геймификация: игровые элементы в онлайн-обучении повышают вовлечённость студентов, самостоятельность и укрепляют чувство принадлежности к сообществу.

²⁷ Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoi-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego> (дата обращения 16.04.2026)

²⁸ Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодёжи. Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhivushchie-v-seti-ili-mediapotreblenie-sovremennoi-molodezhi> (дата обращения 16.04.2026)

Интернет создаёт условия и для творческой реализации молодых людей. Как подчёркивает Е. Ф. Южанинова в своей работе [Южанинова 2013, с. 83–84], молодёжь может самовыражаться различными способами: через сетевое общение, создание виртуальных образов, эксперименты с идентичностью и публикацию творческих работ – текстов, фото, видео, музыки. При этом онлайн-самореализация дополняет, а не заменяет реальную. В совокупности они помогают молодым людям лучше понять себя и найти своё место в жизни.

По данным ВЦИОМ, молодёжь активно взаимодействует с онлайн-контентом: 85 % опрошенных ставят лайки, делают репосты, сохраняют или пересылают интересные материалы. При этом большинство скорее потребляет контент, чем создаёт его. Отмечается и гендерно-возрастная специфика: молодые женщины и люди 18–24 лет охотнее делятся личными публикациями, тогда как мужчины и более старшая аудитория менее склонны к самопрезентации. Через досуг молодёжь раскрывает потенциал и прокачивает навыки, оставаясь свободной от профессиональных и бытовых обязательств [Ребышева и др. 2025, с. 88]

Не менее важна и коммуникативная функция онлайн-досуга. Интернет позволяет студентам поддерживать связи с близкими, даже если они находятся далеко, – это особенно актуально для иногородних студентов. Цифровые каналы стали привычной формой общения, изменив саму культуру взаимодействия. Современная молодёжь воспринимает цифровую реальность как естественную среду и не видит чёткой границы между онлайн- и офлайн-общением [Гнатюк и др. 2023, с. 21–23].

Кроме того, онлайн-активности помогают поддерживать эмоциональное равновесие: молодёжь чаще выбирает контент, который вызывает позитивные эмоции и соответствует их взглядам. Соцсети создают пространство для подтверждения собственной идентичности и поиска осмысленных идей. Благодаря разнообразию форматов Интернет позволяет молодым людям удовлетворять широкий спектр потребностей – от отдыха и развлечений до самопознания и личностного роста.

Вместе с тем онлайн-досуг несёт определённые риски, которые вызывают озабоченность исследователей. Одна из ключевых проблем – интернет-зависимость во всех её проявлениях: от увлечения видеоиграми и соцсетями до номофобии (страха остаться без смартфона) и зависимости от виртуального общения. Исследования показывают, что около 33 % респондентов связывают проблемы с ментальным здоровьем с активным использованием цифровых технологий [Балбаров, Раева 2025, с. 17–24]. Выявлена связь между долгим экраном и ростом психопатологических симптомов, риском зависимости, ухудшением психологического состояния и снижением социальной активности. Тревожным явлением стала «цифровая депрессия» – состояние, вызванное чрезмерным погружением в соцсети. Номофобия также становится всё более актуальной: в исследовании с участием 621 студента 16–29 лет обнаружена её связь с думскроллингом (зацикленностью на негативных новостях), синдромом упущенных возможностей (FOMO), прокрастинацией, внешней и амотивацией в учёбе [Максименко и др. 2025, с. 95-97].

Номофобии сопутствует повышенный нейротизм и снижение таких качеств, как добросовестность и открытость новому опыту. Чрезмерное использование гаджетов негативно сказывается и на физическом здоровье: ухудшается зрение, нарушается сон, возникают мышечные боли, возможна социальная изоляция, ведущая к дезадаптации. Длительная работа за экраном снижает остроту зрения, вызывает головные боли и

затрудняет фокусировку взгляда. Авторское исследование показало, что 89 из 120 респондентов испытывают усталость или перегрузку от онлайн-досуга (46% опрошенных указали, что часто, 54% испытывают, но нечасто). Ещё одна серьёзная проблема – кибербуллинг. По данным исследования VK в рамках кампании «Месяц осведомлённости о кибербуллинге», 21 % россиян 14–22 лет сталкивались с агрессией в сети. Чаще всего травля происходит в комментариях, онлайн-играх, на форумах и в чатах. 79 % опрошенных наблюдали кибербуллинг или знали его жертв, 29 % признались, что сами проявляли агрессию (при этом 95 % не имели злого умысла).

В заключение отметим, что цифровой досуг в наше время можно назвать многогранным и противоречивым феноменом, который существенно трансформировал традиционные формы организации свободного времени молодых людей. С одной стороны, интернет-пространство предлагает почти безграничные возможности для личностного и профессионального развития студентов. Оно становится не просто площадкой для развлечений, а важным инструментом получения знаний, творческой самореализации и поддержания социальных связей. Однако, с другой стороны, выявляются всё новые риски, связанные с чрезмерным погружением молодёжи в онлайн-пространство.

Литература

Балбаров, Раева 2025 – *Балбаров Б. Б., Раева Т. В.* Ухудшение психического здоровья в результате цифровой зависимости (по материалам обследования выборки студенческой молодёжи) // *Сибирский вестник психиатрии и наркологии*. 2025. № 3 (128). С. 17–24.

Веблен 1984 – *Веблен Т.* Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с.

Гнатюк и др. 2023 – *Гнатюк М.А., Усов В.Н., Бурцев С.А.* Влияние социальных сетей на формирование досуговых привычек у молодёжи: плюсы и минусы // *Человек. Общество. Инклюзия*. 2023. Т. 14. № 1 (53). С. 21–23.

Гусейнова 2025 – *Гусейнова А.Л.* Социология досуга: теоретические подходы, исторический контекст и перспективы исследования // *Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение»*. 2025. № 2. С. 22–31.

Димитричева и др. 2021 – *Димитричева О.И., Савченко И.А., Устинкин С.В., Пикунов О.И.* Актуальность идей Чикагской школы в фокусе процессов урбанизации и рурализации // *Власть*. 2021. № 1. С. 190–195.

Зиммель 2002 – *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // *Логос. Журнал по философии и прагматике культуры*. 2002. № 3–4 (34). С. 23.

Ионова 2015 – *Ионова О.В.* Современные виды досуга студенческой молодёжи // *Известия вузов. Поволжский регион. Общественные науки*. 2015. № 3 (35). С. 106–112.

Кабадейцева 2011 – *Кабадейцева О.В.* Эволюция понятия «Досуг молодёжи» в истории социологических концепций // *Современные исследования социальных проблем*. 2011. № 3 (14). С. 24.

Максименко и др. 2025 – *Максименко А.А., Золотарева А.А., Курапов С.В., Курапова А.С.* Без смартфона как без рук? Номофобия, прокрастинация и академическая мотивация: адаптация русскоязычного опросника номофобии и анализ цифровых зависимостей студентов // *Высшее образование в России*. 2025. Т. 34. № 8–9. С. 93–113.

Понукалина 2017 – *Понукалина О.В.* Досуг в теоретическом дискурсе социологии: подходы к исследованию // *Вестник Поволжского института управления*. 2017. Т. 17. № 6. С. 83–89.

Ребышева и др. 2025 – *Ребышева Л.В., Толмачева С.В., Ковалев К.А.* Интернет как досуговая сфера молодёжи // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. 2025. № 4. С. 86–100.

Южанинова 2013 – *Южанинова Е.Ф.* Интернет как новое пространство самореализации молодёжи // Вестник ОГУ. 2013. № 7 (156). С. 82–88.

Цифровая личность как способ самореализации студентов московских вузов

Виктория А. Цыганова

студентка

Московский государственный лингвистический университет, Москва

Игорь В. Образцов

д-р социол. наук, профессор

Московский государственный лингвистический университет, Москва

Аннотация. В работе исследуется феномен осуществления самореализации посредством использования цифровой личности, производится концептуализация изучаемого феномена с привлечением релевантных социологических теорий и концепций, а также производится эмпирический анализ изучаемого феномена, основанный на авторском социологическом исследовании. Представлены обобщающие и содержательные выводы об особенностях изучаемого феномена.

Ключевые слова: личность, цифровая личность, самореализация, цифровая самореализация, онлайн-среда, Интернет, студенты, студенты московских вузов

Современное состояние общества характеризуется глубоким проникновением цифровых технологий в повседневную жизнь, вследствие чего возникает потребность обратить внимание на изучение вопроса о трансформации идентичности. Возникновение цифровой реальности способствует возникновению феномена сосуществования двух ипостасей человека – его «реального Я», действующего в офлайн-среде, и конструируемой им цифровой личности, функционирующей в онлайн-среде. В связи с этим возникает принципиальный и весьма конкретный вопрос: стоит ли рассматривать реальную и цифровую личность как два самостоятельных субъекта, или же допустимым будет говорить о цифровом двойнике как о дополнении, инструменте или проекции единой многомерной идентичности? Чтобы ответить на этот вопрос, стоит обратиться к теоретическим концепциям, изначально пусть и разработанным для изучения феноменов, существующих в офлайн-среде, с попыткой проинтерпретировать каждую из них иным, подходящим для тематической рамки исследования образом – в терминах цифровой среды. Использование этих подходов в совокупности позволяет осмыслить механизмы формирования цифрового образа и его роль в процессах самореализации.

Теоретические основания

Самореализация – это социально опосредованный процесс, в рамках которого личность, опираясь на свою ценностно-мотивационную структуру, стремится к наиболее полному раскрытию и актуализации своего потенциала в значимых сферах деятельности и социального взаимодействия. В условиях цифровизации самореализация приобретает новые формы, включая использование онлайн-среды, где деятельностные и коммуникативные практики становятся равнозначными (а в отдельных случаях и альтернативными) способами достижения субъективно значимых целей, формирования идентичности и получения социального признания.

Цифровая личность – это конструируемый индивидом в онлайн-среде социальный субъект, который существует в форме совокупности цифровых следов, персональных

данных, публичных образов и коммуникативных проявлений, обладающих относительной целостностью и узнаваемостью для других участников цифрового пространства. Цифровая личность формируется и воспроизводится в процессе самопрезентации и социальных интеракций, является составной частью многомерной идентичности современного человека и может использоваться им как инструмент достижения различных целей – от компенсации дефицитов признания до полноценной самореализации в коммуникативной или деятельностной формах.

Цифровая личность как способ самореализации – это конструируемый индивидом в онлайн-среде социальный субъект, являющийся инструментом достижения самореализации, который может быть рассмотрен с точки зрения четырех аспектов: потребностно-мотивационного, ценностного, деятельностного и коммуникативного. Они отражают одновременно и условия возникновения, механизмы функционирования и эмпирические проявления процесса, в рамках которого индивид с помощью вариативного цифрового образа (или набора образов) удовлетворяет потребности в признании и принадлежности, транслирует значимые для себя ценности, реализует активность в творческих и иных формах деятельности, а также вступает в социальные интеракции, получая обратную связь, необходимую для поддержания и коррекции своего цифрового «Я».

Четыре вышеупомянутых аспекта изучения феномена цифровой личности как способа самореализации одновременно выступают условиями возникновения, механизмами функционирования и эмпирически фиксируемыми проявлениями самореализации через цифровую личность:

- потребностно-мотивационный аспект отвечает на вопрос «зачем?» (потребность в признании, принадлежности, самореализации);
- ценностный аспект отвечает на вопрос «что значимо?» (субъективные представления об идеальном образе, жизненные приоритеты);
- деятельностный аспект фиксирует формы активности, через которые происходит реализация личностного потенциала индивида;
- коммуникативный аспект отражает процесс получения обратной связи и коррекции цифрового образа в социальных интеракциях.

Концепция «реальной виртуальности» М. Кастельса [Кастельс 2000, с. 314–316] обосновывает статус онлайн-среды как полноценного пространства существования цифровой личности, где виртуальные образы становятся опытом, а присутствие в среде – условием социализации. Реальная личность спокойно существует в виртуальной среде. Рассмотрим концепцию цифровизации М. Кастельса, одним из элементов которой является *культура виртуальной реальности*. Перед этим уточним, что, еще не приступив к ее анализу, Кастельс говорит о цифровой вселенной, которая формируется путем внедрения цифровых технологий в повседневную жизнь людей. Это явление по большей части касается того факта, что

...все проявления культуры, от худших до лучших, от самых элитарных до самых популярных, соединяются в этой цифровой вселенной, которая связывает в гигантском историческом супертексте прошлые, настоящие и будущие проявления коммуникативной мысли... Они делают виртуальность нашей реальностью.

Принятие виртуальности за фактическую реальность может помочь нам в анализе цифровой личности, так как в рамках анализа терминологии мы предположили, что именно

кибернетическое пространство есть та среда, в которой существует изучаемый нами феномен. По Кастельсу,

...коммуникационная система, которая в противоположность историческому опыту прошлого создает реальную виртуальность – это система, в которой сама реальность (т. е. материальное/символическое существование людей) полностью схвачена, полностью погружена в виртуальные образы, в выдуманный мир, мир, в котором внешние отображения находятся не просто на экране, через который передается опыт, но сами становятся опытом.

Теория «зеркального Я» Ч. Кули [Кули 2000, с. 136–137] позволяет объяснить процесс формирования цифровой личности через реактивную обратную связь, которая стимулирует корректировку цифрового образа. Находясь в виртуальном пространстве, человек формирует себе определенный образ – цифровую личность – который будет представлять его другим участникам этого пространства. Во время взаимодействия с другими цифровыми личностями индивид получает от них разнородную реакцию на себя, а точнее – на своего цифрового двойника: «лайки» или «дизлайки», комментарии различной направленности, количество просмотров на публикуемом им материале. Эти реакции стимулируют индивида перестраивать свою цифровую личность определенным образом, добавлять в нее новые элементы или, наоборот, убирать некоторые, чтобы получить больше удовлетворяющих его реакций от других пользователей и тем самым расположить к себе последних, что, в свою очередь, в будущем упростит коммуникацию между ними.

Теория социальной драматургии И. Гофмана [Гофман 2000, с. 49–52] дает инструментарий для анализа самопрезентации как «исполнения роли», где цифровая личность выступает «маской» выбранной неслучайно, а как отражение желаемого «Я». При этом уточняется, что в цифровой среде возможно существование как «Я для себя», так и «Я для других». Согласно концепции социальной драматургии, разработанной и предложенной И. Гофманом, театральный эффект возникает в процессе, когда индивид ищет простую и наглядную демонстрацию для роли, характер которой пытается передать в процессе осуществления действия или взаимодействия. Цели человека, исходя из которых он занимается «исполнением», могут быть различными. Среди них: «вызвать у аудитории, перед которой он исполняет роль, желаемую им реакцию; предстать перед аудиторией, с которой он взаимодействует, тем самым лицом; прийти к пониманию со стороны аудитории, и тем самым достичь каких-то других конкретных целей». Памятуя о том, что в рамках нашего исследования мы рассматриваем процессы и феномены внутри цифровой среды, стоит отметить, что мы принимаем за данность то, что все описанное полностью в равной степени применительно и для среды опосредованных контактов, чаще всего исключающих возможность пользования невербальными средствами обмена информацией.

Теория иерархии потребностей А. Маслоу позволяет уточнить место и роль цифровой личности в структуре мотивации: она может эффективно закрывать потребности 3–4 уровней (потребности в принадлежности и признании) и может выступать каналом достижения самореализации (потребность 5-го уровня) при определенных ценностных ориентациях. Если обратиться к социологическим словарям и попробовать уточнить понятие самореализации, то становится очевидным, что в большинстве случаев понятие самореализации связывают с теорией иерархии потребностей А. Маслоу. Так, например, согласно Оксфордскому словарю: самореализация (самоактуализация, англ. self-actualization) – финальная из потребностей, которой предшествуют физиологические

потребности, потребность в безопасности, любви и чувстве принадлежности, признании и определенном статусе. Или, словами А. Маслоу, «то, чем человек может быть; то, чем он или она должны стать» [Маслоу 2003, с. 108–115]. Пусть теория иерархии потребностей и является принадлежащей психологическим наукам, нельзя не обратиться к ней в силу того, что она, в целом, дает достаточно полное понимание потребностно-мотивационного аспекта самореализации. Если исключить полное соответствие личности реальной и цифрового двойника, то получится так, что формат самопрезентации меняется в зависимости от потребностей (например, чтобы закрыть потребность в признании, личность реальная «подкручивает» своего цифрового двойника до нужного состояния). Проще говоря, какую-то часть потребностей по пирамиде А. Маслоу можно закрыть с использованием цифровой личности, а именно – потребности от третьего уровня и выше. Нас же интересовать будет потребность пятого уровня – потребность в самореализации.

Методология и эмпирическая база

Эмпирическая база исследования представлена результатами авторского исследования и результатами вторичного анализа исследований.

Результаты авторского исследования:

1. Онлайн-анкетирование студентов московских вузов, проведенное в феврале–марте 2026 г., $n = 482$. Метод отбора: квотный (пол, направленность и курс обучения). Максимальная ошибка выборки по полу $\Delta = 8\%$, по направленности обучения $\Delta = 10\%$, по курсу обучения $\Delta = 7\%$.

2. Глубинные интервью, проведенные в феврале–марте 2026 г., $n = 12$. Студенты московских вузов (квотное разнообразие).

Результаты вторичного анализа исследований:

1. «Поведение в социальных сетях и мессенджерах». ФОМнибус – еженедельный всероссийский квартирный опрос. 7–9 марта 2025 г. 51 субъект РФ, 97 населенных пунктов, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6%.

2. «Живущие в сети, или Медиапотребление современной молодежи». 518 россиян в возрасте от 18 до 35 лет. Интернет-опрос по формализованной анкете на базе вероятностной панели «ВЦИОМ-онлайн». Предельная погрешность с вероятностью 95% не превышает 3,1%.

Результаты исследования

На основе произведенного теоретического анализа и полученных эмпирических данных были разработаны индекс использования цифровой личности как способа самореализации и типология студентов московских вузов по использованию цифровой личности как способа самореализации. Индекс основывается на количественной оценке выраженности компонентов самореализации через цифровую личность, включающих потребностно-мотивационный, ценностный, деятельностный и коммуникативный компоненты, а также фиксации поведенческих практик цифрового самопредставления.

Методикой, лежащей в основе авторской, является методика конструирования агрегированных индексов с использованием переменных, измеренных при помощи различных типов шкал.

Низкий уровень (16%) – пассивные пользователи. Представители данного типа обладают следующими характеристиками: не видят смысла в самовыражении в онлайн-

среде; не связывают цифровую активность с успехом; ценности самореализации и социального признания для них не приоритетны; либо не публикуют авторский контент, либо делают это достаточно редко; не ориентированы на аудиторию, т. е. не заботятся о своей цифровой репутации перед широкой аудиторией. Для этих 16% респондентов Интернет остается преимущественно инструментом потребления контента, они не рассматривают его в качестве площадки для самореализации. Это может быть связано как с индивидуальными особенностями, так и простым отсутствием навыков или интереса к публичной активности. С точки зрения самопрезентации, присутствие данного типа респондентов в цифровой среде можно охарактеризовать как минимальное.

Средний уровень (47%) – обычные пользователи. Почти половина выборки представлена респондентами, относящимися к данному типу. К их характеристикам можно отнести следующие: ситуативное, нерегулярное выражение себя; срединные позиции ценностей самореализации и социального признания; отношение к публичной демонстрации себя в Интернете – нейтральное или допустимое; эпизодический характер публикации контента, узкий круг направлений самореализации, редкое использование средств продвижения; рост аудитории не является важным, но может слегка стимулировать публикационную активность; эпизодичность практик управления впечатлением широкой аудитории. Данная группа представлена самой многочисленной, что отражает массовый характер умеренной самореализации в Интернете посредством использования цифровой личности. Большинство студентов вовлечены в онлайн-самопрезентацию, но не выстраивают вокруг этого никаких системных стратегий, так как для них Интернет – это пространство для спонтанного самовыражения, а не для целенаправленного конструирования цифрового образа.

Высокий уровень (34%) – активные создатели контента. Треть выборки представлена группой студентов, относящихся к данному типу. Для представителей данного типа характерны следующие особенности: высокая ценность самовыражения и получения обратной связи; связь онлайн-активности с концептом «успешности»; приоритетность ценностей самореализации и социального признания; частая публикация авторского контента по нескольким направлениям, использование инструментов продвижения; ориентированность на аудиторию, важность роста подписчиков, который стимулирует публикационную активность; частая практика управления впечатлением широкой аудитории. Более трети респондентов демонстрируют целенаправленную самореализацию в цифровой среде, для них Интернет – не просто хобби, а значимый канал для достижения признания, возможно, с элементами реализации в карьерном или творческом плане. Эта группа приближается к «инфлюэнсерам» и «профессиональным пользователям».

Очень высокий уровень (3%) – блогеры, инфлюэнсеры, профессиональные пользователи. Наименьшая по представленности в выборке группа, для которой можно выделить следующие характеристики: самореализация через цифровую личность выступает в качестве центральной жизненной практики; показатели мотивации максимальные; безусловный приоритет ценностей самореализации и социального признания; критическая важность репутации, нормальность практики представления себя в Интернете; регулярная публикационная активность по многим направлениям, активное использование средств продвижения; критическая важность расширения аудитории – роста подписчиков, что значительно стимулирует публикационную активность; постоянность

практики управления впечатлением перед широкой публикой; ориентация и на количественные, и на качественные формы обратной связи. Эти пользователи предстают самыми вовлеченными в осуществление самореализации посредством цифровой личности. Несмотря на очень малую долю представленности в выборке респондентов, относящихся к данному типу, их наличие само по себе является важным для понимания условных уровневых границ феномена. Именно они наиболее полно реализуют в своей повседневности идею «цифровой личности» как способа, ключевого ресурса самореализации, потенциально даже источника дохода или публичного признания.

Анализ полученных эмпирических данных позволил также сформировать следующие обобщающие выводы об изучаемом феномене:

1. Особенности цифровой личности как способа самореализации студентов московских вузов с точки зрения структуры феномена таковы, что она представляет собой системно организованный социальный феномен, функционирующий через единство четырех взаимосвязанных измерений: потребностно-мотивационного, ценностного, деятельностного и коммуникативного.

2. Центральным регулятором выступает потребностно-мотивационное измерение, демонстрирующее сильные положительные связи с деятельностными и коммуникативными практиками, что подтверждает: внутренняя потребность в самовыражении и признании является драйвером, инициирующим и поддерживающим цифровую активность.

3. Ценностное измерение выполняет функцию нормативно-смыслового основания: оно задает общее направление самореализации, однако демонстрирует более слабые связи с поведенческими компонентами, что указывает на опосредованный характер влияния ценностных ориентаций на конкретные практики.

4. Цифровая личность в данной структуре интерпретируется не как виртуальная имитация, а как социально конструируемый субъект, существующий в форме совокупности цифровых следов, публичных образов и коммуникативных проявлений, используемый инструментально для закрытия потребностей в принадлежности, признании и самоактуализации в условиях «реальной виртуальности».

5. Особенности цифровой личности как способа самореализации студентов московских вузов с точки зрения состояния феномена таковы, что фиксируется массовый характер умеренной и высокой вовлеченности в практики цифровой самореализации при доминировании ориентации на значимых других (близкий круг) над широкой публичной аудиторией.

6. Суммарно 81% студентов демонстрируют средний или высокий уровень самореализации через цифровую личность, что свидетельствует о том, что для большинства онлайн-среда является значимым пространством социального действия, а не только инструментом потребления. Пассивных пользователей выявлено лишь 16%.

7. Несмотря на высокую значимость самореализации, она уступает базовым экзистенциальным ценностям – материальному благополучию и семейной жизни. Самореализация воспринимается студентами скорее, как внутренне ориентированный процесс через творчество, чем через профессиональный успех или социальное признание.

8. Цифровая среда стала основной площадкой поддержания социальных связей, при этом стратегии управления впечатлением направлены преимущественно на значимых других – друзей или членов семьи, тогда как широкая публичная аудитория становится

предметом рефлексии лишь для 16% респондентов, что указывает на приоритет социальной валидации в кругу близких над популярностью.

Так, по итогам проделанной работы можно сделать следующие выводы:

1. Работа дополняет существующие теоретические и эмпирические подходы в области социологии цифровизации и социологии молодежи, расширяя понимание роли онлайн-среды в процессах самореализации студенчества.

2. В работе уточнено социологическое понимание цифровой личности как способа самореализации и разработана концептуальная модель объектно-предметной области исследования, включающая четыре взаимосвязанных аспекта: потребностно-мотивационный, ценностный, деятельностный и коммуникативный.

3. Выявленные связь мотивации и активности, роль ценностных установок как фонового основания, а также разработанная типология пользователей могут быть учтены в образовательных и просветительских инициативах, связанных с цифровой грамотностью, психологической поддержкой студентов и управлением репутацией в цифровой среде.

Литература

Гофман 2000 – *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. А.Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц: Кучково поле, 2000. 304 с.

Кастельс 2000 – *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

Кули 2000 – *Кули Ч.* Человеческая природа и социальный порядок / Пер. с англ. под общ. науч. ред. А.Б.Толстова. М.: Идея-Пресс, 2000. 320 с.

Маслоу 2003 – *Маслоу А.* Мотивация и личность / Пер. с англ. Т. Гутман, Н. Мухиной. 3-е изд. М.: Питер, 2003. 352 с.

Цифровая среда и женские ремесленные сообщества практики:
эволюция моделей и генезис новых смыслов

Екатерина Н. Забелина

аспирант

Тверской государственный университет, Тверь

Научный руководитель: Анна В. Белова

д-р ист. наук, профессор

Тверской государственный университет, Тверь

Аннотация. В статье анализируется трансформация женских ремесленных сообществ под влиянием цифровизации на материале традиций золотного шитья. Рассматривается эволюция ученичества от монастырских мастерских и земских артелей к онлайн-школам. Показано, что цифровая среда формирует гибридные модели передачи знания и переводит ремесло в сферу гендерной и этнической идентичности.

Ключевые слова: женские сообщества, золотное шитье, цифровая этнография, передача традиции, неотрадиционализм, кустарные промыслы, ремесленные сообщества, ученичество, гендерная идентичность

Актуальность исследования обусловлена значительным ростом интереса к традиционным ремеслам в цифровую эпоху, когда практики, веками передававшиеся «из рук в руки», осваиваются через экраны гаджетов. Женские ремесленные сообщества становятся площадкой, где пересекаются вопросы сохранения культурного наследия, гендерной роли женщины как хранительницы традиции и новых технологий.

*Теоретические рамки: ремесло, ученичество
и неотрадиционализм в цифровую эпоху*

Теоретическую базу исследования составляют несколько ключевых концепций. Прежде всего, это теория «неявного знания» (tacit knowledge), то есть знание, которое не исчерпывается словесным описанием и проявляется в действии, у М. Полани [Polanyi 1966, p. 7] она позволяет осмыслить проблему передачи навыков натяжения нити или плотности шва. Не менее значимы модель «ситуированного обучения» (situated learning) и концепция «сообществ практики» Ж. Лейв и Э. Венгера [Lave, Wenger 1991, p. 31-35.], где обучение понимается как процесс движения от периферии к полноценному участию в жизни сообщества. Материальная и телесная природа ремесленного навыка дополнительно раскрывается через антропологию производства Т. Инголда. Идеи Э. Хобсбаума и Т. Рейнджера об «изобретении традиции» применимы для анализа неотрадиционализма – сознательного конструирования прошлого под запросы современности [Hobsbawm, Ranger 1983, p. 89].

Однако при анализе российского материала необходимо учитывать его цивилизационную специфику. В отличие от цеховой организации ремесла в средневековой Европе, где существовала жесткая регламентация городскими властями (достаточно вспомнить «Книгу ремесел Парижа»), на Руси золотное шитье и другие виды тонкой вышивки развивались по иному пути. Их происхождение было церковным: первые

мастерские возникали при монастырях^{31,32}. Как отмечают исследователи, именно монастыри закупали дорогостоящие материалы – золотные и серебряные нити, жемчуг, драгоценные камни – и выступали центрами обучения³³. Впоследствии девушки, обучившиеся там, создавали собственные семейные «светлицы» и домашние мастерские, привлекая родственников, соседей и наемных мастериц³⁴. Это была не цеховая корпорация, а именно женское сообщество, занятое социально одобряемой деятельностью, как то предписывал, например, «Домострой». Таким образом, российская модель изначально строилась на родственных и соседских связях, а не на формальном цеховом членстве, что предопределило иные траектории ее трансформации в цифровую эпоху.

Исторические модели организации женских ремесленных сообществ (первая половина - середина XX века)

Анализ эволюции женских ремесленных сообществ позволяет выделить несколько ключевых параметров, по которым традиционные модели принципиально отличаются от современных. Во-первых, локализация. Традиционные сообщества были строго локальны – они объединяли родственников, соседей, представителей одной социальной и этнической группы. Напротив, современные сообщества глобальны и интернациональны: онлайн-общение стирает языковые, административные и территориальные барьеры. Во-вторых, центры обучения. Исторически существовало два типа центров: монастыри (как, например, в Арзамасе, где мастерицы Алексеевского и Николаевского монастырей славились по всей России и получали заказы даже из-за границы³⁵) и светские мастерские (княжеские и боярские «светлицы», где во главе часто стояла сама хозяйка³⁶). У крымских татар аналогичную роль играли ханские и семейные мастерские. Передача навыка осуществлялась через активных представительниц общины – «начетчиц» у старообрядцев, старших родственниц, обучившихся в монастыре и передавших знание сестрам, дочерям, племянницам.

В-третьих, критически важным фактором была возможность сбыта продукции. В традиционных моделях необходимым условием развития промысла являлась близость к городу, ярмарке, тракту или наличие перекупщиков. В противном случае промысел оставался на уровне самообеспечения³⁷. В современных условиях сбыт становится гибким и многоканальным: он привязан как к офлайн-событиям (ярмарки, фестивали), так и к онлайн-сервисам.

Наконец, существенно различается мотивация мастериц. В традиционных сообществах получение прибыли играло важную роль, причем это была возможность для женщин иметь личные деньги, не в ущерб прочим обязанностям. Однако это могло быть и источником конфликтов. Торжокская управа, например, отмечала, что девушки после замужества нередко прекращали заниматься некоторыми видами рукоделия, чтобы не

³¹ Золотное шитье монахинь и послушниц арзамасских монастырей. URL: <https://nicola-arzamas.ru/zolotnoe-shite-monaxin-i-poslushnic-arzamasskix-monastyrej.html> (дата обращения: 28.02.2026).

³² Мастерские // Новодевичий ставропигиальный женский монастырь. URL: <https://novodev.msk.ru/life/masterskie/> (дата обращения: 28.02.2026).

³³ Золотное шитье монахинь и послушниц арзамасских монастырей...

³⁴ Вышивка солнцем. Наши предки превращали обычные вещи в золотые // Аргументы и Факты - Нижний Новгород. 2015. 7 октября. URL: https://nn.aif.ru/culture/details/vyshivka_solncem_nashi_predki_prevrashchali_obychnye_veshchi_v_zoloty_e (дата обращения: 28.02.2026).

³⁵ Золотное шитье монахинь и послушниц арзамасских монастырей...

³⁶ Вышивка солнцем. Наши предки превращали обычные вещи в золотые...

³⁷ Золотное шитье монахинь и послушниц арзамасских монастырей....

увеличивать свою занятость для содержания родственников мужа. С другой стороны, владение «денежным» ремеслом существенно повышало статус женщины и в семье, и в общине.

Конкретно-историческая реализация этих моделей может быть проиллюстрирована двумя кейсами. История тверского золотного шитья демонстрирует модель институциональной опеки. С 1894 года при новоторжском земстве действовали учебно-показательные мастерские, которые не только обучали, но и обеспечивали мастериц заказами (например, от Морского министерства). В 1928 г. традиция была переформатирована в артель имени 8 Марта, а позже – в фабрику. Это пример «государственно-феминистской» модели, где женский труд был организован и поддерживался государством как экономически значимый, но при этом строго регламентированный.

Иной путь демонстрирует крымско-татарская традиция. Здесь ключевую роль сыграли собиратели, исследователи и, непосредственно, мастера (П. Я. Чепурина, А. Эфендиева), создавшие в 1930 году в Евпатории артель «Эски-Орнек» («Старинный узор») [Рославцева 2000, с. 9-11]. Эта модель была ближе к кооперативной и этнической. После депортации 1944 года вышивка стала стратегией выживания и сохранения культурного кода. Знания передавались в семейном кругу (от матери или бабушки) – неформально, часто с использованием подручных материалов, что позволяло сохранить идентичность в экстремальных условиях³⁸.

Трансформация ученичества в цифровую эпоху: кейсы и анализ

Современный этап характеризуется переходом от офлайн-институтов (Торжокское училище, кружки при ДШИ) к масштабируемым онлайн-проектам. Возникают новые фигуры «мастера»: теперь это не только локально признанная носительница традиции, но и медийная личность. Легитимация мастера в цифровой среде происходит через сочетание факторов: подтвержденной экспертизы (дипломы, принадлежность к династии) и популярности (количество подписчиков, визуальная эстетика блога). Современные сообщества могут быть как институциональными (на базе училищ, колледжей, культурных центров), так и внеинституциональными – обучение у мастера, который транслирует либо академическую программу, либо ее авторскую переработку.

Показателен пример цифровых школ. Онлайн-школа старинных ремесел «Про Традицию» предлагает системное обучение золотному шитью и сажению по бели, позиционируя себя как пространство для «ценителей культурного наследия»³⁹. «EMBcentre» совмещает обучение ручной (в том числе золотной) и машинной вышивке, ориентируясь на профессиональные стандарты «Haute Couture» («высокой моды») ⁴⁰. Важно, что эти школы не просто транслируют знание, но и формируют сообщества через закрытые чаты, вебинары и совместные проекты.

³⁸ 100 лет со дня рождения Зулейхи Бекировой // Республиканская крымскотатарская библиотека им. И. Гаспринского. 2016. URL: <http://gasprinskylibrary.ru/events/event/100-let-so-dnya-rozhdeniya-zuleyhi-bekirovoy-1913-1999-hudozhnika-dekorativno-prikladnogo-iskusstva-mastera-krymskotatarskoy-vyshivki/> (дата обращения: 28.02.2026).

³⁹ О школе // Онлайн-школа старинных ремесел «Про Традицию». URL: <https://protradition.ru/about> (дата обращения: 28.02.2026).

⁴⁰ О центре // EMBcentre – Центр обучения машинной и ручной вышивке. URL: <https://embcentre.ru/about/> (дата обращения: 28.02.2026).

Трансформируются и мотивации учениц. Если в XX в. вышивка была для многих способом заработка (от артельных заказов до надомничества), то сегодня доминируют иные мотивы: досуг и хобби, поиск этнической или региональной идентичности, элитарное потребление (овладение редким «элитным» навыком). Гендерный аспект здесь усиливается: ремесло осмысливается как способ связи с женскими предками, как «женская память» и форма женской солидарности.

Важно объяснить, почему новые женские сообщества формируются преимущественно вокруг обучения. С психологической точки зрения, статус ученицы – это неконкурентный и безопасный маркер идентичности. Формула «все мы тут учимся или учились, проходили одно и то же» создает горизонтальные связи, а не иерархию. Это особенно привлекательно в современном обществе, где профессиональная и социальная конкуренция чрезвычайно высока. Учебное сообщество предлагает пространство, свободное от возрастных и социальных барьеров: порог вхождения предельно демократичен – интерес к теме, готовность учиться и взаимоуважение. Женщины разных возрастов и профессий получают возможность не только освоить новый навык, но и найти круг единомышленниц, где ценятся поддержка и совместное творчество, а не соревновательность.

Ремесло как маркер идентичности в цифровом пространстве

Цифровая среда превращает ремесло в зримый маркер идентичности. В сообществах, посвященных крымско-татарской вышивке, техники «мыкылама» или «татар ишлеми» становятся символами принадлежности к народу и его возрождающейся культуре. Работы Зулейхи Бекировой, прошедшей путь от артели «Эски-Орнек» до признанного мастера и педагога⁴¹, служат здесь «золотым стандартом», а ее ученицы (Эльвира Османова и др.) воспринимаются как хранительницы аутентичной традиции [Рославцева 2000, с. 10-11].

Цифровые сообщества (в Telegram, VK, закрытых аккаунтах) конструируют новую элитарность – доступ к «особому знанию» (авторским схемам, редким техникам) требует посвящения (покупки курса, вступления в клуб). При этом сам факт овладения сложным ремеслом в условиях дефицита времени и внимания повышает символический капитал участницы. Ремесленная практика становится способом маркировки собственной уникальности в унифицированном цифровом мире.

Таким образом, российские женские ремесленные сообщества исторически отличались от европейских цеховых моделей, будучи основаны на монастырских и семейно-родственных связях. Цифровизация не упраздняет традиционный институт ученичества, но радикально его трансформирует, создавая гибридные (онлайн-офлайн) модели передачи знания. Возникают новые способы передачи неявного знания, компенсирующие отсутствие телесного контакта через технические средства и интерактивность. Ремесло из сферы экономической необходимости переходит в сферу идентичности, досуга и культурного производства, сохраняя и даже усиливая свою гендерную окраску как пространство женской памяти и солидарности. Учебные сообщества становятся привлекательными как безопасные и неконкурентные пространства, предлагающие альтернативу жестким иерархиям современного мира. Формируются новые типы женских сообществ, основанные на общем интересе к традиции, но существующие в

⁴¹ 100 лет со дня рождения Зулейхи Бекировой...

глобальном цифровом поле. Наконец, неотрадиционализм в ремесле становится ответом на запрос о подлинности и укорененности – в противовес симулятивности цифрового мира мастерицы ищут и находят в обучении ремеслу связь с прошлым и опору в настоящем.

Литература

Рославцева 2000 – *Рославцева Л.И.* Одежда крымских татар конца XVIII – начала XX в.: историко-этнографическое исследование. М.: Наука, 2000. 104 с.

Hobsbawm, Ranger 1983 – *Hobsbawm E., Ranger T.*, eds. The Invention of Tradition. Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 320 p.

Lave, Wenger 1991 – *Lave J., Wenger E.* Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation. Cambridge: Cambridge University Press, 1991. 138 p.

Polanyi 1966 – *Polanyi M.* The Tacit Dimension. Garden City: Doubleday, 1966. 104 p.

Демонстрация престижа в цифровой среде (на примере конкурентных онлайн-игр)

Александра М. Лютая

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Дарима Г. Цыбикова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается демонстрация престижа в виртуальной среде соревновательных онлайн-игр. На основе концепций демонстративного потребления Т. Веблена, символического капитала П. Бурдьё и симулякров Ж. Бодрийяра анализируются внутриигровые скины как знаки статуса и средства социальной стратификации. Показано, что игровые пространства воспроизводят классические модели неравенства, трансформируя их в условиях цифровой среды.

Ключевые слова: демонстративное потребление, символический капитал, симулякры, онлайн-игры, цифровая среда, скины, социальный статус, игровое сообщество, виртуальная экономика

Компьютерная игра – это особая форма цифровой активности, представляющая собой систему, мотивирующую человека к действию посредством игровых механик и правил. Компьютерные игры можно воспринимать не только как средство развлечения, но и инструмент социализации и формирования навыков социальных взаимодействий.

Демонстративное потребление – форма потребительского поведения, при которой приобретение и использование благ направлено не на удовлетворение практических потребностей, а на публичную демонстрацию социального статуса и материальных возможностей.

Симулякр – знак или образ, не имеющий реального оригинала, либо утративший с ним связь. Функционирует как самостоятельный носитель значения в системе символического обмена.

Игровые скины – цифровые косметические объекты, изменяющие внешний вид персонажей или предметов, не влияющие на игровой процесс. Выполняют функцию символов статуса и средства самопрезентации.

Теоретические основания

В первую очередь анализ демонстрации престижа в цифровой среде, особенно в сегменте конкурентных онлайн-игр, требует опоры на классические и современные социологические теории потребления, статуса и символического взаимодействия. Мы понимаем, что сами цифровые объекты, такие как игровые скины, представляют собой относительно новое явление, но механизмы их социального функционирования во многом воспроизводят уже описанные в социальных теориях.

Начнём с популярной концепции демонстративного потребления, разработанной Торстейном Вебленом в работе «Теория праздного класса». Она представляет для нас одну из базовых теоретических рамок для анализа потребительского поведения,

ориентированного на публичную демонстрацию статуса. Веблен исходил из того, что в индустриальном обществе потребление перестаёт быть исключительно средством удовлетворения базовых потребностей и впоследствии приобретает функцию социального сигнала. Представители так называемого «праздного класса» стремятся продемонстрировать своё экономическое превосходство посредством избыточного и чаще даже нерационального потребления, которое служит средством символического отделения от других социальных групп. Для нас важным элементом этой демонстрации является публичность, а именно: ценность потребляемых благ определяется не только их полезностью, но и тем, насколько они заметны и распознаваемы в социальном пространстве [Веблен 1984].

В рамках данной логики получается, что потребление становится формой коммуникации, посредством которой индивид транслирует свое положение в социальной иерархии. При всем этом сами объекты потребления приобретают статус знаков, указывающих на принадлежность к определенному классу. Веблен подчеркивает, что демонстративное потребление часто носит иррациональный характер, поскольку его цель заключается не в функциональной эффективности, а в символическом эффекте. Перенос вебленовской теории в цифровую среду позволяет нам рассматривать игровые скины как форму демонстративного потребления, в которой публичная видимость и узнаваемость объекта очень важна. Как и в описанном Вебленом обществе, ценность таких объектов определяется не столько их практической полезностью, сколько их способностью сигнализировать о ресурсах, вложенных в их приобретение. Но в то же время вебленовская теория не в полной мере объясняет механизмы формирования различий внутри социальных групп и процессы интерпретации символов. Для более глубокого анализа нам необходима теория, учитывающая культурные и символические аспекты потребления, что находит отражение в работах Пьера Бурдьё, прежде всего в его книге «Различие: социальная критика суждения вкуса». Итак, Бурдьё развивает концепцию капитала, вводя помимо экономического также культурный, социальный и символический капитал, которые играют ключевую роль в воспроизводстве социальной структуры.

По Бурдьё, потребление не является нейтральным процессом, а выступает механизмом социального различения. Индивиды используют практики потребления для выражения своего «вкуса», который, в свою очередь, формируется под воздействием их социального положения. Вкус становится инструментом классификации и одновременно средством самоидентификации, позволяющим проводить границы между «своими» и «чужими». Так объекты потребления функционируют как маркеры принадлежности к определенным социальным группам и уровням иерархии [Бурдьё 2001].

Дополнительно важно сказать о понятии символического капитала, который представляет собой признание и легитимность, приобретаемые через обладание определенными знаками статуса. В отличие от экономического капитала, символический капитал существует только в пространстве социальных отношений и зависит от того, как он воспринимается другими участниками поля. Это особенно релевантно для анализа цифровых пространств, где значение объектов определяется не их материальной природой, а коллективным признанием. Применительно к онлайн играм скины могут рассматриваться как форма символического капитала. При этом их ценность определяется не только редкостью или стоимостью, но и культурным кодом, разделяемым в игровом сообществе. Игроки, обладающие «редкими» или «престижными» скинами, получают признание со

стороны других участников, что укрепляет их позицию в неформальной иерархии. Получается, что скины становятся инструментом символического различия, позволяющим воспроизводить социальные границы внутри цифрового пространства.

Однако для нас даже бурдьевская рамка оказывается недостаточной для объяснения специфики цифровых объектов, ценность которых не связана ни с материальностью, ни с традиционными формами культурного производства. Для анализа подобных явлений необходимо обратиться к постмодернистской теории Жана Бодрийяра, в частности к его концепции симулякров, изложенной в работах «Общество потребления» [Бодрийяр 2006] и «Симулякры и симуляция» [Бодрийяр 2015]. Симулякр в понимании Бодрийяра представляет собой знак, который либо вовсе лишен оригинала, либо полностью утрачивает с ним какую-либо связь. В условиях гиперреальности различие между реальным и искусственным стирается, люди живут не реальной жизнью, а потреблением знаков и изображений, брендов и символов, которые только притворяются реальностью. И применение данной концепции к цифровой среде позволяет интерпретировать игровые скины как симулякры статуса. Все эти элементы не фиксируют подлинного мастерства геймера, его вклада в игровой процесс или другие измеримые метрики. Они просто генерируют иллюзию элитарности. Этот эффект подхватывают другие участники сообщества, наделяя его уже настоящей социальной ценностью. В итоге скин превращается в сигнал, который не указывает на реальный статус, а отсылает к цепочке других статусных символов, запуская бесконечный цикл символического обмена.

Цифровые симулякры радикально отрываются от физического мира. В отличие от обычных предметов роскоши, которые всё же имеют какую-то практическую или физическую ценность, виртуальные объекты живут только внутри игр или приложений. Из-за этого они легко меняются под влиянием того, как их видят другие люди. Но именно отсутствие материальности превращает их в чистые символы, идеальные для мира гиперреальности, о котором говорил Бодрийяр.

Обобщив ключевые теории, получается выстроить целостную картину цифрового престижа как яркого социального явления. Вебленовская концепция демонстративного потребления объясняет мотивацию к приобретению статусных объектов и их публичную демонстрацию. Теория Бурдьё раскрывает механизмы символического различия и роль культурного контекста в формировании ценности этих объектов. Всё это объединяет концепция Бодрийяра, которая позволяет понять, почему в цифровой среде статус приобретает характер симулякра, оторванного от реальности и существующего исключительно в пространстве знаков. Рассмотренные теоретические основания создают необходимую базу для исследования практик потребления в онлайн-играх, позволяя интерпретировать скины не просто как элементы игрового дизайна, а как важные социальные маркеры, участвующие в формировании и воспроизводстве символических иерархий в цифровом пространстве.

Онлайн-игры как пространство социальной демонстрации

Рассмотрим онлайн-игры как пространство социальной демонстрации. Современные конкурентные игры представляют собой не только развлекательные цифровые среды, но и сложные социальные пространства, в которых воспроизводятся и трансформируются классические механизмы социальной дифференциации, описанные в трудах, которые мы рассмотрели. Все эти среды формируют специфические сообщества, внутри которых

статус, престиж и признание приобретают особые формы выражения, основанные на визуальной репрезентации и символическом потреблении. Как пишет Т. Л. Тейлор в работе «Играй между мирами», онлайн-игры – это такие же настоящие социальные миры. В них игроки создают свои правила общения, нормы поведения и даже иерархии, которые очень похожи на то, что бывает в обычной жизни [Taylor 2006]. Благодаря этому можно смотреть на игровые пространства как на полноценные социальные поля, о которых говорил Бурдьё. Там разные виды капитала перетекают друг в друга и помогают зарабатывать статус.

Соревновательные игры, лидирующие по популярности в России, – Counter-Strike 2 и Dota 2 – подвержены наиболее пристальному анализу. Эти проекты создают организованные пространства с очень острой культурой соперничества. Формально победа здесь зависит от скилла, но на деле параллельно разворачивается символическая конкуренция: игроки не просто выигрывают матчи, а показывают превосходство через внешние атрибуты. Социологи из Финляндии Д. Хамари и Д. Керонен пришли к выводу, что внутриигровые траты, особенно на косметику, чаще всего мотивированы не нуждой в улучшениях, а уже известными нам социальными мотивами – стремлением выделиться и завоевать уважение в сообществе [Hamari, Keronen 2018]. Так, в игровых мирах сталкиваются две разные логики: меритократическая, где всё решает мастерство, и символическая, где важен внешний вид. Происходит рождение гибридной системы статусов: траты на цифровые товары вроде скинов или аватаров могут подкрепить реальные победы или даже их заменить. Это похоже на демонстративное потребление по Веблену, когда люди показывают ресурсы на публике. Только в онлайн-играх это работает через графику прямо в интерфейсе, что делает статус видимым для всех в реальном времени.

Об экономике скинов пишет В. Лехдонвирт в своих работах, показывая, как виртуальные предметы превращаются в настоящие товары с ценой, которая растёт от редкости, популярности и способов раздачи. В Counter-Strike 2 редкость скинов зависит от шанса выпадения из лутбоксов, и это накаляет интерес, подгоняя спрос [Lehdonvirta 2009]. Это укладывается в экономику дефицита из базовой теории рынка, только всё происходит в цифровом мире. Цена скинов зависит не только от того, насколько они редкие, но и от того, что сообщество признаёт их престижными. Виртуальные экономики работают по тем же правилам, что и обычные: есть спекуляция, накопление ценностей и обмен. Поэтому скины можно считать настоящими экономическими активами. Их приобретают за реальные деньги через площадки вроде Steam. Но отличие от физических вещей – в символической ценности скинов как симулякров у Бодрийяра.

Социальное давление и привычка тратить на такие вещи сильно меняют поведение игроков. Это приводит к формированию устойчивых потребительских практик, которые воспроизводят существующие иерархии. В результате формируется ситуация, в которой игроки, не обладающие скинами, могут подвергаться исключению. Их визуальная «бедность» становится заметной и интерпретируется как отсутствие статуса или вовлеченности. Это соответствует бурдьёвской логике различия, в которой отсутствие определенных форм капитала приводит к маргинализации. Цифровые объекты становятся инструментом не только включения, но и исключения.

Взгляд на эти процессы в целом раскрывает онлайн-игры как многогранные социальные организмы, где оживают устойчивые приёмы демонстрации статуса и расслоения. Скины в этих системах выступают как ключевые маркеры статуса, объединяющие экономические, символические и культурные аспекты. Их значение

определяется не их функциональностью, а их способностью выступать знаками в системе социального взаимодействия, что делает их характерным примером симулякра в цифровой среде.

Эмпирические данные

Анализ небольшого количества исследований демонстрирует такие выводы. Одним из главных маркеров данной тенденции выступает структура потребительских расходов геймеров. Так, наиболее популярной статьёй расходов являются внутриигровые покупки, которые совершают более четверти геймеров (28%). При этом игроки с высоким материальным положением и имеющие работу демонстрируют более высокую долю совершающих покупки во всех категориях, что объясняется наличием финансовой возможности. Данный факт указывает на прямую связь между экономическим капиталом и возможностью его трансформации в цифровой символический капитал. Директор по маркетингу Иннова Элла Губарева также прокомментировала данный тренд «К особенностям российского рынка видеоигр также относится широкое распространение игр с моделью монетизации free-to-play».

Исследования также подчеркивают, что внутриигровые предметы постепенно приобретают характеристики экономических активов. Стоимость предмета становится прямым маркером статуса, аналогичным дорогим материальным благам в офлайн-среде. Дополнительным механизмом выступает эффект FOMO, активно исследуемый в поведенческой психологии. Согласно данным за 2025 г., 68% респондентов опроса MetaSkins приобретают сезонные скины из-за страха упустить эксклюзив, воспринимаемый как символ принадлежности к «элите» геймеров. Ограниченность предложения усиливает ценность предмета и делает его средством самовыражения. Коллекционная ценность цифровых предметов тоже закрепились в представлениях геймеров.

Молодёжной аудитории уделяется особое внимание в исследованиях цифровой среды. Согласно данным Digital Wellness Lab, опрос игроков в возрасте 15–24 лет показал, что покупки косметики повышают социальный статус на 35–42% в таких играх, как Roblox и Fortnite. Скины выступают сигналом успеха, вызывают зависть у сверстников и способствуют укреплению социальных связей через демонстрацию общих интересов. Схожие выводы представлены и в исследовании IJSRC, посвящённом потребительским расходам в соревновательных онлайн-играх. Анализ старшеклассников показал, что импульсивные покупки скинов в значительной степени мотивированы социальным влиянием (14,3%) и стремлением выделиться в рейтинговых матчах (18,4%).

Вторичные источники подтверждают, что престиж в соревновательных онлайн-играх — не просто открытая и намеренная демонстрация, а сложный процесс с социальными связями, экономикой и культурой. Косметика из микротранзакций служит цифровым статусом, формируя иерархию по внешности, редкости и признанию. Это подпитывается доходом, ценами скинов, стримерами, FOMO и групповым давлением.

Далее приведены цитаты информантов из глубинных интервью с экспертами киберспорта, гейм-дизайнерами и про-геймерами. Интервью помогли выявить чёткую связь между поведением в играх и желанием подняться по социальной лестнице в онлайн-сообществах. Игроки явно ориентированы на сравнение с другими и создание иерархии прямо внутри игрового мира. Цифровая среда воспроизводит классические механизмы социальной стратификации, где статус определяется через сопоставление с другими

участниками группы: «Желание возвыситься среди друзей и знакомых – это то, что толкает на покупку скинов или бустов»

В компаниях, где друзья играют вместе, если у одного из них выше рейтинг, он может вести себя высокомерно. Другие хотят догнать его, чтобы чувствовать себя равными.

Игроки, которые чувствуют, что отстают от друзей по навыкам или рейтингу, пытаются быстро догнать их. Из-за этого возникает спрос на бустинг и коучинг – это как быстрый лифт к «нормальному» уровню, который все вокруг уважают. Престиж здесь завязан с официальным игровым рейтингом.

Люди играют в компаниях, и если кто-то не дотягивает до уровня своих друзей, он захочет выровняться, что и порождает спрос на бустинг и коучинг.

Была аналогия между цифровыми скинами и элитными автомобилями. Она иллюстрирует переход потребления в виртуальное пространство как в концепции демонстративного потребления Т. Веблена. Эксклюзивная виртуальная вещь провоцирует восхищение и зависть в игровом сообществе: «Дорогие скины – это как купить крутую тачку, все видят и завидуют»

Вопрос демонстрации статуса в цифровой среде сегодня выходит далеко за рамки простого обладания редкими предметами. В конкурентных онлайн-играх престиж формируется на пересечении социальных взаимодействий, визуальной самопрезентации и культурных норм игрового сообщества.

Дополнительно было проведено количественное исследование среди геймеров на ПК. Нерепрезентативная выборка составила 200 респондентов; ниже представлены данные по интересующей теме. Повторим, игровая среда воспринимается значительной частью пользователей как пространство социальной включённости. Почти половина респондентов (45,5%) в той или иной степени согласны с тем, что игры дают им возможность общения и принадлежности к сообществу. При этом доля тех, кто полностью отвергает эту функцию, существенно ниже. Подчёркивается, что престиж в играх никогда не существует сам по себе, он всегда обращён к другим игрокам и становится значимым только через социальную заметность.

Потребительское поведение игроков демонстрирует неоднозначную связь с желанием выделяться. С одной стороны, значительная доля опрошенных (44,6%) признаёт, что покупает внутриигровые предметы ради кастомизации и внешнего вида (табл. 1). Это подтверждает важность визуального аспекта. Однако лишь около четверти респондентов (24,7%) прямо заявляют о стремлении выделяться среди других игроков. Более того, почти половина (47,6%) скорее не разделяет эту мотивацию (табл. 2).

Таблица 1

Мотивация покупки внутриигровых предметов
ради кастомизации персонажа

Покупаю ради кастомизации, внешнего вида	
Варианты ответа	%
Полностью про меня	25,3
Скорее про меня	19,3
Нейтрально	22,9

Скорее не про меня	10,8
Совсем не про меня	21,7

Таблица 2

Самооценка стремления выделяться среди других игроков

Хочу выделяться среди других игроков	
Варианты ответа	%
Полностью про меня	9,0
Скорее про меня	15,7
Нейтрально	27,7
Скорее не про меня	18,7
Совсем не про меня	28,9

На первый взгляд, это противоречие. Но, вероятно, оно отражает более тонкую логику: игроки не всегда осознают или прямо формулируют своё стремление к престижу как желание «выделиться». Вместо этого оно проявляется в косвенных формах, например, через заботу о внешнем виде персонажа, следование эстетическим нормам сообщества или стремление соответствовать определённому стилю. Отдельного внимания заслуживает влияние внешних агентов или стримеров, блогеров, друзей. Данные показывают, что их роль нельзя назвать доминирующей. Лишь около 30,7% респондентов признают их влияние, тогда как сопоставимая доля его отрицает. Это позволяет предположить, что демонстрация престижа в играх формируется не столько под прямым давлением лидеров мнений, сколько в результате более диффузных процессов как наблюдения, подражания и постепенного усвоения норм.

Престиж в конкурентных онлайн-играх нельзя свести к простому набору статусных маркеров. Он формируется в динамическом поле, где пересекаются социальное взаимодействие, визуальная культура и индивидуальные стратегии самовыражения. Игроки одновременно стремятся быть частью сообщества и сохранять определённую уникальность, но делают это не всегда явно и не всегда осознанно.

Проведённый анализ раскрывает полную картину. Онлайн-игры не создают новых моделей социального поведения, они адаптируют уже существующие к цифровой среде. Игровые косметические предметы, несмотря на отсутствие практической ценности, выполняют функцию знаков статуса и используются для обозначения положения игрока внутри сообщества. Доступ к таким символам определяется экономическими возможностями; это усиливает стратификацию в игровых пространствах, как и в реальном мире.

Литература

- Бодрийяр 2006 – *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Республика, 2006. 269 с.
- Бодрийяр 2015 – *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляция. М.: Постум, 2015. 240 с.
- Бурдые 2001 – *Бурдые П.* Различие: социальная критика суждения вкуса. М.: Новое литературное обозрение, 2001. 512 с.
- Веблен 1984 – *Веблен Т.* Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 368 с.

Hamari, Keronen 2018 – *Hamari J., Keronen L.* Why do people buy virtual goods? University of Turku, 2018. P. 1358–1367.

Lehdonvirta 2009 – *Lehdonvirta V.* Virtual item sales as a revenue model: identifying attributes explaining purchase decision // *Electronic Commerce Research*. 2009. Vol. 9. Iss. 1–2. P. 97–113.

Taylor 2006 – *Taylor T.L.* Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture. Cambridge: MIT Press. 2006. 206 p.

Сравнительный анализ пронаталистской демографической и семейной политики в разных странах: концептуальные подходы и меры поддержки рождаемости

Алина Ю. Павлова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Наталия Н. Мещерякова

д-р социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье сравниваются пронаталистские демографические и семейные политики разных стран: скандинавская, либеральная американская, французская, китайская и российская модели. Рассматриваются историческая трансформация подходов к государственному вмешательству в репродуктивную сферу, типологии режимов семейной политики и эффективность мер поддержки рождаемости. Делается вывод о необходимости комплексной политики, выходящей за рамки материальных выплат.

Ключевые слова: демографическая политика, семейная политика, рождаемость, суммарный коэффициент рождаемости, материнский капитал, демографический прогноз, пронатализм, режимы семейной политики

Вопросы демографической политики приобрели особую актуальность в контексте глобального снижения рождаемости, характерного для большинства развитых стран. Суммарный коэффициент рождаемости (СКР) во многих государствах устойчиво удерживается ниже уровня простого воспроизводства (2,1 ребёнка на женщину), что влечёт за собой старение населения, сокращение трудовых ресурсов и нарастание нагрузки на системы социального обеспечения. Для России проблема депопуляции носит многолетний характер и приобрела черты демографического кризиса [Антонов, Карпова 2025, с. 180].

Государства реагируют на эти вызовы принятием разнообразных мер: от прямых финансовых выплат до политики в сфере занятости и развития инфраструктуры для семей с детьми. Вместе с тем результаты таких мер относительно скромны: во многих случаях они производят лишь временный эффект, не приводя к устойчивому росту рождаемости [Исупова 2020, с. 75–76]. Это обусловлено тем, что демографическое поведение определяется не только экономическими стимулами, но и ценностными ориентациями, нормами и репродуктивными установками населения [Антонов, Карпова 2025, с. 108].

Цель настоящей статьи – провести сравнительный анализ концептуальных подходов и практических инструментов демографической политики в различных странах, выявить общие закономерности и национальную специфику, а также оценить их применимость для российского контекста. В качестве методологической основы использованы типологический подход и сравнительно-исторический анализ.

Понятие «демографическая политика» предполагает целенаправленное воздействие государства на демографические процессы. В рамках советской традиции В. В. Валентей понимал демографическую политику как «совокупность мероприятий, регулирующих демографические процессы», прежде всего воспроизводство населения [Исупова 2020, с. 68].

В научной литературе разграничиваются два смежных понятия. «Политика народонаселения» (population policy) является более широким и гибким понятием: она не

ставит точных количественных целей, а отвечает на ожидаемые изменения в рождаемости, смертности и миграции. «Демографическая политика» в узком смысле, напротив, нередко предполагает фиксированные целевые показатели рождаемости или численности населения – подход, подвергающийся критике как неэтичный, поскольку вторгается в сферу репродуктивного выбора личности [Исупова 2020, с. 53, с. 57].

Историческая ретроспектива показывает, что взгляды на роль государства в регулировании рождаемости претерпели значительную эволюцию. В XVIII–XIX вв. господствовал мальтузианский подход, ориентированный на сдерживание роста численности населения. В 1930–40-х гг., после потерь от мировых войн, эпидемий и экономической депрессии, во многих странах возобладали пронатализм, стимулировавший рождаемость через запреты аборт, налоги на бездетность и экономические льготы для многодетных семей. При этом в ряде государств эти практики были заражены евгеническими идеями, что надолго скомпрометировало саму идею демографического вмешательства [Исупова 2020, с. 57–59]. Начиная с 1950–1960-х гг., в условиях демографического взрыва в развивающихся странах мировое сообщество переориентировалось на программы снижения рождаемости, тогда как в развитых государствах стала нарастать обратная озабоченность субвоспроизводством населения.

Современный консенсус в научном сообществе состоит в том, что прямые попытки управлять репродуктивным поведением через количественные ориентиры малоэффективны и этически сомнительны. Приоритет отдаётся политике, направленной на повышение качества жизни семей, которая может косвенно положительно сказаться на рождаемости. В рамках такого подхода семейная политика рассматривается как автономная, хотя и связанная с демографической, сфера государственного регулирования.

Типологии режимов семейной политики

Классическая типология режимов семейной политики разработана Г. Эспинг-Андерсеном (1994) и по-прежнему широко используется в сравнительных исследованиях, несмотря на последующие модификации. Выделяются четыре основных режима.

Социал-демократический (скандинавский) режим – универсальная поддержка всех семей с детьми, акцент на гендерном равенстве, модель «общества работающих взрослых», развитая система государственных дошкольных учреждений. Характерен для Дании, Швеции, Норвегии, Финляндии.

Консервативный (корпоративный) режим – поддержка семей дифференцирована в зависимости от статуса занятости родителей, сохраняются элементы традиционного гендерного разделения труда. Типичные представители: Франция, Германия, Нидерланды.

Южноевропейский режим – фрагментированность программ, высокая роль семьи (фамилиализм), слабая государственная поддержка детских учреждений, отсутствие гарантированного минимального дохода семей на национальном уровне (Италия, Испания, Греция, Португалия).

Либеральный (англосаксонский) режим – акцент на поддержке наиболее бедных семей, остальные решают вопросы детского воспитания преимущественно рыночными методами (США, Великобритания, Австралия).

Впоследствии эта типология была дополнена в связи с расширением ЕС и включением постсоциалистических стран, которые формировали режим «рефамилиализма» – возврата семейных обязанностей в частную сферу после распада

социалистических систем поддержки. Примечательно, что Россия и другие постсоветские государства плохо вписываются в исходную типологию Эспинг-Андерсена: они сочетают элементы советского наследия (длинные декретные отпуска, развитая сеть детских садов советского типа) с либеральными тенденциями, характерными для переходного периода [Исупова 2020, с. 62–63].

М. Дэли (2011) предложила иную типологию, основанную на доминирующей идеологической ориентации семейной политики. В ней выделяются: 1) пронаталистско-просемейная ориентация (Франция, Бельгия), где интересы рождаемости и национального развития слиты; 2) политика невмешательства в семью при финансовой поддержке по необходимости (Германия); 3) акцент на гендерном равенстве и индивидуальной автономии (скандинавские страны); 4) приоритет борьбы с бедностью как таковой (США, Великобритания) [Исупова 2020, с. 64].

Страновые практики демографической политики

Франция – один из наиболее последовательных примеров активной пронаталистской политики в Европе. Семейная политика здесь имеет более чем вековую историю, а её цели носят эксплицитный характер: прямое стимулирование рождаемости в интересах нации. В числе основных инструментов: разветвлённая система семейных пособий, субсидированные дошкольные учреждения с раннего возраста, гибкие форматы занятости для родителей. По данным ОЭСР, расходы на дошкольные учреждения в процентах ВВП во Франции входят в число наиболее высоких среди развитых стран [Исупова 2020, с. 66].

Благодаря сочетанию финансовой поддержки и развитой инфраструктуры ухода за детьми Франция длительное время удерживала СКР на уровне около 2,0 – одном из наиболее высоких в Европе, что делало её образцом успешной демографической политики. Вместе с тем в последние годы показатель рождаемости снизился и во Франции, свидетельствуя об общеевропейской тенденции.

Скандинавские государства реализуют иную модель: в центре не демографический результат, а качество жизни семей и гендерное равенство. Длинные декретные отпуска с высоким уровнем замещения дохода, доступные ясли и детские сады с раннего возраста, активное продвижение «отцовских квот» в декрете – всё это обеспечивает совместимость материнства и участия в рынке труда [Исупова 2020, с. 67]. В частности, Норвегия демонстрирует, что введение универсальных пособий на детей способно дать значимый пронаталистский эффект: исследование R.K. Hart и C. Holst показало рост первых, вторых и третьих рождений в регионе с расширенной программой выплат [Hart, Holst 2024, p. 435].

США традиционно относятся к либеральному режиму семейной политики. Исторически здесь превалировало убеждение, что государство не должно вмешиваться во внутренние дела семьи [Исупова 2020, с. 76]. На федеральном уровне до сих пор отсутствует оплачиваемый родительский отпуск – уникальный для развитых стран пример. Основные инструменты направлены на поддержку малоимущих семей: денежные и товарные пособия, налоговые вычеты при наличии детей. Программы по предотвращению подростковых беременностей, ответственному отцовству и борьбе с детской бедностью реализуются децентрализованно, на уровне штатов и местных сообществ. Рождаемость в США остаётся несколько выше европейского уровня, однако и она в последние десятилетия снижается.

Китай представляет пример радикальной демографической инженерии: политика «одного ребёнка» (1980–2015), которая привела к беспрецедентному снижению рождаемости и серьёзным структурным диспропорциям. После отмены этой политики попытки государства стимулировать рождаемость через финансовые меры пока не принесли ожидаемого результата [Исупова 2020, с. 56]. Китай превратился в яркий пример «ловушки низкой рождаемости» – феномена, при котором малодетность укоренилась как поведенческая норма и не поддаётся восстановлению мерами стимулирования.

История государственного регулирования рождаемости в России насчитывает несколько волн. В советский период применялись как запретительные меры (ограничение абортов в 1936 и 1944 гг., налог на бездетность, введённый в 1941 г.), так и меры поощрения многодетности. Показательно, что демографические цели официально не декларировались: соответствующие нормативные акты позиционировались как помощь семьям. В 1980-е гг. был введён оплачиваемый отпуск по уходу за ребёнком до 1,5 лет и неоплачиваемый до 3 лет, что дало временный эффект повышения рождаемости.

Переломным моментом в постсоветской истории стало введение в 2006 г. программы материнского (семейного) капитала. По оценкам исследователей, эта мера обеспечила прирост СКР примерно на 0,15 ребёнка [Антонов, Карпова 2025, с. 187], что позволило к 2015 г. повысить СКР с 1,2 до 1,77. Региональные программы материнского капитала также показали положительный эффект: в Ямало-Ненецком автономном округе после модернизации программы в 2019 г. изменение СКР составило 0,15, в первую очередь за счёт городского населения [Денисова и др. 2024, с. 237]. Вместе с тем с середины 2010-х гг. рождаемость в России вновь устойчиво снижается: в 2023 г. СКР составил 1,41 ребёнка на женщину, а в апреле 2026 г. – 1,35⁴⁴.

Среди структурных причин снижения рождаемости в России – сокращение доли женщин репродуктивного возраста (особенно до 30–35 лет), что автоматически уменьшает число рождений на 2–2,5% ежегодно. Эта тенденция сохранится до 2030-х годов, и даже при росте интенсивности рождаемости не позволит увеличить абсолютное число новорождённых в ближайшей перспективе [Антонов, Карпова 2025, с. 186–187]. Кроме того, в России фиксируется значительный гендерный разрыв в ожидаемой продолжительности жизни, около 11,6 лет.

Демографические прогнозы и их значение для политики

Сравнительный анализ международных прогнозов численности населения (ООН, ИМЭ, ПАСА) и прогнозов Росстата позволяет оценить вероятные долгосрочные последствия сложившихся демографических тенденций. По среднему варианту ООН (WPP 2024), численность мирового населения достигнет пика ещё в текущем столетии: вероятность этого события к 2100 г. эксперты ООН оценивают более чем в 80% [Антонов, Карпова 2025, с. 182]. Прогнозы ООН (2019, 2022, 2024) демонстрируют устойчивую тенденцию к снижению прогнозируемого уровня рождаемости: к концу века ожидается значение СКР в пределах 1,85–1,94, то есть ниже уровня воспроизводства⁴⁵.

⁴⁴ Суммарный коэффициент рождаемости. Официальный сайт Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС). URL: <https://fedstat.ru/indicator/62852> (дата обращения: 12.05.2026).

⁴⁵ United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2024: Summary of Results. UN DESA/POP/2024/TR/NO. 9. URL: <https://desapublications.un.org/file/20622/download> (дата обращения: 01.05.2026).

Для России все представленные прогнозы, за исключением оптимистического высокого варианта Росстата, фиксируют снижение численности населения. По среднему варианту Росстата, к 2045 году численность населения России составит около 138,8 млн чел.; по прогнозам зарубежных институтов (ООН, ИМЕ, ИААА) – 135,8–139,2 млн чел. [Антонов, Карпова 2025, с. 185–186]. Авторы подчёркивают, что оптимистичный высокий вариант Росстата требует роста СКР до 1,79 к 2045 году, что возможно лишь при реализации активной и эффективной демографической политики, превосходящей по воздействию программу материнского капитала.

Важный вывод состоит в том, что большинство прогнозов основываются на предположении об умеренном, но стабильном повышении СКР в перспективе ближайших 20 лет, тогда как фактическая динамика указывает скорее на реализацию пессимистичного сценария; доминирующей тенденцией в репродуктивном поведении остаётся распространение малодетной нормы.

Сравнительный анализ инструментов демографической политики

Анализ международного опыта позволяет выделить несколько основных групп инструментов демографической политики и оценить их эффективность.

Финансовые меры поддержки, такие как единовременные выплаты при рождении детей, ежемесячные пособия, налоговые вычеты, способны дать краткосрочный положительный эффект «сдвига рождений», но практически никогда не обеспечивают устойчивый рост итоговой рождаемости. По данным мета-анализа [Bergsvik et al. 2021, p. 937–943, p. 950], финансовые пособия оказывают временный эффект, тогда как расширение системы ухода за детьми в большей степени способствует росту итоговой рождаемости. Российский опыт введения материнского капитала вначале обеспечил прирост СКР порядка 0,1–0,15, что является значимым эффектом для стран с низкой рождаемостью, однако его эффект постепенно снижался, а с переносом материнского капитала на первых детей – положительный эффект практически нивелировался [Денисова и др. 2024, с. 240].

Оплачиваемые декретные отпуска для обоих родителей, гибкий график, право на неполный рабочий день, то есть политика в области занятости и поиск баланса «семья – работа», по данным ряда исследований, оказывает более долгосрочное влияние на рождаемость, поскольку снижает «цену» материнства для женщин с высоким человеческим капиталом. В частности, введение отцовских квот в Норвегии и Швеции способствовало более равномерному распределению заботы о детях между супругами.

Развитие дошкольной инфраструктуры – расширение сети яслей и детских садов с доступным режимом работы – признаётся одной из наиболее эффективных долгосрочных мер, поскольку устраняет институциональные барьеры для совмещения материнства и занятости. Именно этот инструмент видится перспективным, учитывая преобладание среди современных женщин модели совмещения работы и семьи.

Исторический опыт показывает, что ценностная пропагандистская политика, например, кампании по формированию просемейных установок, образовательные программы о материнстве и отцовстве, а также открытое осуждение аборт в публичном поле – без сопровождения реальными экономическими изменениями малоэффективны.

Международный опыт свидетельствует о том, что наибольшей эффективностью обладают комбинированные меры, сочетающие финансовую поддержку, дружественный рынок труда и развитую инфраструктуру ухода за детьми. Именно такая комплексность

позволяет удерживать рождаемость на относительно высоком уровне в скандинавских странах и Франции.

Проведённый сравнительный анализ демографической политики в различных странах позволяет сформулировать ряд выводов. Снижение рождаемости – закономерный итог модернизации, а не аномалия, требующая исправления. По мере роста образования женщин, урбанизации и распространения индивидуалистических ценностей малодетная норма утверждается повсеместно. Это делает попытки вернуть рождаемость к историческим значениям посредством одних лишь финансовых стимулов или административного давления заведомо малоперспективными.

Во-первых, ни одна из существующих национальных систем семейной политики не может быть признана однозначно эффективной в части управления рождаемостью. Общемировая тенденция – устойчивое снижение СКР, распространение малодетной нормы и конвергенция репродуктивных паттернов между странами [Антонов, Карпова 2025, с. 189; Исупова 2020, с. 75–76].

Во-вторых, мировой опыт не знает ни одного примера радикального и устойчивого повышения рождаемости исключительно через монетарное стимулирование. Финансовые меры дают кратковременный эффект; устойчивые результаты обеспечивает сочетание экономической поддержки, политики занятости и доступной инфраструктуры. Наиболее результативные модели связаны с комплексным изменением условий принятия репродуктивных решений: снятием противоречия между карьерой и родительством, обеспечением доступного ухода за детьми, формированием институтов вовлечённого отцовства. Современная парадигма ориентирована на повышение качества жизни семей, которое способствует реализации репродуктивных намерений.

В-третьих, эффективность конкретных инструментов определяется их встроенностью в более широкий социально-экономический и ценностный контекст отдельно взятой страны.

Для России ситуацию осложняют структурные демографические ограничения: в активный репродуктивный возраст сейчас входят малочисленные поколения женщин, рождённые в 1990-е гг. – период резкого снижения рождаемости, который, по сути, создал демографическую яму. Сокращение когорт женщин репродуктивного возраста будет снижать абсолютное число рождений вне зависимости от применяемых мер вплоть до середины 2030-х гг. В этих условиях реалистичной целью политики становится не резкий рост, а торможение негативной тенденции и создание предпосылок для долгосрочного изменения репродуктивных установок населения. Управление демографическим спадом с минимальными потерями в человеческом потенциале – не менее значимая задача государственной политики, чем задача повышения рождаемости как таковой.

Литература

Антонов, Карпова 2025 – Антонов А.И., Карпова В.М. Сравнительный анализ демографических прогнозов: оценка долгосрочных тенденций для мира и России // Проблемы прогнозирования. 2025. № 2 (209). С. 180–191.

Денисова и др. 2024 – Денисова И.А., Калабихина И.Е., Кузнецова П.О. Оценка влияния региональной программы материнского капитала на рождаемость (на примере Ямало-Ненецкого автономного округа) // Государственное управление. Электронный вестник. 2024. № 105. С. 232–243.

Исупова 2020 – *Исупова О.Г.* Демографическая и семейная политика в разных странах: концептуальные подходы и практики // Демографическое обозрение. 2020. Т. 7. № 3. С. 51–83.

Bergsvik et al. 2021 – *Bergsvik J., Fauske A., Hart R.K.* Can Policies Stall the Fertility Fall? A Systematic Review of the (Quasi-) Experimental Literature // Population and Development Review. 2021. Vol. 47. № 4. P. 913–964.

Hart, Holst 2024 – *Hart R.K., Holst C.* What about Fertility? The Unintentional Pro-Natalism of a Nordic Country // Social Politics: International Studies in Gender, State and Society. 2024. P. 429–454.

II. Социальные изменения: ценности, поколения и повседневные практики

Матвей С. Жидких

студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Артем А. Мальшаков

студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Алекс С. Начинкин

студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Татьяна А. Сагань

студентка

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Аннотация. Статья посвящена анализу механизмов финансовой социализации учащейся молодежи в современной России. На основе качественного исследования рассматриваются роль формального образования и семьи как агентов формирования финансовых установок. Показано, что образовательные институты не реализуют в полной мере свой потенциал, а первичная социализация в семье остается ключевым фактором финансового поведения.

Ключевые слова: финансовая социализация, финансовая грамотность, студенческая молодежь, образовательный институт, семья, финансовое поведение, агенты социализации, когнитивные установки

Проблема финансовой компетентности населения устойчиво занимает одно из центральных мест в дискуссиях о качестве человеческого капитала и условиях экономической безопасности граждан. В условиях нарастающей сложности финансовых рынков, расширения продуктовых линеек банков и страховых компаний, а также перехода ответственности за пенсионные накопления и долгосрочное благополучие на самих граждан – способность к осознанному управлению личными финансами превращается из частного навыка в общественно значимую компетенцию.

Особую остроту данная проблема приобретает применительно к молодежной аудитории. Студенты и учащиеся – это группа, которая, с одной стороны, находится на пороге самостоятельной экономической жизни, а с другой нередко лишена как систематических знаний о финансовых инструментах, так и практического опыта управления ресурсами. Именно в этот период жизненного цикла закладываются долгосрочные поведенческие паттерны: привычка к планированию расходов или, напротив, склонность к импульсивному потреблению; доверие к банковским продуктам или страх перед ними; ориентация на накопление или на немедленное удовлетворение потребностей.

Вопрос о том, какие социальные институты в наибольшей степени определяют финансовое поведение молодых людей, остается открытым. Традиционно в числе ключевых агентов социализации называют семью и образовательную систему – два института, которые в значительной мере формируют картину мира молодого человека. Однако их реальная роль в финансовой социализации требует эмпирической проверки,

поскольку декларируемые функции нередко расходятся с действительными практиками и их воздействием на конкретное поведение.

Цель настоящей статьи – социологически осмыслить механизмы финансовой социализации студентов через призму взаимодействия двух институтов: формального образования и семьи. Для достижения этой цели использованы данные качественного эмпирического исследования, проведенного среди студентов московских вузов, а также теоретические ресурсы социологии, поведенческой экономики и педагогики.

Финансовая социализация как социологическая категория

Понятие «финансовая социализация» обозначает процесс, в ходе которого индивид усваивает нормы, ценности, знания и практические навыки, связанные с обращением с деньгами. В отличие от узкопедагогического понятия «финансовое образование», которое фокусируется на передаче формальных знаний, финансовая социализация охватывает более широкий спектр механизмов: от наблюдения за поведением родителей до воздействия медиа и референтных групп [Архипова и др. 2023].

В рамках концепции П. Бурдье финансовое поведение индивида выступает производным от габитуса – системы устойчивых диспозиций, сформированных в ходе социализации. Финансовый габитус включает как когнитивные схемы восприятия денег и риска, так и практические ориентации: склонность к сбережению или трате, доверие к финансовым институтам, отношение к долгу [Бурдье 2001]. Принципиально важно, что габитус формируется не через явные наставления, а через включенность в социальные практики, такие как наблюдение, участие и повторение.

Структурно-функциональный подход, восходящий к Р. Мертону, позволяет рассматривать семью и образование как институты, выполняющие функции первичной и вторичной социализации соответственно. При этом необходимо учитывать, что функции могут быть как явными (целенаправленная передача знаний о бюджетировании), так и латентными (воспроизводство классовых паттернов потребления через демонстративное поведение родителей).

Теория ограниченной рациональности Г. Саймона задает иное измерение проблемы: финансовые решения молодежи принимаются не в условиях полной информированности и холодного расчета, а под влиянием когнитивных ограничений, временного давления и эмоциональных импульсов [Саймон 1993]. Это делает задачу финансового образования принципиально более сложной, чем простая передача знаний: требуется формирование устойчивых поведенческих привычек и архитектуры выбора, снижающей вероятность ошибочных решений.

Nudge-теория Р. Талера и К. Санстейна предлагает в этой связи практически значимый инструментарий: воздействующий на финансовое поведение через тонкую настройку среды принятия решений, такие как дефолтные опции, визуализация последствий, апелляция к социальным нормам, которые оказываются зачастую эффективнее прямого обучения [Талер, Санстейн 2017]. В образовательном контексте это означает, что среда вуза сама по себе может быть спроектирована как пространство, формирующее ответственное финансовое поведение.

Институт образования: декларируемые и реализуемые функции

Образование как социальный институт обладает несомненным потенциалом для формирования финансовой грамотности молодежи. Его ключевые преимущества – охват практически всей молодежной когорты, наличие нормативной основы (учебных программ и стандартов), профессиональный педагогический корпус и инфраструктура для организованного обучения.

Вместе с тем в современной России реализация этого потенциала сопряжена с системными ограничениями. Анализ образовательных программ общеобразовательной школы показывает, что финансовая грамотность либо встроена в курс обществознания или экономики в урезанном формате, либо присутствует в виде факультативных занятий с минимальным охватом учащихся. Вузовские программы по данной теме нередко ограничиваются введением в экономическую теорию без выхода на конкретные практические компетенции.

Качественное исследование, проведенное в рамках данной работы среди студентов московских вузов, показало устойчивую критическую оценку образовательного опыта в сфере финансов. Респонденты указывали на разрыв между теоретическим содержанием учебных курсов и реальными задачами, с которыми сталкивается молодой человек в начале самостоятельной жизни: «...в школе нам рассказывали про ВВП и кривые спроса, но никто не объяснил, как работает налоговый вычет или зачем нужен накопительный счет»; «...в вузе был курс по финансам предприятия, но ничего применительно к личным деньгам – как будто это не важно».

Данная ситуация порождает характерный разрыв: молодые люди обладают определенными концептуальными знаниями об экономических механизмах, но испытывают существенные затруднения при их переносе в практику повседневного управления личным бюджетом. Иначе говоря, образование формирует знания (К в модели К-А-В), но в значительно меньшей степени воздействует на установки и поведение [Сячина и др. 2025].

Вместе с тем исследование выявило примеры иного рода – случаи, когда образовательный опыт оказывался действительно значимым для финансовой социализации. Общим знаменателем таких случаев была практикоориентированность: курсы, основанные на разборе реальных кейсов, деловых играх, личном финансовом планировании, оценивались как полезные и запоминающиеся. Это указывает на то, что проблема состоит не в принципиальной неспособности образования формировать финансовые компетенции, а в доминировании устаревших педагогических форматов.

Семья как первичный агент финансовой социализации

Семья занимает особое место в структуре агентов финансовой социализации молодежи. В отличие от школы и вуза, семья не транслирует финансовые знания в систематизированном виде, ее воздействие носит диффузный, повседневный и во многом неосознанный характер. Именно здесь формируется первичный финансовый габитус: эмоциональное отношение к деньгам, базовые установки относительно трат и сбережений, представления о «нормальном» уровне жизни и допустимом долговом бремени.

Данные исследования свидетельствуют о нескольких устойчивых механизмах семейной финансовой социализации. Первый – практика выдачи карманных денег. Респонденты, которые с раннего возраста получали регулярные небольшие суммы в

самостоятельное распоряжение, описывали более осознанное отношение к бюджетированию и расстановке приоритетов: «...родители с детства давали мне карманные деньги на неделю – и я учился планировать, потому что если потратишь сразу, потом не на что купить то, что по-настоящему хочешь»; «...именно тогда я впервые понял, что деньги кончаются и что нужно думать, на что их тратить».

Второй механизм – степень открытости семьи в обсуждении финансовых вопросов. В семьях, где деньги были табуированной темой, скрытой от детей, молодые люди описывали чувство растерянности при первом столкновении с самостоятельным ведением бюджета. Напротив, там, где родители открыто рассказывали о семейных доходах, расходах и своих финансовых ошибках, дети формировали более реалистичное и трезвое отношение к деньгам:

...мама всегда рассказывала, как распределяет зарплату, объясняла, почему в этом месяце не хватает – это было нормально, мы просто это обсуждали;

...папа однажды рассказал, как взял невыгодный кредит и как потом было сложно – я запомнил это на всю жизнь.

Третий механизм – моделирование финансового поведения через наблюдение. Стратегии накопления, привычка вести учет расходов, отношение к кредитам – всё это дети усваивают, прежде всего, наблюдая за родителями, а не из учебников. Поведенческий образец оказывается значительно более устойчивым, чем вербальное наставление: «...родители всегда откладывали часть зарплаты – я вырос с ощущением, что это просто так делается, что иначе нельзя»; «...в нашей семье кредиты считались чем-то постыдным – и я до сих пор с трудом могу заставить себя взять в долг, даже когда это было бы разумно».

Вместе с тем семья как агент социализации имеет принципиальное ограничение: она воспроизводит классовые паттерны. Качество финансового габитуса, транслируемого семьей, напрямую зависит от ее социально-экономического положения. В семьях с высоким культурным и финансовым капиталом дети получают более широкий и инструментально богатый опыт управления деньгами. В менее благополучных семьях финансовая социализация нередко сводится к усвоению стратегий выживания, а не долгосрочного планирования. Это воспроизводит неравенство финансовой грамотности, описанное Бурдые применительно к образовательному полю в целом.

Компенсаторные стратегии: самообразование и цифровые ресурсы

В условиях дефицита систематического финансового образования и неравенства семейного опыта молодежь активно прибегает к самостоятельному поиску знаний. Исследование зафиксировало широкий спектр компенсаторных стратегий: от специализированных книг и YouTube-каналов до финансовых приложений и нейросетевых сервисов.

Примечательно, что доступность цифровых ресурсов принципиально изменила ландшафт финансового самообразования:

...я просто спрашиваю у ChatGPT – объясни мне, как работает ИИС, что выгоднее: брокерский счет или депозит – и получаю понятный ответ без маркетинговых уловок;

...на YouTube есть отличные каналы, которые объясняют сложные вещи простым языком – то, чего никогда не было в школе.

Вместе с тем самообразование как стратегия имеет структурные ограничения. Во-первых, оно зависит от мотивации и инициативы самого индивида, а значит, воспроизводит неравенство по линии личностных ресурсов. Во-вторых, качество доступных источников неоднородно: банковские материалы, на которые нередко ориентируются молодые люди, могут содержать скрытые маркетинговые цели. В-третьих, точечное самообразование не обеспечивает системности знаний, необходимой для выстраивания долгосрочных финансовых стратегий.

Таким образом, самообразование выступает важным, но паллиативным ответом на институциональный дефицит – оно частично компенсирует слабость формального образования, но не устраняет структурных причин неравенства финансовой грамотности.

Финансовые практики студентов:

между рациональностью и импульсивностью

Анализ реальных финансовых практик студентов обнаруживает характерную амбивалентность, отражающую противоречие между осознанными установками и актуальным поведением. С одной стороны, значительная часть респондентов демонстрирует выраженную ориентацию на структурированное управление бюджетом: распределение доходов по категориям, регулярное откладывание части средств, использование накопительных счетов.

С другой стороны, те же респонденты признают устойчивость импульсивных трат как адаптивной стратегии совладания со стрессом. Феномен «дофаминовой покупки» – приобретения необязательных товаров ради кратковременного эмоционального подъема – описывается большинством участников исследования как осознанная, но трудно контролируемая практика: «...я понимаю, что это иррационально, но иногда просто нужно купить что-нибудь приятное – это помогает переключиться»; «...знаю, что трачу лишнее, когда нервничаю, но это как ритуал».

В отношении кредитных инструментов прослеживается устойчивая тенденция к избеганию потребительских кредитов при принципиальной готовности к ипотечному кредитованию в долгосрочной перспективе. Это соответствует модели «ограниченной рациональности» Саймона: молодые люди не отвергают заемные инструменты как таковые, но избегают тех форм долга, которые ассоциируются с потерей контроля и непредсказуемыми обязательствами.

Сберегательные практики характеризуются сочетанием инструментальной и психологической мотивации. Накопительный счет воспринимается не только как финансовый инструмент, но и как источник ощущения защищенности и контроля над будущим, особенно в условиях экономической нестабильности и высокой инфляции.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сформулировать ряд выводов относительно механизмов финансовой социализации современной студенческой молодежи.

Во-первых, институт образования обладает значительным потенциалом для формирования финансовых компетенций, однако в нынешнем состоянии этот потенциал реализуется лишь частично. Доминирующие образовательные форматы ориентированы на передачу теоретических знаний и в меньшей степени направлены на формирование установок и устойчивых поведенческих паттернов. Практикоориентированные форматы:

кейсы, симуляции, личное финансовое планирование – оцениваются студентами как значительно более эффективные, однако остаются редкостью.

Во-вторых, семья сохраняет статус первичного агента финансовой социализации, формируя базовый финансовый габитус через ежедневные практики, моделирование поведения и степень открытости в обсуждении денежных вопросов. При этом качество этого воздействия тесно связано с социально-экономическим положением семьи, что воспроизводит неравенство финансовой грамотности.

В-третьих, в условиях институционального дефицита молодежь прибегает к компенсаторным стратегиям самообразования с использованием цифровых ресурсов. Эти стратегии частично восполняют пробелы, но не устраняют структурных причин неравенства.

Практические рекомендации по результатам исследования включают: внедрение обязательных практикоориентированных курсов по личным финансам на всех уровнях образования; использование nudge-механизмов при проектировании образовательной среды вуза; поддержку просветительских программ для родителей, направленных на повышение финансовой открытости в семье; разработку государственных стандартов качества для ресурсов финансового самообразования.

Дальнейшие исследования в данной области могут быть направлены на количественную верификацию выявленных закономерностей, сравнительный анализ эффективности различных форматов финансового образования, а также на изучение роли цифровых финансовых сервисов как нового агента социализации.

Литература

Архипова и др. 2023 – *Архипова О.В., Коновалова Н.А., Мишанова Т.В. и др.* Концепции финансовой грамотности в современном мире // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2023. Т. 9. № 3 (35). С. 54–70.

Бурдые 2001 – *Бурдые П.* Практический смысл / Пер. с фр. А.Т. Бикбов и др. СПб.: Алетей, 2001. 246 с.

Саймон 1993 – *Саймон Г.* Рациональность как процесс и продукт мышления // Thesis. 1993. № 3. С. 16–38.

Сячина и др. 2025 – *Сячина Е.И., Тимакин Н.С., Тошпулотов А.А.* Формирование финансовой грамотности в современном образовательном процессе: теоретические основы и педагогические подходы // Концепт. 2025. № 12. С. 280–302.

Талер, Санстейн 2017 – *Талер Р., Санстейн К.* Nudge. Архитектура выбора. М.: Манн, Иванов и Фербер. 2017. 266 с.

Читательский интерес в цифровую эпоху

Григорий Л. Перский

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Жан Т. Тощенко

д-р филос. наук, проф.

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается феномен читательского интереса, претерпевающего количественные и качественные изменения в эпоху цифровых технологий. Предпринята попытка объяснить, за счёт чего читательский интерес воспроизводится и растёт среди россиян.

Ключевые слова: читательский интерес, чтение, литература

Результаты исследований опровергают представление о нечитающем обществе и, в частности, нечитающей молодёжи. Актуальным представляется выявление факторов, за счёт которых практика чтения не только сохраняется, но, согласно исследованиям, даже растёт в популярности в российском обществе.

Прежде чем перейти к данным исследований, стоит уточнить, о каком чтении идёт речь. Рассматривается чтение или прослушивание в формате аудиокниг литературных, научных, научно-популярных, религиозных и иных «произведений», книг. То есть не всякое чтение (или прослушивание), включая чтение сообщений или новостных заголовков, а интерес к произведениям и его удовлетворение посредством их прочтения.

Читательский интерес понимается здесь как характеристика, отражающая разные стороны жизненного мира индивида. Читательский интерес двойственен, он может быть целью, средством, или и тем, и другим. Если брать модель жизненного мира социологии жизни Тощенко Ж.Т., то читательский интерес, во-первых, проявляется в сознании, отражая интерес к какой-то теме, например, истории, либо отражая любовь к самому процессу чтения, во-вторых, проявляется в поведении и деятельности практикой чтения, в-третьих, в среде проявляется в виде обсуждения литературы с другими людьми, выходящих в кино экранизаций, чтения по учёбе, в виде книжных магазинов, рекламы новых книг, книг на полках в кафе и т. д. [Тощенко 2016].

Представление о падении читательского интереса имеет основания и до недавнего времени было верным. Возможно, оно остаётся верным для ряда других стран, например, США. Нил Фергюссон, британский историк, анализируя крах практики чтения в американском обществе, говорит, что общество потребления уже привело к угрозе возвращения варварства⁴⁸. Позитивный пример западного общества – Испания, где в исследовании Федерации гильдий издателей Испании фиксируется 69,8% читающего населения старше 14 лет, причём число читающих растёт от года к году. Самая читающая

© Перский Г.Л., 2026

⁴⁸ Niall Ferguson: Without Books We Will Be Barbarians. Сайт The Free Press. URL: <https://www.thefp.com/p/niall-ferguson-without-books-we-will-be-barbarians> (дата обращения: 20.04.2026).

аудитория – испанская молодёжь от 14 до 24 лет. Основные причины отказа от чтения у испанцев: нехватка времени (42%), другие любимые виды занятий (32,6%), отсутствие интереса (20%), проблемы со здоровьем (7,7%). Но вернёмся к российскому обществу⁴⁹.

Раскрывает проблему И.А. Бутенко, исследовавшая перемены в практике чтения в 1990-х гг. [Бутенко 1997]. Она сравнивает тогдашнее положение дел с опытом советским, западным и показывает, что с приходом рынка у россиян оказалось меньше сил и ресурсов, они, пусть и позже жителей западных обществ, тоже стали меньше выбирать досуг вне дома, выбирали домашнюю психофизиологическую разгрузку, и заняло их внимание телевидение.

Бутенко приводит цифры исследования 1991 года, согласно которому вообще не удавалось читать лишь 21% россиян. В исследовании Левада-центра⁵⁰ 2008 г. уже 51% мужчин и 42% женщин ответили, что не читают никогда или очень редко, 33% респондентов сказали, что читают меньше, чем 10-15 лет назад; 20%, что практически перестали читать; 20%, что не читали и не читают [Дубин, Зоркая 2008]. Ещё ниже был результат опроса ВЦИОМ 2011 года, где читающих оказалось 44%⁵¹.

Далее показатели меняются. ВЦИОМ повторял опросы, процент стал расти и к 2025 году читали уже 57%. НАФИ в январе 2026 года спросил у россиян, сколько они читали в 2025 году: 63%⁵².

Показательны и данные рынка книжной отрасли. Продажи последние 5 лет колеблются в районе отметки 380 миллионов экземпляров, а, например, у Эксмо продажи в цифровом сегменте выросли с 153 млн в 2023 году до 222 млн экземпляров в 2024⁵³. По оценке генерального директора Литрес, в 2025 году этот рынок вырос ещё на 25%⁵⁴. Этим не исчерпывается перечень исследований и отчётов рынка, иллюстрирующих воспроизведение и рост читательского интереса россиян, но перейдём к попытке объяснения этой тенденции.

Во-первых, несмотря на все кризисы, социальные потрясения, инфляцию и иные вызовы, по сравнению с периодом 1990-х, о котором пишет Бутенко, россияне тридцать лет спустя живут стабильнее, произошла некая адаптация, сформировались новые бесплатные или более дешёвые цифровые каналы получения литературы.

Во-вторых, за 30 лет в жизнь российского общества проникли индивидуалистические ценности, связанные с материалистическими установками, потреблением, успехом, трудом, карьерой и т. д. Анализируя смыслы и идеи труда, Ж.Т. Тощенко приходит к выводу, что труд всё более отчуждается, превращаясь из

⁴⁹ HÁBITOS DE LECTURA Y COMPRA DE LIBROS EN ESPAÑA 2025. Federación de Gremios de Editores de España. URL: https://federacioneditores.org/wp-content/uploads/2026/01/260122PRS-FGEE-Habitos-lectura-2025-Avance.pdf?utm_source=LinkedIn&utm_medium=organic-social-media&utm_campaign=Novedad (дата обращения: 19.04.2026).

⁵⁰ Левада-центр признан в РФ иностранным агентом.

⁵¹ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Самая читающая страна» (исследование 17 апреля 2023 г.). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/samaja-chitajushchaja-strana-monitoring> (дата обращения: 19.04.2026).

⁵² Аналитический центр НАФИ. (исследование 13 января 2026 года). URL: <https://nafi.ru/quizzes/765/?quiz=0> (дата обращения: 19.04.2026).

⁵³ Книжный рынок России. URL: <https://www.tadviser.ru/a/454581> (дата обращения: 19.04.2026).

⁵⁴ Итоги книжного рынка — 2025: что издавали и что читали в России. Топовыми авторами по тиражу оказались Анна Джейн и Федор Достоевский. Сайт информационного агентства РБК. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/698e49269a79471409a57f28> (дата обращения: 19.04.2026).

смыслообразующей сущности в средство удовлетворения потребностей, что в целом становится ведущим мотивом поведения людей [Тощенко 2025]. Согласно опросу ВЦИОМ 2023 года, 86% россиян считали, что для успеха нужно «упорно трудиться и постоянно учиться», в то время как лишь 14% сказали, что важнее талант⁵⁵. Другую сторону в корне изменившихся ценностей отражает ещё один опрос 2025 г., в рамках которого 52% респондентов сказали, что родители не должны поддерживать взрослых детей материально, что человек сам ответственен за успех или неудачу в своей жизни⁵⁶.

Эти ориентиры отражаются и в опросах о мотивах, целях, преследуемых при чтении. В 2022 г. ВЦИОМ спросил, для чего россияне читают, на что две трети респондентов ответили, что читают для саморазвития, чтобы узнать новое; 54% для удовольствия и развлечения, а «по работе или учёбе» читали только 25%⁵⁷.

При этом труд этот изнуряет, о чём, к примеру, говорят данные из опроса ВЦИОМ об усталости 2025 г.⁵⁸. Среди выводов отмечается, что «источник напряжения все чаще кроется не в физических нагрузках, а в психологически тяжелых ситуациях и нервах на работе», что стало объяснением усталости у 34% респондентов. Это изнурение в свою очередь требует контрастной разгрузки, для которой общение с близкими выбрали лишь 22% респондентов, тогда как 34% опрошенных назвали уединённую психоэмоциональную перезагрузку своим методом (остальные ответы также не подразумевали контактов с близкими), и среди кино, телевизионного контента, игр и прочего, книги, пусть с незначительным отрывом – самый частый выбор.

Помимо изнуряющего труда есть также и психологическое напряжение, рост спроса на фантастическую литературу, фэнтези, антиутопии, литературу по психологии, религии, что отражает два ответа на новые катаклизмы: эскапизм или поиск духовной опоры.

И, наконец, в этой картине значительную роль играют новые цифровые технологии. Если Бутенко пишет о выборе телевизора, то сейчас вниманием завладели смартфоны. Работа включает в себя постоянное нахождение на связи; досуг и общение с близкими, пульс, погода и будильник – всё в смартфоне. Как о проблеме об этом говорят уже не только специалисты, но и сами потребители. Согласно ВЦИОМ, в 2023 г. 66% респондентов сказали, что в современном мире нужно отдыхать от интернета⁵⁹. В исследовании Superjob того же года 45% сказали о наличии интернет-зависимости, 39% о нужде в цифровом

⁵⁵ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Русская формула успеха» (исследование 16 мая 2023 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/russkaja-formula-uspekha> (дата обращения: 20.04.2026).

⁵⁶ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Личная ответственность против зависимости и инфантилизма» (исследование 22 мая 2025 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/lichnaja-otvetstvennost-protiv-zavisimosti-i-infantilizma> (дата обращения: 20.04.2026).

⁵⁷ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Книжная культура - 2022» (исследование 26 мая 2022 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/knizhnaja-kultura-2022> (дата обращения: 20.04.2026).

⁵⁸ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Усталость и как с ней бороться» (исследование 30 октября 2025 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ustalost-i-kak-s-nei-borotsja> (дата обращения: 20.04.2026).

⁵⁹ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него» (исследование 13 июня 2023 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovai-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego> (дата обращения: 20.04.2026).

детоксе⁶⁰. Согласно исследованиям Союза предприятий печатной индустрии, проведённым совместно с Rambler&Co⁶¹, а также исследованию «Читай-города» и «Литрес»⁶² – россияне обращаются к цифровому детоксу и, среди прочего, выбирают книгу для отдыха от экранов, потока информации.

Эта потребность в отдыхе от экрана и бессвязного, перегружающего информационного потока отражается в популярности бумажных носителей. Согласно НАФИ, в январе 2026 г. 63% респондентов заявили, что предпочли бы бумажную книгу, у ВЦИОМ чуть ранее в 2025 – 71%⁶³.

Складывается следующая картина: значительная часть россиян стремится к успеху, ради этого заняты изнуряющим трудом, от которого отдыхают чаще уединённо. В то же время психологически они перегружены информационным потоком, социальными катаклизмами, в связи с чем ищут отдых от информационного шума, духовную опору или формы эскапизма. И книга становится частым ответом на эти разнообразные вызовы.

В рамках учебно-исследовательского проекта был проведён опрос о каналах получения литературы, мотивах к чтению и о масштабе практики чтения российской молодёжи. 73,6% опрошенных составила группа 20–29 лет, 13,2% – группа до 20 лет, 13,2% – 30 лет и старше.

79,2% сказали, что покупают книги в книжных магазинах; 75,5% на маркетплейсах или в интернет-магазинах; находят в интернете бесплатно 66%; покупают цифровые версии 30,2%; 30% одалживают у друзей, знакомых, близких. Государственные библиотеки выбрали лишь 9,4%; университетские только 3,8%, и это при том, что большинство опрошенных имеют доступ к обоим видам. То есть даже учащаяся молодёжь, находящаяся в начале карьеры, имеющая доступ к бесплатной литературе, имеет возможность покупать интересующую литературу и пользуется ею.

На вопрос о регулярности чтения за первые месяцы 2026 г., 39,6% сказали, что в этом году читают изредка или по мере необходимости; 32,1%, что читают ежедневно; 28,3% – что читают 3–4 раза в неделю, что коррелирует с результатами опросов ВЦИОМ и НАФИ.

На вопрос о том, почему респонденты не читают или не читают чаще, 41,5% ответили, что нет времени; 35,8% сказали, что им удаётся читать столько, сколько хочется, считают нужным; 26,4% назвали причиной проблемы с концентрацией; остальные назвали отсутствие желания, интереса, предпочтение других видов досуга. Таким образом, в большинстве случаев не читают или читают меньше желанного из-за проблем со временем и вниманием, а не из-за отсутствия читательского интереса.

И, наконец, на вопрос о целях чтения, 77,4% опрошенных ответили, что читают для общего развития и расширения кругозора; 73,6% для удовольствия, так как любят читать; 34% для учёбы; 32,1% для работы; 1,9% назвали другое. Как и во всероссийских опросах,

⁶⁰ Исследовательский центр портала по поиску работы и сотрудников Superjob. URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/114184/kazhdij-vosmoj-rossiyanin-uverenno-prichislil-sebya-k-internet-zavisimym/> (дата обращения: 20.04.2026).

⁶¹ Зачем россияне снова покупают печатные издания. Сайт Союза предприятий печатной индустрии. URL: <https://gipp.ru/news/research-marketing/zachem-rossiyane-snova-pokupayut-pechatnye-izdaniya> (дата обращения: 20.04.2026).

⁶² Исследование Литрес и «Читай-города»: россияне назвали книжные триллеры лучшим лекарством от цифровой усталости. URL: <https://www.litres.ru/company/news/14288/> (дата обращения: 20.04.2026).

⁶³ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Книга в эпоху цифры» (исследование 17 ноября 2025 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kniga-v-ehpokhu-cifry> (дата обращения: 20.04.2026).

здесь доминируют мотивы общего развития и удовольствия; тогда как для конкретных учебных или рабочих целей читают лишь треть опрошенных, и это при том, что учащихся среди них большинство.

Исходя из полученных результатов, можно говорить о том, что даже молодёжь, часто воспринимаемая как сильно подверженная влиянию цифровых технологий и ценностным сдвигам, читает. В обзоре результатов исследования ноября 2025 г. ВЦИОМ также пишет, что «Данные в том числе опровергают миф о «нечитающей молодежи» ...»⁶⁴.

Классик исследования чтения Н.А. Рубакин писал, что уровень читающей публики в данный исторический момент характеризует степень общественного развития и степень общественной культуры [Рубакин 1987]. Бутенко пишет, что эта формула утратила актуальность или по крайней мере приобрела иное значение. Спустя ещё двадцать девять лет она кажется вполне актуальной. Читательский интерес трансформируется, реагируя на всевозможные вызовы и перемены в обществе. Его изучение позволяет лучше понять, что стимулирует к чтению сегодня, и полезно для будущих исследователей, которые столкнутся с новым, вновь изменившимся жизненным миром индивидов, в котором сегодняшние стимулы могут отпасть.

Литература

Бутенко 1997 – *Бутенко И.А.* Книга и чтение на исходе XX века. М.: Наука, 1997. 140 с.

Дубин, Зоркая 2008 – *Дубин Б.В., Зоркая Н.А.* Чтение в России – 2008. Тенденции и проблемы. М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. 80 с.

Рубакин 1987 – *Рубакин Н.А.* Этюды о читающей публике. СПб., 1987. 246 с.

Тощенко 2016 – *Тощенко Ж.Т.* Социология жизни: монография. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 399 с.

Тощенко 2025 – *Тощенко Ж.Т.* Трансформация идей и смысла труда: от культа труда к культу потребления (опыт историко-социологического анализа). Часть II // Уровень жизни населения регионов России. 2025. Т. 21. № 3. С. 371–383.

⁶⁴ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). «Книга в эпоху цифры» (исследование 17 ноября 2025 года). URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/kniga-v-ehpokhu-cifry> (дата обращения: 20.04.2026).

Идеальное «партнёрство» в контексте семейных отношений: взгляд российской молодёжи

Лиана Г. Чилая

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина Ю. Милованова

канд. ист. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье анализируются представления российской молодёжи об идеальном партнёрстве в контексте семейных отношений. Рассматриваются актуальные демографические тенденции: рост числа разводов, трансформация брачных мотивов, усиление партнёрской модели семьи. Использован метод анкетного опроса (n=282, 18–35 лет, февраль–март 2026 г.). Исследование позволило выявить структуру образа идеального партнёра, включающую ролевые, эмоциональные и ценностные характеристики, а также сравнить ожидания мужчин и женщин. Обнаружены значимые гендерные различия, прежде всего в оценке экономической роли и личностных качеств партнёра. Показано, что несогласованность ожиданий выступает фактором напряжения в отношениях.

Ключевые слова: социальные представления, гендер, ролевые ожидания, супружество, молодая семья, семейные отношения, партнёрство, брачные установки, трансформация института семьи, гендерная социализация

Вопрос о том, каким должен быть идеальный партнёр в семейных отношениях, приобрёл в последние годы особую актуальность в свете масштабных демографических и социокультурных изменений, происходящих в российском обществе. По данным ВЦИОМ, в 2024 г. на каждые 10 новых бракосочетаний в России приходилось около 8 разводов – соотношение, достигшее максимального значения за всю историю наблюдений; страна заняла третье место в мире по числу расторгаемых браков⁶⁶. За январь–август 2024 г. было зарегистрировано свыше 400 тысяч разводов, тогда как число браков сокращалось на 3,1% по сравнению с аналогичным периодом предшествующего года. Одновременно социологи фиксируют качественную трансформацию брачных мотивов: по данным опроса ВЦИОМ (2025), мотив продолжения рода при вступлении в брак упал с 39% в 2005 г. до 25% в 2025 г., тогда как брак всё чаще воспринимается как символический и личностно значимый выбор. Всё это свидетельствует о том, что институт семьи находится в состоянии структурной перестройки, а ожидания, предъявляемые к партнёру, становятся сложнее и противоречивее.

Идеальное партнёрство представляет собой совокупность социальных ожиданий и ролевых установок, через которые молодые люди создают модель будущих семейных отношений. Образ идеального партнёра задаёт критерии выбора супруга, определяет желаемое распределение обязанностей и формирует представления о допустимых границах взаимодействия в молодой семье. В условиях трансформации гендерных ролей данный

⁶⁶ Казахстан — на втором месте в мире по разводам // Forbes Kazakhstan. 27.03.2024. URL: https://forbes.kz/articles/kazakhstan_-_na_vtorom_meste_v_mire_po_razvodam (дата обращения: 28.06.2026).

образ становится более сложным и многосоставным: он сочетает установки на равноправие с сохранением отдельных элементов традиционной модели.

В социологической теории семья рассматривается как система социальных ролей. В рамках структурного функционализма Толкотта Парсонса устойчивость брака связывается с взаимодополняемостью функций супругов, тогда как в концепции трансформации интимности Энтони Гидденса акцент переносится на рефлексивный выбор партнёра и эмоциональную удовлетворённость [Parsons 1955; Giddens 1992]. В отечественных исследованиях активно изучаются проблемы выбора брачного партнёра, распределения ролей и формирования идеальных образов супругов [Фрокол, Ондар 2019]. Отмечается усложнение требований к будущему супругу, сочетание рациональных и эмоциональных мотивов выбора, а также наличие гендерных различий в представлениях о семейной жизни [Рассади́на, Репина 2019; Юнель 2023].

Вместе с тем сущность «идеального партнёрства» в его современном понимании и степень совпадения представлений мужчин и женщин об идеальном партнёре остается недостаточно изученной. Между тем именно согласованность или расхождение ролевых ожиданий может выступать значимым фактором неустойчивости супружеских отношений. В этой связи ключевой вопрос исследования таков: что представляет собой «идеальное партнёрство» и каков образ идеального партнёра в оценках российской молодёжи?

Актуальность и современный контекст. Изучение представлений о партнёрстве в контексте семейных отношений особенно актуально в период, когда российское общество переживает комплексную трансформацию института семьи. 2024 год был официально объявлен в России Годом семьи «в целях популяризации государственной политики в сфере защиты семьи, сохранения традиционных семейных ценностей». Тем не менее по данным ВЦИОМ, каждый второй россиянин (50%) не заметил изменений в связи с его проведением, а соотношение разводов и браков продолжало ухудшаться.

На фоне снижения рождаемости, роста числа разводов и изменения брачных мотивов государство запустило национальный проект «Семья», направленный на укрепление института семьи и повышение рождаемости. Вместе с тем социологические данные указывают на более глубокие ценностные сдвиги: по данным ВЦИОМ (2025), брак становится всё более символическим явлением, а его репродуктивная функция ослабевает. Среди молодёжи до 25 лет вступление в брак «потому что так принято» занимает второе место по частоте упоминания, опережая даже мотив продолжения рода.

В этом контексте исследования о том, чего именно молодые люди ждут от партнёра – какие роли, качества и ценностные ориентиры ложатся в основу представлений об идеальном партнёрстве, приобретают прямое прикладное значение. Понимание структуры ролевых ожиданий позволяет выявить потенциальные зоны конфликтов и несогласованности, которые влияют на устойчивость брака. Согласно исследованиям, несовпадение ожиданий в ключевых сферах прежде всего в экономической и бытовой является одной из ведущих причин супружеских разногласий [Рассади́на, Репина 2019; Мельников и др. 2025].

Не менее важен и процесс трансформации гендерных ролей в современной российской семье: женщины всё активнее занимают позиции в профессиональной сфере, что меняет динамику распределения обязанностей, тогда как традиционные нормативные ожидания сохраняют устойчивость [Lezhnina 2021]. Подобное противоречие между декларируемым равноправием и латентно сохраняющимися традиционными установками

создаёт пространство для ролевых конфликтов именно в молодых семьях, находящихся на стадии выработки собственной модели взаимодействия.

Структура представлений об идеальном партнёрстве формируется под влиянием гендерных норм и процессов социализации. В работах Елены Здравомысловой и Анны Темкиной гендер рассматривается как социальный конструкт, воспроизводимый в повседневных практиках и закрепляющийся в виде устойчивых норм и сценариев поведения [Здравомыслова, Темкина 1998]. Несмотря на декларируемое равноправие, гендерные различия продолжают структурировать ожидания индивидов, определяя, какие характеристики воспринимаются как желательные в рамках семейных отношений.

Именно на ранних этапах социализации закладываются базовые установки, определяющие восприятие партнёрства, распределение обязанностей и критерии выбора супруга [Клецина 1998]. Эти установки формируются под влиянием семьи, образовательной среды, медиа и социального окружения, что приводит к закреплению определённых моделей взаимодействия, воспроизводимых в дальнейшем в личной жизни. Существенное влияние оказывают также процессы трансформации института семьи: ослабление жёстко закреплённых ролевых структур и рост вариативности семейных форм снижают нормативность единой модели семьи, усиливают значение индивидуального выбора, а сами отношения всё чаще строятся на основе личных предпочтений и договорённостей [Голод 2008]. В отличие от традиционных моделей семьи, где роли супругов были жёстко дифференцированы и институционально закреплены, современное понимание партнёрства предполагает более гибкую структуру, в рамках которой один и тот же индивид одновременно выступает в нескольких ролевых позициях. Тем самым образ идеального партнёра формируется как интеграция различных функций, обеспечивающих устойчивость, согласованность и полноту семейного взаимодействия. Подобная «полифункциональность» идеального партнёра является отличительной чертой современных ожиданий молодёжи по сравнению с более традиционными образцами предыдущих поколений [Рассади́на, Репина 2019; Родионов, Озерина 2020].

Методология исследования. Эмпирическую основу составило количественное исследование «Социальные представления российской молодёжи об идеальном партнёре в контексте семейных отношений», проведённое в феврале–марте 2026 года. В качестве основного метода сбора данных использовался анкетный опрос, который проходил в Яндекс Формax. В исследовании приняли участие 282 респондента в возрасте от 18 до 35 лет; отбор осуществлялся методом снежного кома. Выборка носила целевой, нерепрезентативный характер.

Методологическая логика исследования была направлена на рассмотрение образа «идеального партнёрства» через анализ ролевых ожиданий, ценностных установок и значимых характеристик партнёра. Понятие партнёрства рассматривается как организованное устойчивое объединение социальных субъектов, предназначенное для реализации общей цели, определённой путём согласования интересов и предполагающей достижение заинтересованности и стабильности в отношениях [Ситникова 2011]. В рамках семейно-брачных отношений партнёрство представляет собой сложную систему социальных представлений, включающую совокупность ролевых ожиданий и ценностных установок.

В инструментарии исследования был предусмотрен анализ нескольких блоков показателей: ролевые характеристики (распределение бытовых обязанностей, участие в

воспитании детей, роль в принятии решений); эмоционально-коммуникативные характеристики (поддержка, совместный досуг, согласование значимых решений); социально-экономические ожидания (вклад в материальное обеспечение); личностные качества партнёра (ответственность, надёжность, эмпатия и т.д.); ценностные основания отношений (верность, уважение, партнёрство); сексуальная совместимость. Дополнительно фиксировались семейный статус и удовлетворённость отношениями респондентов, а также факторы, влияющие на формирование представлений (семейный опыт, медиа, социальное окружение).

Результаты исследования. Полученные данные в целом подтверждают представление об идеальном партнёрстве в семье как о сложной и многосоставной модели. В то же время её содержание различается у мужчин и женщин, что помогает лучше понять, как формируются ожидания и почему они могут не совпадать. Прежде всего необходимо отметить сходство в базовых представлениях: как у мужчин, так и у женщин доминирует образ партнёра как эмоционально включённого участника отношений. Эмоциональный партнёр является одной из наиболее значимых ролей (63,8% у мужчин и 65,2% у женщин), что согласуется с концепцией Гидденса, согласно которой современные отношения строятся на принципах рефлексивного выбора и эмоциональной удовлетворённости [Giddens 1992]. Высокие позиции занимают также роли супруга (60,3% и 70,2%) и родителя будущих детей (52,5% и 64,5%), что свидетельствует о сохранении семейной ориентации как значимой жизненной стратегии (Рис.1).

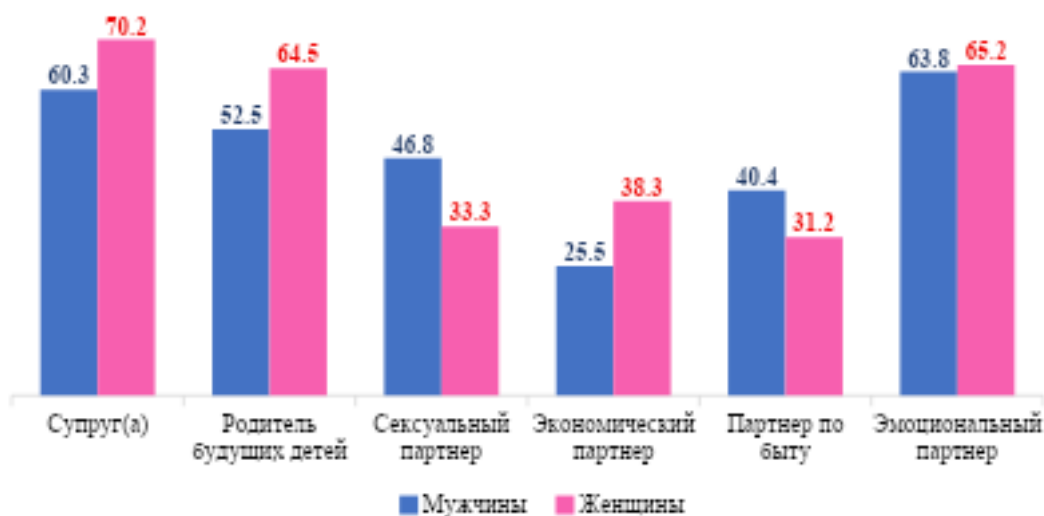


Рис. 1. Роли идеального партнёра (по результатам авторского исследования)

Вместе с тем при анализе менее очевидных ролей начинают проявляться гендерные различия. Мужчины заметно чаще включают в образ идеального партнёра сексуальную составляющую (46,8% у мужчин и 33,3% у женщин) и несколько чаще акцентируют бытовое партнёрство (40,4% и 31,2%). Женщины же чаще рассматривают партнёра в экономическом измерении (38,3% и 25,5%). Для мужчин важнее функциональность взаимодействия в повседневной и интимной сферах, тогда как для женщин более значимой оказывается роль партнёра как источника материальной стабильности [Елисеева 2020; Ледовская 2021].

Наиболее выраженные гендерные различия проявляются в оценке значимости финансового обеспечения: среди мужчин почти половина (48,9%) считает обеспечение основной части дохода «не важным», тогда как среди женщин подавляющее большинство (79,4%) оценивает важность этого аспекта (Табл. 1). Это расхождение отражает сохраняющееся влияние традиционной модели «мужчина-добытчик», несмотря на декларируемую ориентацию на равноправие. Фактически, в представлениях женщин экономическая функция партнёра остаётся значимой, тогда как мужчины в большей степени склонны от неё дистанцироваться, что свидетельствует о трансформации мужской ролевой идентичности.

Таблица 1

Важность различных аспектов идеального партнёра (доля ответов, %)

Аспект партнёрства	Мужчины		Женщины	
	Не важно	Важно	Не важно	Важно
Обеспечивает основную часть семейного дохода	48,9	16,3	5	79,4
Участвует в бытовых обязанностях	7,8	62,4	9,9	53,9
Участвует в воспитании будущих детей	3,5	83	0	96,5
Регулярно проявляет эмоциональную поддержку	3,5	83	0,7	95
Делит с вами совместный досуг	2,1	83	0,7	85,8
Сексуальная совместимость	2,1	85,8	3,5	89,4
Равная роль в планировании будущего	—	87,2	—	84,4

При высокой значимости равноправия в планировании будущего (87,2% мужчин и 84,4% женщин) сохраняется интересный перекосяк: среди женщин заметно выше доля тех, кто допускает ведущую роль партнёра (14,9% против 2,1% у мужчин), что может указывать на наличие латентных ожиданий лидерства со стороны мужчины. Распределение бытовых обязанностей в обеих группах преимущественно воспринимается как равное (78,0% и 80,9%), что отражает принятие партнёрской модели на уровне повседневных практик.

Анализ личностных качеств демонстрирует закономерность: женщины в целом предъявляют более высокие требования практически по всем параметрам. Надёжность и ответственность оцениваются как важные почти абсолютным большинством женщин (99,3%), тогда как у мужчин аналогичные показатели ниже (93,6% и 85,8% соответственно). Такая же тенденция наблюдается в отношении заботы, эмпатии и эмоциональной стабильности. Это свидетельствует о более высокой «нагруженности» образа идеального партнёра в женских представлениях, где он должен одновременно соответствовать множеству критериев.

Заключение. Проведённое исследование позволило раскрыть содержание представлений об идеальном партнёрстве в оценках российской молодёжи. Идеальное партнёрство носит многослойный характер и включает в себя совокупность ролевых, эмоциональных, ценностных и социально-экономических ожиданий. Образ идеального партнёра формируется как интеграция различных функций, что отражает усложнение требований к участникам семейных отношений в современных условиях.

Вместе с тем при наличии общих ценностей, ориентированных на эмоциональную близость, совместность и участие, представления мужчин и женщин не являются полностью согласованными. Наиболее существенные расхождения касаются экономической роли партнёра и степени ответственности за материальное обеспечение, а также уровня требований к личностным характеристикам. Данные различия указывают на сохранение элементов традиционных гендерных установок при одновременном распространении партнёрской модели взаимодействия.

Мужчины видят идеальную партнёршу прежде всего как эмоционального и супружеского спутника, будущую мать, но не добытчицу. Ценят надёжность, доброту, заботу, при этом не требуют от неё инициативности и финансового вклада.

Женщины ожидают от мужчины «универсальности»: сочетания эмоциональной близости, высокой ответственности, надёжности и экономической стабильности. Финансовая обеспеченность для них критически важна, а требования к личностным качествам значительно выше, чем у мужчин.

Таким образом, идеальное партнёрство в оценках современной молодёжи представляет собой противоречивую конструкцию, в которой сочетаются установки на равноправие и элементы традиционного распределения ролей. Выявленное несовпадение ролевых ожиданий мужчин и женщин может рассматриваться как возможный фактор напряжения в отношениях и оказывать влияние на устойчивость супружеских союзов. Результаты исследования подчёркивают необходимость дальнейшего изучения механизмов согласования ожиданий в молодых парах и разработки программ психологического и социального сопровождения молодой семьи.

Литература

Голод 2008 – *Голод С.И.* Социолого-демографический анализ состояния и эволюции семьи // Социс. 2008. № 1. С. 40–49.

Елисеева 2020 – *Елисеева Е.С.* Ориентации молодёжи при выборе брачного партнёра // Форум молодёжной науки. 2020. № 3. С. 14–19.

Здравомыслова, Темкина 1998 – *Здравомыслова Е.А., Темкина А.А.* Социальное конструирование гендера. // Социологический журнал. 1998. № 3/4. С. 111–122.

Клецина 1998 – *Клецина И.С.* Гендерная социализация. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена. 1998. С. 27–33.

Ледовская 2021 – *Ледовская Т.В.* Факторы выбора брачного партнёра на разных возрастных этапах // Вестник ВятГУ. 2021. №3. С. 131–138.

Мельников и др. 2025 – *Мельников С.Л., Подъячева О.С., Старченко М.А., Сычева Е.Ю.* Социологические аспекты изучения социальных предпочтений молодёжи при выборе спутника жизни // Экономика. Социология. Право. 2025. №2 (38). С. 93–105.

Рассади́на, Репина 2019 – *Рассади́на Т.Ф., Репина Е.И.* Современные тенденции конструирования семейно-брачных отношений: взгляд молодёжи // Социально-гуманитарные знания. 2019. №5. С. 109–115.

Родионов, Озерина 2020 – *Родионов Г.А., Озерина А.А.* Образ идеального партнёра в представлениях молодёжи // Artium Magister. 2020. №20. С. 11–15.

Ситникова 2011 – *Ситникова В.В.* Социальное партнёрство: Учебное пособие // – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2011. 128 с.

Фрокол, Ондар 2019 – *Фрокол А.С., Ондар А.Д.* Образ идеального партнёра у супругов // Вестник Тувинского государственного университета. Педагогические науки. 2019. №4 (43). С. 49–56.

Юнель 2023 – *Юнель С.А.* Идеальный образ будущей семьи у юношей и девушек студенческого возраста // Мир науки. Педагогика и психология. 2023. №6. С. 12–24.

Giddens 1992 – *Giddens A.* The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. Stanford, CA: Stanford University Press, 1992. 212 p.

Lezhnina 2021 – *Lezhnina Y.P.* Towards a Society of Modern and Successful Families // Life Expectations of the People. Research Series on the Chinese Dream and China's Development Path. / Eds. by P. Li, M.K. Gorshkov. Singapore: Springer. 2021. P. 99–116.

Parsons 1955 – *Parsons T., & Bales R.F.* Family, Socialization and Interaction Process. Glencoe, IL: Free Press, 1955. 422 p.

Темпоральность как объект в социологии: рассеянная дискуссия и её пределы

Сергей С. Шастин

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анна В. Кученкова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена анализу того, как темпоральность изучается в современной социологии. Несмотря на широкое присутствие временной проблематики в различных субдисциплинах, единой социологии темпоральности не сложилось: тема живёт рассредоточено: в исторической социологии, исследованиях памяти, футурологии, теории действия. Рассматриваются ключевые концептуальные вклады. Автор приходит к выводу о том, что в теме темпоральности отсутствует единый понятийный аппарат.

Ключевые слова: темпоральность, социология времени, процессуальная социология, координация будущего, историческая социология, исследования памяти, теория действия

Мало что кажется более фундаментальным для социальной жизни, чем время. Биографии разворачиваются во времени, институты имеют историю, взаимодействия требуют синхронизации, а ожидания будущего определяют поступки в настоящем. Казалось бы, время должно занимать центральное место в социологическом анализе. Между тем положение дел иное: темпоральность присутствует в социологии повсеместно, но нигде не является главным предметом. Она обнаруживается в исторической социологии, исследованиях памяти, теории действия, футурологии – однако именно это рассеянное присутствие и свидетельствует об отсутствии единой дискуссии.

Классическая социология обращалась ко времени преимущественно через понятие изменения. Маркс выстраивал теорию исторической трансформации – смены способов производства, неизбежного движения к революции. Дюркгейм указывал на время как на коллективное представление: календарь, ритмы религиозной жизни, цикличность праздников – суть форм, через которые общество организует совместное существование во времени [Дюркгейм 1998, с. 808]. Вебер анализировал рационализацию как процесс, разворачивающийся в историческом времени, и подчёркивал роль протестантской этики в формировании специфического отношения к будущему – как к горизонту, который можно планировать и контролировать.

Всё это были важные интуиции, однако время здесь оставалось фоном, внутри которого происходят социально значимые события, а не самостоятельным объектом изучения. Классики спрашивали: что происходит в истории? – но редко задавались вопросом: что такое историческое время само по себе и как оно устроено в социальном взаимодействии?

Наиболее систематически с темпоральностью работает историческая социология, однако именно здесь она чаще всего остаётся имплицитной. Программная статья Сьюэлла «Three Temporalities» [Sewell 1996a] стала исключением: в ней автор прямо сопоставляет три модели времени, лежащие в основании исторических объяснений. Экспериментальная темпоральность предполагает неизменность каузальных законов; телеологическая –

предопределённость направления изменений; событийная – случайность и открытость каждого момента, в котором решения акторов реально меняют структуры.

Сьюэлл аргументирует в пользу событийной темпоральности, показывая, что именно конкретные исторические события, а не структурные законы и не телеологические тенденции создают разрывы и трансформации. Штурм Бастилии не был предопределён; он стал событием именно потому, что акторы в конкретный момент создали из него нечто значимое [Sewell 1996b].

Хиршман предложил дополнить эту типологию четвёртым типом – транзитивной темпоральностью [Hirschman 2021]. Опираясь на Поланьи [Polanyi 1944], он показывает: направление изменений может быть в каком-то смысле задано, но скорость перехода – нет. Именно скорость становится предметом политической борьбы и имеет самостоятельные социальные последствия. Медленное огораживание позволило английскому обществу адаптироваться; стремительная отмена законов о бедных обернулась катастрофой. Таким образом, темпоральность здесь выступает уже не просто контекстом, но переменной, объясняющей различие исходов.

Тем не менее в исторической социологии темпоральность остаётся преимущественно инструментом, а не объектом. Исследователи используют те или иные модели времени, но редко делают их предметом рефлексии. Работа Эбботта «Time Matters» [Abbott 2001, p. 296] – одно из немногих исключений, где сама структура социологического времени становится центральной темой.

Memory Studies представляют собой ещё одну зону, где темпоральность активно задействована, но не концептуализирована в собственных терминах. Хальбвакс, заложивший основы направления, показал, что память всегда коллективна: прошлое реконструируется из настоящего в соответствии с актуальными социальными рамками [Хальбвакс 2007, с. 7–50]. Это важное наблюдение, однако оно переворачивает темпоральность: прошлое здесь – функция настоящего, а не самостоятельная темпоральная зона.

Нора с концепцией «мест памяти» показал, как сообщества конструируют точки, в которых прошлое удерживается как живое [Нора 1999]. Олик, работающий в традиции Хальбвакса, описывает «политику сожаления»: то, как коллективная память об исторических травмах структурирует современные политические идентичности [Olick 2007, p. 201]. Во всех этих подходах время присутствует, но движение аналитической мысли направлено от прошлого к настоящему, от памяти к идентичности – а не к пониманию того, как устроено само социальное время.

Наиболее продуктивной зоной для концептуализации темпоральности оказалась теория действия – прежде всего в той её версии, которая работает с вопросом о том, как акторы ориентируются во времени в ходе взаимодействия.

Программная статья Эмирбайера и Мише [Emirbayer, Mische 1998] предложила трёхчастную концепцию агентности: акторы одновременно укоренены в прошлом (итерационное измерение), проективны в будущем (проективное измерение) и практически ориентированы на настоящее (практически-оценочное измерение). Это был важный шаг – темпоральность стала внутренним измерением самого действия, а не его внешним «контейнером». Однако концепция оставалась схематичной и не отвечала на вопрос о том, как именно эти три измерения взаимодействуют в конкретном взаимодействии.

Ответ на этот вопрос попытались дать Тавори и Элиасоф в статье «Coordinating Futures» [Tavory, Eliasoph 2013]. Они предложили различать три модуса координации будущего в интеракции: протенцию – телесное, неосознаваемое чувство ближайшего следующего момента; траекторию – более протяжённые нарративные или проектные рамки, в которые акторы вписывают своё действие; и темпоральный ландшафт – глубоко натурализованные временные горизонты, которые воспринимаются как естественный фон (календарное время, жизненный цикл, национальное историческое время).

Ключевой аргумент статьи состоит в том, что эти три модуса автономны и могут рассогласовываться. Этнометодология редуцирует всё к протенции; Бурдьё и Шюц предполагают «сообщничество» всех трёх модусов, их согласованность. Тавори и Элиасоф показывают: в реальном взаимодействии модусы регулярно рассогласованы, и именно это рассогласование является механизмом воспроизводства неравенства, провалов организаций и политических абдиаций [Tavory, Eliasoph 2013].

Не менее важен вклад Эбботта, однако иного рода. В статье «Against Narrative» [Abbott 2007] он противопоставляет нарративный и лирический режимы социологического письма, и тем самым проводит принципиальное различие между двумя концепциями времени. Нарратив работает с упорядоченным временем: события выстраиваются в цепочку причин и следствий, настоящее теряет свою открытость, становясь звеном между известным прошлым и предреши́нным будущим. Лирика работает с напряжённым временем – она удерживает момент как момент, не растворяя его в истории. Это не просто эстетический выбор; за ним стоит онтологическое утверждение: настоящее принципиально открыто, и любая нарративизация эту открытость закрывает [Abbott 2007].

В более широком контексте процессуальной социологии [Abbott 2016, p. 296] Эбботт настаивает на том, что социология слишком увлечена субстанциями – вещами, сущностями, переменными – и упускает процессы, связи, потоки. Время здесь не рамка для субстанций, а первичная реальность, внутри которой субстанции временно кристаллизуются.

Мише в своих работах о политическом воображении [Mische 2009] показывает, как акторы конструируют проективные горизонты: они не просто планируют будущее, а создают его как поле возможного, внутри которого их действия приобретают смысл. Это позволяет понять, как мобилизация происходит во времени: не через расчёт вероятностей, а через конкуренцию за то, какое будущее будет считаться реальным.

Несмотря на богатство перечисленных подходов, системная лакуна остаётся. Большинство работ используют темпоральность как описательную рамку чтобы показать, что действие разворачивается во времени – но не как объяснительный механизм, то есть не отвечают на вопрос: как именно темпоральная структура ситуации определяет, какое действие в ней становится возможным или вынужденным?

Итог обзора не оптимистичен в смысле систематичности, но продуктивен в смысле ориентации. Темпоральность широко присутствует в социологии – в исторической социологии, исследованиях памяти, теории действия, процессуальной социологии – однако единой дискуссии о времени как самостоятельном социальном феномене не сложилось. Она живёт по углам: каждая субдисциплина работает со своим фрагментом, не соотнося его с тем, что делают «соседи».

Это положение дел не случайно. Время неудобно как объект: оно не наблюдаемо непосредственно, оно конститутивно для любого другого социального явления и потому легко растворяется в нём, оно по-разному устроено на разных уровнях – от телесной

протенции до цивилизационного темпорального ландшафта. Тем не менее именно эта неудобность делает его стратегически важным объектом.

Если социология хочет объяснять действие – а не только описывать его контекст – ей нужна теория темпоральности, которая работает не как рамка, а как механизм. Это означает: объяснять, почему в одних темпоральных конфигурациях возможны одни действия, а в других – другие; как накапливается и разряжается напряжение между тем, что ситуация требует, и тем, что акторы могут; как биографические дедлайны и институциональные окна структурируют пространство возможного. Первые шаги в этом направлении сделаны, но единая дискуссия не была проведена.

Литература

Дюркгейм 1998 – Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. М.: Элементарные формы, 1998. 808 с.

Нора 1999 – Нора П. Между памятью и историей. Проблематика мест памяти // Франция – память. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1999. С. 17–50.

Хальбвакс 2007 – Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007. 348 с.

Abbott 2007 – Abbott A. Against Narrative: A Preface to Lyrical Sociology // Sociological Theory. 2007. Vol. 25. № 1. P. 67–99.

Abbott 2016 – Abbott A. Processual Sociology. Chicago: University of Chicago Press, 2016. 296 p.

Abbott 2001 – Abbott A. Time Matters: On Theory and Method. Chicago: University of Chicago Press, 2001. 296 p.

Emirbayer, Mische 1998 – Emirbayer M., Mische A. What Is Agency? // American Journal of Sociology. 1998. Vol. 103. № 4. P. 962–1023.

Hirschman 2021 – Hirschman D. Transitional Temporality // Sociological Theory. Forthcoming, 2021. Vol. 39. № 1. P. 48–58.

Mische 2009 – Mische A. Projects and Possibilities: Researching Futures in Action // Sociological Forum. 2009. Vol. 24. № 3. P. 694–704.

Olick 2007 – Olick J. The Politics of Regret: On Collective Memory and Historical Responsibility. New York: Routledge, 2007. 201 p.

Polanyi 1944 – Polanyi K. The Great Transformation. New York: Farrar & Rinehart, 1944. 305 p.

Sewell 1996a – Sewell W. Three Temporalities: Toward an Eventful Sociology // The Historic Turn in the Human Sciences. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996. P. 245–280.

Sewell 1996b – Sewell W. Historical Events as Transformations of Structures: Inventing Revolution at the Bastille // Theory and Society. 1996. Vol. 25. № 6. P. 841–881.

Tavory, Eliasoph 2013 – Tavory I., Eliasoph N. Coordinating Futures: Toward a Theory of Anticipation // American Journal of Sociology. 2013. Vol. 118. № 4. P. 908–942.

Удовлетворенность трудом и условиями занятости диспетчерского персонала в авиационной отрасли в условиях повышенных профессиональных рисков

Мария В. Русанова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анна В. Кученкова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье представлены ключевые аспекты удовлетворённости условиями труда и занятости авиадиспетчеров, сформулированные на основании результатов интервью с представителями этой профессии. Работа авиадиспетчера сопровождается профессиональными рисками, что включает стресс, перенапряжение, а также профессиональные заболевания, которые не могут не отражаться на общей удовлетворённости трудом. Для авиадиспетчеров основными зонами позитивных оценок являются наличие разнообразных льгот и преференций, к негативно воспринимаемым аспектам относятся стрессовые факторы, несоответствие заработной платы уровню ответственности.

Ключевые слова: авиадиспетчеры, удовлетворённость трудом, профессиональные риски, условия занятости

Ежегодно авиационным транспортом пользуются более сотни миллионов людей по всему миру, каждый день выполняют свою работу авиадиспетчеры, которые следят за воздушной безопасностью, управляют полётами и контролируют с земли безопасное возвращение людей домой. Надёжность и безопасность полётов является ключевой задачей, в решение которой авиадиспетчеры вносят огромный вклад. Их профессионализм, стрессоустойчивость и скоординированная коммуникация друг с другом позволяют успешно регулировать полёты, чтобы не было авиационных инцидентов и катастроф. Согласно исследованию «Анализ статистики авиакатастроф на основе исследования множества факторов» [Дьячков, Золотарев 2020, с. 290–293], в котором анализируются причины авиакатастроф, не менее половины авиапроисшествий случаются из-за ошибок человека: человеческий фактор (ошибки экипажа или диспетчерской службы, плохое самочувствие или усталость пилотов) составляют до 60% случаев. Если рассматривать более подробно всё причины катастроф, то согласно этому исследованию одной из них является ошибка наземной диспетчерской службы. Тем самым представители этой профессии вносят существенный вклад в обеспечение безопасности полётов. Должность авиадиспетчера связана с ежедневным стрессом, большой психологической нагрузкой, поскольку при любом неверном решении, невнимательности, нерешительности, непрофессионализме может произойти катастрофа. Нельзя не согласиться с Ушаковой В.Р.: «Работа авиадиспетчера сопровождается постоянным психоэмоциональным напряжением, обусловленным необходимостью быстрого принятия решения в критических ситуациях, высокой долей ответственности за жизнь людей» [Ушакова 2019, с. 4].

Методология исследования

Чтобы определить субъективное восприятие качества трудовой жизни авиадиспетчеров, специфику их профессиональной деятельности, а также основные проблемы, которые волнуют специалистов, было проведено авторское исследование (2024–

2025). Исследование проводилось методом экспертного интервью. Было проведено 10 интервью с авиадиспетчерами УВД (Управление воздушным движением) и с авиадиспетчерами группы организации планирования воздушного движения. Среди информантов также были авиадиспетчеры: 2 руководителя полётов, один из которых в том числе выполняет функции инструктора, один – старший диспетчер. В интервью приняли участие 3 женщины и 7 мужчин.

Результаты исследования

Деятельность авиадиспетчера заключается в обеспечении безопасности полётов, управлении воздушными потоками, контроле самолётов с земли. Многие информанты с восхищением отмечали аспект своей профессии, предоставляющий возможность каждый день ставить перед собой новые, незаурядные задачи, которые необходимо решать во время смены. Информанты делились тем, что каждая смена уникальна. Так, информант с тридцатилетним опытом работы утверждает:

Нравится то, что почти никогда не бывает повторения, всё смены разные.

Некоторые авиадиспетчеры получают больше удовольствия от своей работы во время напряжённой обстановки, уровня адреналина, от практической деятельности, которая даёт возможность проявить свои знания не только в теории, но и во время управления полётами. Напряжённая обстановка и адреналин могут приносить больше удовольствия, интереса, любопытства, что делает такую работу более привлекательной для некоторых информантов в моём исследовании. Информант, который является руководителем полётов, говорит об авиадиспетчерах:

Это люди, которые любят риск.

Нельзя сказать, что степень риска – это скорее недостаток, который будет отталкивать людей от своей профессии. Перед проведением интервью одна из гипотез заключалась в том, чтобы проверить, как на самом деле формируется восприятие рискованной работы авиадиспетчерами, можно ли это отнести к минусам профессии. Для некоторых информантов именно риск может быть привлекательным аспектом работы, когда специалист способен влиять на ситуацию и полностью в неё погрузиться. Для других информантов такие издержки профессии являются отрицательными либо нейтральными. Степень риска и ответственность, которую несут сотрудники во время смены, не всегда могут быть положительными сторонами профессии для авиадиспетчеров. Эта профессия подходит не всем психотипам людей, по оценкам информантов, поскольку выдержать степень ответственности, количество проверок, а также риск оказаться в тюрьме из-за неверных действий, могут далеко не все. При этом люди могут быть очень умны, но с такой работой не справятся, поскольку она требует психологической устойчивости и умения не концентрироваться на мыслях о количестве пассажиров во время экстренной ситуации. Информант, которого изначально профессия заинтересовала заработной платой и престижностью, говорит следующее:

Не нравится, что очень ответственная работа. Она не всем подходит. То есть не всем психотипам людей, это вне зависимости от того, насколько человек умный или не умный. Не нравится мне то, что она очень ответственная. И чем ты больше начинаешь париться по этому поводу, если ты будешь на работу ходить с таким чувством, что самое главное – это не столкнуть самолёты, будет очень тяжело психически и морально.

Некоторым информантам нравится сама профессия авиадиспетчера, ведь они ощущают гордость за свою деятельность, которая не только приносит пользу нашему обществу, но и обеспечивает безопасность пассажиров на борту. У респондентов появляется ощущение того, что они вносят свой вклад в развитие авиационной среды, своими навыками и знаниями решают различные задачи моментально. Такой аспект профессии важен для многих информантов, ведь у них появляется понимание того, что оперативная деятельность имеет большой смысл и социальную значимость. Престиж профессии является важным фактором в работе. Для многих осознание важности профессии, ощущение удовлетворённости после выполненных задач становятся необходимыми. Авиадиспетчеры понимают, что они не выполняют бессмысленную работу, и осознают, что от действий, знаний и умений диспетчерской службы может в любую секунду измениться обстановка. При этом иногда диспетчеры могут ощущать чрезмерную загруженность и дискомфорт из-за тяжёлого груза ответственности, ведь эти люди могут существенно влиять на процессы в авиации. Ещё одни комментарии того же информанта:

Мне приятно говорить то, что я авиадиспетчер, когда люди попадают умные, они понимают, что я занимаюсь тем, чтобы (смеётся) самолёты не столкнулись друг с другом, а не объявляю в рупор, что прилетел какой-то самолёт.

Удобен и график работы, по высказываниям некоторых информантов, ведь благодаря ему они могут провести время с семьёй посередине недели, комфортно отдохнуть, а также посвятить время другим занятиям, не связанным с работой. График работы составляет для авиадиспетчеров УВД по схеме: день – утро – ночь. То есть 3 дня сотрудники работают, потом 3 дня отдыхают. Старший авиадиспетчер иронично высказывается по поводу графика работы:

Хотя многие думают, что я безработный из-за графика работы. С утра он дома, на следующий день после обеда он дома, потом, когда в ночь мы работаем, я весь день дома, ночью уехал, утром приехал, я уже дома.

Что касается неудобств, связанных с распределением рабочих дней, то довольно часто информанты говорили, что им не нравятся ночные смены. Это может быть дискомфортным аспектом в рабочем графике. Достаточно часто информанты утверждали, что из-за ночных смен работа не всегда нравится, поскольку на организме сказывается такой режим. Смены в ночное время проходят для некоторых авиадиспетчеров не совсем легко, приходится пить много кофе, нарушать режим сна. Соответственно, сложно выполнять какие-то задачи вне работы после ночного дежурства, поскольку не было качественного сна, появляется сильная усталость, которую необходимо восполнять отдыхом. Также авиадиспетчеры могут работать в праздничные дни, из-за чего сложно планировать времяпровождение с семьёй, этим график не всегда может нравиться.

В интервью с авиадиспетчерами поднимался вопрос заработной платы, ответы на него оказались довольно неоднозначными. Если сделать общий вывод, то для кого-то зарплаты, бонусы и льготы – это самые привлекательные черты в работе. Для кого-то зарплата – это повод уйти из профессии. Часть информантов считает свою заработную плату достойной и высокой по сравнению с другими специальностями, именно этот аспект является для них положительным в работе. Они считают, что заработная плата – это причина, по которой можно задуматься о том, чтобы прийти именно в эту

профессиональную отрасль. Вот типичные комментарии информантов, которым нравится заработная плата:

Честно сказать, нравится 10 и 25 число, когда смски приходят. Зарплата (смеётся);

...на данный момент достаточно хорошая зарплата. У меня семья, ребенок. Я могу позволить себе чем-то побаловать ребёнка, жену.

Однако большая часть авиадиспетчеров, принявших участие в исследовании, говорила о том, что зарплата не соответствует такому уровню ответственности, нет должной индексации (см. Таблица 1). Многие упомянули заработную плату курьеров и работников такси во время интервью, сравнивая эти показатели со своим доходом. По мнению авиадиспетчеров, в Москве сейчас можно зарабатывать гораздо больше денег, не только не имея специальных знаний и высшего образования, но и не рискуя своей свободой, не неся юридическую ответственность за жизни других людей. Часто информанты указывали на несоответствие заработной платы и повышенных рисков, которые есть в профессии. Вот комментарии руководителя полётов и старшего диспетчера по поводу заработной платы:

Работая в той же доставке, такси можно зарабатывать те же самые деньги, при этом за что ты там отвечаешь – да ни за что», «зарплата у нас не сказать, что маленькая, но и относительно ответственности...не знаю, курьер в Москве зарабатывает столько, сколько мы.

Именно в этом положении отмечается авиадиспетчерами несправедливость в оплате труда по сравнению с другими менее ответственными специальностями, где нет требований к образованию, потенциального лишения свободы. Для самих авиадиспетчеров это достаточно противоречивый и непонятный момент, поскольку они не только должны постоянно учиться, подтверждать квалификацию, но и нести ответственность за людей. Авиадиспетчеры каждый раз сталкиваются с разбирательствами, расследованиями, если произошёл авиационный инцидент, ошибка наземной диспетчерской службы. Проверки проводят и в тех случаях, когда не случилось авиационной катастрофы, но были совершены действия, которые могли повлечь катастрофические последствия. И в этом аспекте диспетчеры чувствуют, что их труд недостаточно оплачивается в сравнении с другими. Мысли информантов относительно несправедливой оплаты труда:

Мы тут не бургеры развозим...Я думаю, есть в этом моменте какой-то просчёт, наверное, нашей организации, что немножко они в этом недоглядели...

Я не стану грешить, мне тоже кажется, что нам недостаточно платят по меркам, если сравнивать с нашими коллегами, даже ближнего зарубежья, я уж не говорю о дальнем зарубежье...

Различные аспекты профессии в зависимости от характера удовлетворённости /
неудовлетворённости ими (данные авторского исследования)

Зона позитива	Зона негатива	Зона неоднозначных оценок
Бесплатные билеты, билеты со скидкой, оплата дорогостоящей операции по здоровью, годовая зарплата при уходе на пенсию	Стрессовая работа, которая может привести к серьёзным проблемам со здоровьем, заработная плата (нет должной индексации)	Бонусы (сокращение количества бонусов после пандемии), большой отпуск (с 2023 г. ограничения по уходу в отпуск – только 4 отпуска в год), риски

Что касается бонусов, которые получают люди этой сферы, то в коллективном договоре сейчас их достаточно много, при этом на момент проведения интервью некоторые информанты сказали, что в договор собираются внести изменения, поэтому те бонусные программы, которые есть сейчас, актуальны именно на момент проведения интервью. Информанты рассказывали, что многие бонусы планируют убрать, но произойдёт это в дальнейшем или нет – пока неизвестно. Программы для авиадиспетчеров могут различаться, многое зависит от стажа работы, класса (для УВД), категории (для группы организации планирования воздушного движения). Авиадиспетчерам полагается бесплатный билет после пяти лет работы (ранее можно было получить бесплатный билет после года), оплата дорогостоящей операции по здоровью, стоимость которой составляет более 15 тысяч рублей, половина стоимости бесплатного билета одному члену семьи. Раньше у авиадиспетчеров было ещё больше бонусов, льгот. Оплачивались поездки, даже увлечения, например, спортивные. После пандемии количество подобных программ сократилось, некоторые убрали полностью. Вот комментарии руководителя полётов о программах до пандемии:

У нас до пандемии было очень много спортивных мероприятий. И других мероприятий, когда людям оплачивались поездки, отдых, то есть и футбольные соревнования, и горнолыжные, и баскетбольные, и хоккейная команда была...

При уходе на пенсию сотруднику выплачивается годовая зарплата, однако этот бонус планируют убрать, как рассказывали информанты. Отпуск у авиадиспетчеров длится 67 дней в год, до 2023 г. ограничений по уходу в отпуск не было, на данный момент авиадиспетчеры могут брать только 4 отпуска в год, распределение согласовывается между работниками. Такое изменение некоторые информанты связывают с нехваткой людей. Авиадиспетчерам положен перерыв во время смены, для УВД это каждые 2 часа. При этом покинуть своё рабочее место, уйти раньше, отказаться от выполнения должностных обязанностей сотрудники не имеют права, необходимо писать рапорт, получать одобрение начальства, чтобы покинуть рабочее место, но для этого нужно найти другого специалиста на замену. Типичные высказывания информантов о перерывах и возможности уйти с работы выглядят следующим образом:

Хоть умри, но ты не имеешь право покинуть это рабочее место...

Если нужно вдруг кому-то поменяться, то нужно писать рапорт, должно начальство одобрить, то есть это всё не просто так, что я захотела – ушла. Уйти пораньше – это вообще невозможно.

Таким образом, на данный момент в профессии многие авиадиспетчеры могут испытывать неудовлетворённость из-за заработной платы, так как она не соответствует высокому уровню ответственности, особенно в сравнении с другими менее квалифицированными специальностями, где не требуется наличие высшего образования, знание английского языка, а также нет подобных рисков. Такой аспект вызывает много противоречивых чувств у самих специалистов, что может приводить к недовольству работой в целом, желанию сменить профессиональную сферу. Из-за отсутствия достойной заработной платы уходят действительно талантливые авиадиспетчеры, они могут поменять работу на менее престижную, но при этом с более высокой заработной платой. Также далеко не всем приносит удовольствие вынужденное взаимодействие с правоохранительными органами за любую ошибку, после которого диспетчеров могут привлечь к уголовной ответственности, даже если их вина не имеет прямых доказательств. Риск, с которым диспетчеры сталкиваются на своей работе регулярно, может, наоборот, иногда привлекать людей в профессию, поскольку уровень адреналина и ощущения своего влияния на процессы, которые происходят в авиации, вызывают у диспетчеров чувство удовлетворённости, что может повышать самооценку, а также гордость за свою деятельность. Но при этом для некоторых людей риск – это негативные издержки профессии, за которые сотрудники должны получать достойные деньги, компенсацию не только за повышенный уровень ответственности за жизни пассажиров, но и за риск лишиться свободы. Из-за недостаточно высокой заработной платы, по мнению некоторых информантов, когда происходят стрессовые ситуации на работе, люди могут задумываться о том, что их пребывание в этой сфере занятости не имеет никакого смысла, поскольку уровень переживаний чрезмерно высокий, а оплата труда – нет.

По результатам исследования были выявлены *основные аспекты удовлетворённости и неудовлетворённости* авиадиспетчеров работой и условиями труда. Чрезмерная нагрузка, которая вызвана большой ответственностью и высокими требованиями, может демотивировать персонал, поскольку их материальное вознаграждение такое же или даже ниже по сравнению с менее квалифицированными специальностями. Из-за пандемии многие бонусы, такие как поездки, обучение, знакомства с зарубежными коллегами, были убраны, что также является негативным моментом. Был обнаружен факт сложных ночных смен, но при этом график работы для многих является положительным аспектом. На данный момент авиадиспетчеры всё ещё могут сталкиваться с чрезмерной загруженностью, профессиональным выгоранием и заболеваниями, которые появляются из-за работы, это напрямую может влиять на увеличение числа авиационных инцидентов. Также по результатам авторского исследования выявлена актуальность такой проблемы, как несоответствие уровня заработной платы не только повышенной ответственности, но и возможным преследованиям со стороны закона – такой аспект часто пугает сотрудников и негативно сказывается на общем восприятии работы, что впоследствии может привести к смене сферы деятельности.

Литература

Дьячков, Золотарев 2020 – Дьячков Д.В., Золотарев О.В. Анализ статистики авиакатастроф на основе исследования множества факторов // Физико-техническая информатика (СРТ2020): Материалы 8-й Международной конференции. Ч. 2. Нижний

Новгород: АНО в области информационных технологий «Научно-исследовательский центр физико-технической информатики». 2020. С. 289–320.

Ушакова 2019 – *Ушакова В.Р.* Особенности личностной самоэффективности авиадиспетчеров // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2019. Т. 5. № 2. С. 71–81.

Эволюция стилей руководства в контексте изменения социокультурной среды

Анжелика А. Демезюк

*студентка
Забайкальский государственный университет, Чита*

Научный руководитель: Анна А. Русанова

*канд. пед. наук, доцент, зав. каф. социологии
Забайкальский государственный университет, Чита*

Аннотация. В статье исследуется трансформация стилей руководства как ответ на сдвиги в социокультурной среде современного общества. Рассматривается переход от жёстких иерархических моделей индустриальной эпохи к гибким стратегиям управления, характерным для цифрового социума. На основе данных международных социологических исследований (PwC, Deloitte, Gallup) доказывается, что современный стиль руководства детерминирован не только личными качествами менеджера, но и запросами новых поколений.
Ключевые слова: стили руководства, социокультурная среда, ценностные ориентации, цифровое общество, поколение Z, трансформационный стиль управления

Стиль руководства, как и любой другой социальный элемент, всегда был подвержен изменениям. Меняется окружение, меняются люди, их ценности, взгляды и, под влиянием этого, способы управления также не могут остаться без изменений. Порядок и традиции, которым следовали лидеры прошлых поколений, уже не отвечают тем запросам и критериям, которые необходимы для эффективного руководства в современном развивающемся мире технологий и изменяющихся приоритетов людей.

В данной статье предпринята попытка понять, почему старые методы «командного контроля» больше не работают, почему формируется противоречие между традиционными иерархическими структурами и новыми социокультурными требованиями.

Актуальность данной темы подтверждается тревожной статистикой: по данным Gallup (2024)⁷⁰, глобальный уровень вовлечённости сотрудников стагнирует на отметке 23%, что эксперты связывают именно с дефицитом адаптивных стилей управления. В условиях, когда человеческий капитал становится ключевым ресурсом, стиль руководства эволюционирует от «транзакционного» (основанного на обмене ресурсами) к «трансформационному». Сегодняшний лидер вынужден отвечать на ценностный вызов поколения Z, для которого 61% приоритетов в работе составляют гибкость и психологический комфорт, а не просто материальное вознаграждение. Таким образом, эволюция стилей руководства – это не случайный процесс, а закономерная социальная адаптация института управления к ценностям цифровой цивилизации.

Историческая эволюция стилей руководства

Чтобы понять, насколько сильно был подвержен изменениям стиль управления в разрезе исторического и социокультурного контекста, необходимо описать

⁷⁰ Gallup. State of the Global Workplace 2024: The voice of the world's employees. URL: <https://elements.visualcapitalist.com/wp-content/uploads/2024/08/state-of-the-global-workplace-2024-download.pdf> (дата обращения: 13.03.2026).

характеристики, присущие стилям руководства, которые были доминирующими в индустриальную эпоху, эпоху потребления и «человеческих отношений» и, наконец, постиндустриальную эпоху (цифровое общество).

Период индустриальной эпохи (промышленной революции, промышленного переворота) охватывает период с конца XVIII в. до середины XX в. Этот период М. Фуко описывает как «общество дисциплины», где институты власти (армия, завод) осуществляют свою деятельность на основе жёсткого надзора. Работа и труд рассматриваются как базовое средство выживания, что предопределяет низкий порог притязаний работника к качеству управления. В данный период преобладали авторитарный и бюрократический стили управления. Концепции данных стилей были напрямую связаны с научными подходами в сфере менеджмента, разработанными Ф. Тейлором и Анри Файолем. Именно они заложили основы административного стиля, основанного на максимальной стандартизации, чёткой иерархии, единоличном принятии решений и жёстком контроле.

Данный стиль предполагает, что руководитель отдаёт предпочтение самостоятельному решению задач, меньше делегирует и распределяет ответственность среди сотрудников, а в большей степени только лишь даёт указания. При этом, не интересуется мнением других, всё берёт на себя. Зачастую, формами стимулирования являются наказания, угрозы, штрафы и давление. Мотивация носила утилитарный характер, что подтверждается теорией «Х» Дугласа Макгрегора, согласно которой средний индивид ленив и предпочитает, чтобы им руководили, избегая ответственности.

Вторая половина XX в. ознаменовалась переходом к обществу массового потребления. Большой вклад в смещение фокуса на гуманизацию внесли, так называемые Хоторнские эксперименты, которые были проведены под руководством американского психолога и социолога Элтона Мэйо. Изначально основной целью экспериментов было выявление корреляции между физическими условиями работы и производительностью труда. Однако эксперимент был продолжен, чтобы выяснить, как на производительность влияют и другие факторы. В итоге, результатом экспериментов стало открытие того, что изменения условий социально-психологического климата оказали большее влияние на производительность, чем какие-либо технические аспекты процесса производства. Простыми словами, групповое признание и психологический комфорт влияют на выработку сильнее, чем освещённость рабочего места.

Элтон Мэйо стал основоположником «Школы человеческих отношений». Некоторые идеи школы:

1. Человек – социальное существо, реализующее себя через общение и взаимодействие;
2. Производительность труда зависит от удовлетворённости работой и психологического климата;
3. Неформальные группы играют важную роль в жизни организации;
4. Демократический стиль управления эффективнее авторитарного;
5. Материальное стимулирование не является единственным мотиватором.

Доминантой эпохи «человеческих отношений» стала демократизация. Авторитарный стиль управления уступил своё место демократическому стилю. Немаловажную роль сыграло и введение широко известной концепции потребностей, которая была разработана А. Маслоу. Изменение социокультурной среды в данном контексте заставило руководителей пересматривать свои методы управления и учитывать

запросы сотрудников. Труд перестал играть роль только лишь средства получения заработка, превратившись в пространство социальной интеграции, где ключевым ресурсом стала лояльность коллектива.

Постиндустриальное или цифровое общество характеризуется переходом к экономике знаний. Согласно теории изменения ценностей Рональда Инглхарта и Кристиана Вельцеля, процветание ведёт к распространению постматериальных ценностей [Инглхарт, Вельцель 2011]. Постиндустриальное развитие экономики сдвигает ценности в сторону постматериализма, ведь теперь всё больше людей заняты коммуникацией. Постепенно технологический и экономический прогресс ведёт к повышению внимания людей к экологии, к изменению гендерных ролей, к росту образованности, к демократизации, но это влияние далеко не безгранично.

Современные вызовы управления в цифровом обществе

В современном быстро развивающемся цифровом мире для нового поколения работников становятся важными и новые ценности. В 2023 году Deloitte провёл глобальное социологическое исследование «Gen Z and Millennial Survey»⁷¹, в котором приняли участие более 22 тыс. человек из 44 стран мира. Исследование проводилось среди двух поколений: «зумеров» (людей, родившихся в период с 1997 по 2012 г.) и «миллениалов» (людей, родившихся в период с 1982 по 1996 г.). Полученные данные говорят о том, что новое поколение резко поменяло свое отношение к карьере, жизненным ценностям и ментальному здоровью.

«Зумеры» сейчас не просто хотят «работать за зарплату», они не хотят просто пробывать в офисе весь день, имитируя бурную трудовую деятельность, а приносить пользу миру. Они искренне переживают за экологию и социальную справедливость – это часть их личности, которая напрямую влияет на выбор работодателя. Новые сотрудники хотят не просто исполнять задачи, а реально менять компанию изнутри, поэтому они ждут от начальства не пустых слов, а конкретных шагов и поддержки благотворительности. Чтобы зацепить и удержать талантливых ребят, нужно инвестировать в то, что им дорого. И самое главное – их идеи нельзя списывать на «юношеский максимализм». Это не капризы, а новый стандарт жизни, к которому бизнесу придется адаптироваться.

По данным последних исследований, более 75% сотрудников поколений «Gen Z» и «миллениалов» предпочтут сменить работодателя, если тот будет требовать от них 100% рабочего времени находиться на предприятии или в офисе. Удалённый или гибридный формат работы – это наша новая «норма», и работодатели, которые не предлагают такие условия, будут кратко проигрывать тем, кто будет согласен подстраиваться под сотрудников. Можно проследить такую тенденцию, что сегодня не работник бьётся за компанию, как это было раньше, а компания бьётся за работника. Теперь работодателю важно выстраивать образ компании, опираясь на жизненные принципы и моральные установки молодежи. Иначе он останется невостребованным.

⁷¹ Отчёт компании Deloitte. Исследование поколения Z и миллениалов. 2023. URL: <https://www.fm-house.com/wp-content/uploads/2023/07/2023-Gen-Z-and-Millennial-Survey.pdf> (дата обращения: 12.03.2026).

Важные принципы для нового мира без границ были выведены на основе результатов отчёта Global Human Capital Trends 2023⁷², который так и называется: «Новые принципы для безграничного мира». Среди них:

1. Постоянное исследование. В современном мире нельзя просто работать «по инструкции». Чтобы стать лидирующими на рынке, компании и сотрудники должны постоянно проверять свои возможности: ставить цели, собирать цифры, смотреть на результат и сразу менять план, если что-то идет не так. Также важно перестать ограничивать людей рамками должностных инструкций. Лучше строить работу вокруг реальных навыков человека – так он сможет принести гораздо больше пользы.

2. Совместное управление с коллективом. Чтобы добиться успеха, организации и работники должны научиться совместно создавать новые правила, новые границы и новые отношения. Огромную роль теперь играют данные – это новая ценность, и работать с ними эффективно можно только на полном доверии. Поскольку люди всё чаще меняют проекты и работают по гибкому графику, старые отношения «хозяин – слуга» больше не подходят. Нужно строить настоящее партнерство, где учитываются интересы обеих сторон.

3. Лидерство в безграничном мире. Для тех, кто понимает эти новые тенденции, безграничный мир становится миром бесконечных возможностей вместо хаоса. Лидер теперь – это не тот, у кого высокая должность или много людей в подчинении. Лидером может стать любой, кто способен замотивировать коллег и организовать процесс ради общего дела. В современном мире лидерство – это не назначение более высокими по должности людьми, а личный выбор каждого.

Однако нельзя не заметить, что быстрые изменения и резкие переходы в уже выстроенных процессах вокруг жизни человека, которые так или иначе затрагивают и его личную жизнь, и трудовой процесс, не могут не влиять на работника. Да, новое поколение более открыто к таким изменениям, которые приносит новая эпоха технологий. Но, затраты энергии на адаптацию тоже дают о себе знать.

Консалтинговая компания PwC опубликовала исследование «Глобальные надежды и страхи сотрудников» за 2024 год⁷³. Доклад основан на опросе 56 600 служащих фирм в 50 странах мира.

По результатам данного исследования более 50% работников считают, что перемены происходят слишком быстро, а 44% не понимают, зачем нужны изменения, если прежняя система функционировала хорошо. В то же время нельзя сказать, что сотрудники жестко противостоят переменам: 77% готовы к новым методам работы. Однако у 45% опрошенных за последний год значительно выросла нагрузка и пришлось осваивать новые технологии. Что может стать «красным флагом» для HR, который говорит о риске переутомления и перегрузки сотрудников. Трансформация должна быть бережной.

55% сотрудников чувствуют стресс из-за перемен на работе. Изменения происходят на фоне стремительного преобразования мира: изменения климата, геополитических потрясений, внедрения искусственного интеллекта. Сотрудникам надо дать время на

⁷² Отчёт компании Deloitte о глобальных тенденциях в области человеческого капитала за 2023 год. Новые принципы для безграничного мира. URL: <https://vezetofejlesztes.hu/wp/wp-content/uploads/2023/DeloitteHumanCapitalTrends2023.pdf> (дата обращения: 12.03.2026).

⁷³ Исследование консалтинговой компании PwC «Глобальные надежды и страхи сотрудников» за 2024 год. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/workforce/hopes-and-fears.html> (дата обращения: 12.03.2026).

адаптацию, разговаривать о переменах открыто и понимать, что изменения растянутся во времени.

Решающим фактором для смены работы – 30% респондентов собираются это сделать в ближайшие 12 месяцев – является возможность освоить новые навыки. Но есть ещё одно обстоятельство, которое толкает работников к уходу из компании. Для 82% сотрудников важно адекватное вознаграждение, но только 57% считают свою зарплату таковой.

При интерпретации результатов исследования в РwС полагают, что сотрудники зажатые между сегодняшним днём и будущими переменами. Тем не менее работники готовы к изменениям. Руководителям бизнеса, которые приступили к трансформации компаний, чтобы сохранить их экономическую эффективность, нужно донести до ключевых работников важность и цели перемен.

Сравнение стилей управления

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующее сопоставление между разными стилями управления в разные временные промежутки и социокультурным контекстом этих периодов (см. табл. 1).

Таблица 1

Динамика формирования управленческой культуры лидера

Эпоха	Социокультурный контекст	Стиль управления
Индустриальная	Общество дисциплины, жесткая иерархия, труд как средство выживания	Авторитарный
Эпоха потребления и «человеческих отношений»	Рост среднего класса, ценность лояльности и коллективизма	Демократический
Постиндустриальное и цифровое общество	Экономика знаний, стирание границ между работой и жизнью, запрос на самореализацию и смыслы (Поколения Y и Z)	Трансформационный

Таким образом, вектор эволюции направлен от «внешнего принуждения» к «внутреннему вдохновению». Стиль руководства сегодня – это не личный выбор индивида, а ответ на запрос социокультурной среды, требующей признания уникальности каждой личности в структуре организации. Смена поколений (Y и Z) сформировала новый тип отношений между лидером и группой. Для современного сотрудника работа перестаёт быть исключительно инструментом выживания, превращаясь в пространство реализации идентичности. Будущее управленческих качеств будет определяться дальнейшим развитием сетевых структур и цифровизацией коммуникаций. Лидерство завтрашнего дня – это управление не процессами, а социальным капиталом и доверием. Успех руководителя в XXI в. будет зависеть от его способности интегрировать индивидуальные траектории саморазвития сотрудников в стратегические цели организации.

Литература

Инглхарт, Вельцель 2011 – *Инглхарт Р., Вельцель К.* Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. 464 с.

Регрессионный анализ влияния сверстников на курительное поведение подростков: гендерная перспектива

Анна О. Суетина

студентка

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

Аннотация. Статья анализирует влияние курящих сверстников на курительное поведение подростков с учетом гендерных различий и депрессии. На данных лонгитюдного опроса студентов колледжей Санкт-Петербурга (N=653) построены логистические регрессионные модели. Подтверждена значимость курения друзей в T1 как предиктора курения в T2; гендерный модулирующий эффект и связь с депрессией статистически не установлены.

Ключевые слова: курение подростков, социальное влияние, гендерные различия, депрессия, лонгитюдное исследование, логистическая регрессия, социальный отбор, реер-группа

Распространение курения среди подростков остается актуальной проблемой общественного здоровья. В российском научном контексте эмпирических работ, посвященных именно курению подростков в разрезе гендерных различий, крайне мало, тогда как за рубежом эта область активно развивается. Настоящая статья направлена на восполнение данного пробела: исследуется, в какой мере влияние курящих сверстников на формирование курительного поведения различается у юношей и девушек, а также рассматривается роль депрессии как дополнительного фактора.

Исследовательский вопрос: в какой степени влияние сверстников на курительное поведение подростков различается в зависимости от пола? В соответствии с ним выдвинуты три гипотезы. Первая (H1): курение группы сверстников в начале первого года обучения (T1) положительно связано с собственным курением подростка в начале третьего года (T2). Вторая (H2): данная связь модулируется полом — у девушек она выражена сильнее, чем у юношей. Третья (H3): между курением подростков и уровнем депрессии существует значимая взаимосвязь.

Теоретические основания исследования

Теоретическую базу составляют несколько концепций. Теория социального научения А. Бандуры [Bandura 1977, p. 117] объясняет принятие поведенческих образцов через викарное подкрепление – наблюдение за последствиями поведения окружающих. Применительно к подросткам курение сверстников воспринимается как социально вознаграждаемая практика, открывающая доступ к групповому статусу. Понятие социального капитала в трактовке П. Бурдьё [Bourdieu 2018] дополняет эту логику: включенность в группу курящих сверстников может рассматриваться подростком как инвестиция в символический ресурс, обеспечивающий признание в реер-группе. Теория проблемного поведения Дж. Донована и Р. Джессора [Donovan, Jessor 1985] указывает на то, что делинквентные практики возникают в социальных средах, где подобное поведение нормализовано; а среди предикторов употребления психоактивных веществ влияние сверстников стабильно называется одним из наиболее значимых [Stice и др. 1998].

Теория социальной идентичности Г. Тэджфела [Tajfel 1979] позволяет понять, почему подростки причисляют себя к группам по признаку разделяемого поведения:

ощущение «крутости», связанное с употреблением запрещенных для их возраста веществ, выполняет функцию внутригруппового маркера. Гендерная специфика описывается через теорию гендерных ролей: девушки, в соответствии с концепцией М. Комаровски [Komarovsky 1946], в большей степени ориентированы на социальные связи и эмоциональную сонастроенность, что делает их потенциально более восприимчивыми к нормам группы. И. Пилкингтон [Pilkington 1996, p. 1–20], анализируя социализацию девушек в России, отмечает, что стратегия «покорности», усваиваемая в детстве, затрудняет сопротивление социальному давлению. Эмпирически зафиксировано, что у мальчиков-курильщиков число курящих друзей меньше, чем у девочек-курильщиц [Chassin et al. 1984], что косвенно свидетельствует о большей восприимчивости девушек к peer influence. Кроме того, девушки значительно чаще становились регулярными курильщицами, если воспринимали своих друзей как позитивно относящихся к курению [Chassin et al. 1986]. Вместе с тем ряд работ фиксирует, что девушки острее осознают вред курения для здоровья [Pederson et al. 1997], что может ослаблять итоговый гендерный разрыв в чувствительности к peer influence.

Применительно к анализу социальных сетей принципиально различие двух процессов: социального отбора (selection) и социального влияния (influence). Первый предполагает, что индивид с уже сложившимся поведенческим паттерном стремится к дружбе с носителями аналогичных практик. Второй описывает ситуацию, когда индивид перенимает поведение группы, в которую попадает [Steglich, Snijders 2010; Snijders et al. 2010]. Многочисленные исследования демонстрируют, что оба процесса действуют одновременно [Mercken et al. 2007], однако их относительная значимость варьирует: в шести европейских странах схожие взгляды на курение среди друзей объяснялись преимущественно отбором, тогда как peer influence фиксировалось лишь в отдельных странах [Mercken et al. 2009]. В исследованиях финских подростков гендерная роль оказалась модулирующей: отбор по признаку курения характерен как для мужских, так и для женских сетей, тогда как поддержка влияния выявлена только в женских [Mercken et al. 2010a].

Особого внимания заслуживает роль депрессии. Согласно гипотезе самолечения, подростки могут начинать курить, чтобы справиться с негативными эмоциональными состояниями [Ritt-Olson et al. 2005]. Лонгитюдные исследования подтверждают, что симптомы депрессии предсказывают более высокую вероятность начала курения в будущем. Возможна и обратная причинность: курение способно усугублять депрессивную симптоматику. При этом депрессивные подростки могут быть особенно уязвимы к влиянию девиантных сверстников [Patton et al. 1998], хотя социальная изоляция, нередко сопровождающая депрессию, способна, напротив, снижать интенсивность peer pressure. Примечательно, что гендер модулирует и этот процесс: для мальчиков, в отличие от девушек, особенно значимым оказывается начало курения именно в групповом контексте [Koval et al. 2000]. При этом влияние сверстников на индивидов, уже имеющих предрасположенность к определенному поведению, как правило, оказывается сильнее, чем на тех, у кого такая предрасположенность отсутствует [Li, Guo 2016]. Мета-аналитические данные свидетельствуют о том, что роль депрессии как медиатора peer influence ослабевает по мере взросления подростка [Marschall-Levesque et al. 2021].

Методология и описание данных

Эмпирическая база – данные лонгитюдного проекта «Здоровье и рискованное поведение подростков»⁷⁵, реализованного Лабораторией социологии образования и науки НИУ ВШЭ (Санкт-Петербург). В исследовании приняли участие студенты 13 колледжей города; опрос проводился методом самозаполнения анкеты под руководством ассистентов лаборатории. Участники, их родители и администрация предоставили письменное согласие на обработку данных; исследование одобрено Институциональным наблюдательным советом НИУ ВШЭ.

Первоначальная выборка включала 1299 студентов (513 девушек, 786 юношей, средний возраст 16 лет). Проект предусматривал 7 волн опроса с интервалом 6 месяцев. Для настоящего анализа использованы данные первой волны (начало первого курса, T1) и пятой волны (начало третьего курса, T2). После удаления случаев с пропущенными значениями итоговая аналитическая выборка составила 653 человека: 252 девушки (38,5%) и 401 юноша (61,4%), средний возраст 18,24 года ($SD=0,90$).

Зависимая переменная – курение подростка в T2 – операционализирована двумя способами: (1) дихотомически через ответ на вопрос о возрасте первой сигареты; (2) через частоту употребления сигарет, также рекодированную в бинарную переменную. Ключевая независимая переменная – курение друзей в T1 – получена методом ненетворк-анализа дружеских сетей: рассчитано среднее значение курения по группе каждого участника. Переменная депрессии измерялась с помощью психометрической шкалы из четырёх пунктов по 4-балльной шкале Ликерта. Факторный анализ подтвердил одномерность конструкта; коэффициент Кронбаха $\alpha=0,764$ свидетельствует о высокой внутренней согласованности. Контрольные переменные: возраст и пол.

Анализ данных включал несколько этапов. На первом были рассчитаны описательные статистики. На втором тест Шапиро–Уилка зафиксировал отклонение количественных переменных от нормального распределения ($p < 2,2e-16$). На третьем для попарных сравнений применялись критерий Уилкоксона и критерий хи-квадрат Пирсона с поправкой Йейтса. На четвертом этапе были построены четыре логистические регрессионные модели.

Результаты

Предварительный анализ показал слабые корреляции между переменными, за исключением умеренной положительной связи между курением друзей в T1 и T2 ($r=0,465$), что снижает риск мультиколлинеарности. Критерий Уилкоксона выявил, что подростки, курящие в T2, имеют достоверно более высокие значения курения друзей в T1 ($W=70364$, $p=3,26e-16$). Различия в курении друзей между юношами и девушками также значимы ($p < 0,001$). Тест хи-квадрат обнаружил значимую связь между полом и курением в T1 ($p=0,025$) и ещё более выраженную – в T2 ($p=0,002$).

Модель 1 (предикторы: пол, возраст, курение друзей в T1) показала, что при базовом значении (женский пол) вероятность курения в T2 составила около 2,1%. Рост курения друзей в T1 увеличивал шансы закурить в T2 в 1,7 раза ($OR=1,70$, $p<0,001$). Принадлежность к мужскому полу ассоциировалась с вероятностью курения, превышающей женскую

⁷⁵ Valedinsky P., Ivanyushina V., Alexandrov D., Khodorenko D. Factors Influencing Adolescent Alcohol Consumption: Parents And Depression. HSE University. 2023. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/852323376.pdf> (дата обращения: 22.04.2026).

примерно на 44% ($OR=1,44$, $p=0,043$). Псевдо- R^2 (Tjur) составил 0,101, что указывает на объяснение около 10% дисперсии зависимой переменной. Первая гипотеза подтверждена.

В Модель 2 была добавлена переменная депрессии. Влияние курения друзей сохранилось ($OR=1,70$, $p<0,001$), мужской пол по-прежнему ассоциировался с более высокой вероятностью курения ($OR=1,44$, $p=0,043$). Депрессия не обнаружила статистически значимой связи с курением ($OR=1,03$, $p=0,840$). Третья гипотеза не подтверждена.

Модель 3 проверяла интерактивный эффект курения друзей и пола. При высоких значениях курения друзей вероятность закурить у девушек оказывалась примерно на 5 процентных пунктов выше, чем у юношей, однако коэффициент взаимодействия не достиг уровня значимости ($p=0,286$). Вторая гипотеза о гендерном модерировании не подтверждена статистически.

Модель 4 вводила интерактивный эффект курения друзей и депрессии. Основной эффект сверстников усилился ($OR=2,10$, $p<0,001$), при этом мужской пол сохранил значимость ($OR=1,44$, $p=0,041$). Взаимодействие депрессии и курения друзей осталось незначимым ($p=0,216$). Качество модели оценено по ROC-кривой: $AUC=0,695$, что свидетельствует об удовлетворительной дискриминирующей способности.

Обсуждение

Полученные результаты согласуются с широкой исследовательской базой, фиксирующей влияние курящих сверстников как одного из наиболее стабильных предикторов начала курения у подростков [Stice et al. 1998; Waters et al. 2006]. Этот эффект устойчиво воспроизводится во всех четырёх спецификациях моделей. Теоретически он может быть объяснен как через механизм социального влияния – принятие поведения группы ради социальной принадлежности, – так и через логику Бурдьё: курение становится инструментом накопления символического капитала [Bourdieu 2018].

Отсутствие статистически значимого гендерного модерирования не противоречит неоднозначности доказательной базы в данной области: одни работы фиксируют большую восприимчивость девушек к влиянию сверстников [Mercken et al. 2010b], другие – отмечают, что юноши начинают курить при меньшем числе курящих друзей [Wang et al. 1997]. Возможно, в российской выборке конкурируют два механизма: девушки чувствительнее к социальному давлению, однако одновременно более ориентированы на сохранение здоровья [Pederson et al. 1997; Pilkington 1996, p. 1–20], что нивелирует итоговый гендерный разрыв.

Незначимость депрессии может свидетельствовать о том, что в данной возрастной группе – студентов колледжей около 18 лет – её роль как медиатора peer influence уже ослабла, что соответствует выводу о снижении этого эффекта с возрастом [Marschall-Levesque et al. 2021]. Нельзя исключить и методическое объяснение: четыре пункта шкалы не всегда способны уловить тонкие аффективные различия, релевантные для начала курения.

К ограничениям исследования относятся: относительно небольшой объём итоговой выборки и её гендерный дисбаланс (61,4% юношей), отсутствие данных о социально-экономическом статусе семей, а также невозможность в рамках регрессионного, а не акторно-сетевого подхода разграничить вклад социального отбора и социального влияния. Кроме того, переменная «курение друзей» конструировалась на основе самоотчетов, что

может вести к систематическому смещению оценок вследствие склонности подростков переоценивать курение в своём окружении [Ritt-Olson et al. 2005].

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие выводы. Первая гипотеза подтверждена: курение сверстников в начале обучения является значимым предиктором собственного курения подростка спустя два года. Данный эффект устойчив к введению контрольных переменных и дополнительных предикторов. Вторая и третья гипотезы статистического подтверждения не нашли: ни гендерный модулирующий эффект, ни связь депрессии с курением не достигают порога значимости, хотя описательные тенденции согласуются с теоретическими ожиданиями.

Результаты подчеркивают значимость реер-среды как объекта превентивных интервенций. Для российского контекста, где эмпирических работ по данной теме мало, исследование формирует содержательную базу для дальнейшей работы. Перспективными направлениями являются: применение акторно-сетевого моделирования для разграничения отбора и влияния, расширение выборки, включение переменных социально-экономического статуса и социометрического положения индивида в группе, а также качественные исследования, способные прояснить субъективные механизмы, лежащие в основе зафиксированного эффекта курения сверстников.

Литература

- Bandura 1977 – *Bandura A.* Social learning theory. Englewood Cliffs, 1977. 247 p.
- Bourdieu 2018 – *Bourdieu P.* Structures, habitus, practices // *Rethinking the subject.* London: Routledge, 2018. P. 31–45.
- Chassin et al. 1984 – *Chassin L., Presson C.C., Sherman S.J., Corty E., Olshavsky R.W.* Predicting the onset of cigarette smoking in adolescents: A longitudinal study // *Journal of Applied Social Psychology.* 1984. Vol. 14. No. 3. P. 224–243.
- Chassin et al. 1986 – *Chassin L., Presson C.C., Sherman S.J., Montello D., McGrew J.* Changes in peer and parent influence during adolescence // *Developmental Psychology.* 1986. Vol. 22. No. 3. P. 327–334.
- Donovan, Jessor 1985 – *Donovan J.E., Jessor R.* Structure of problem behavior in adolescence and young adulthood // *Journal of Consulting and Clinical Psychology.* 1985. Vol. 53. No. 6. P. 890–904.
- Komarovsky 1946 – *Komarovsky M.* Cultural Contradictions and Sex Roles // *American Journal of Sociology.* 1946. Vol. 52. No. 3. P. 184–189.
- Koval et al. 2000 – *Koval J.J., Pederson L.L., Mills C.A. et al.* Models of the relationship of stress, depression, and other psychosocial factors to smoking behavior // *Preventive Medicine.* 2000. Vol. 30. No. 6. P. 463–477.
- Li, Guo 2016 – *Li Y., Guo G.* Peer influence on aggressive behavior, smoking, and sexual behavior // *Journal of Health and Social Behavior.* 2016. Vol. 57. No. 3. P. 297–318.
- Marschall-Levesque et al. 2021 – *Marschall-Levesque S. et al.* Depressive Symptoms and Cigarette Smoking in Adolescents and Young Adults // *Nicotine & Tobacco Research.* 2021. Vol. 23. No. 10. P. 1771–1779.
- Mercken et al. 2007 – *Mercken L., Candel M., Willems P., De Vries H.* Disentangling social selection and social influence effects on adolescent smoking // *Addiction.* 2007. Vol. 102. No. 9. P. 1483–1492.

Mercken et al. 2009 – *Mercken L., Snijders T.A., Steglich C., de Vries H.* Dynamics of adolescent friendship networks and smoking behavior in six European countries // *Social Science & Medicine*. 2009. Vol. 69. No. 10. P. 1506–1514.

Mercken et al. 2010a – *Mercken L., Snijders T.A., Steglich C., Vertiainen E., De Vries H.* Dynamics of adolescent friendship networks and smoking behavior // *Social Networks*. 2010. Vol. 32. No. 1. P. 72–81.

Mercken et al. 2010b – *Mercken L., Snijders T.A., Steglich C., Vertiainen E., De Vries H.* Smoking-based selection and influence in gender-segregated friendship networks // *Addiction*. 2010. Vol. 105. No. 7. P. 1280–1289.

Patton et al. 1998 – *Patton G.C., Carlin J.B., Coffey C. et al.* The course of early smoking: a population-based cohort study over three years // *Addiction*. 1998. Vol. 93. No. 8. P. 1251–1260.

Pederson et al. 1997 – *Pederson L.L., Koval J., O'Connor K., Chan S.S.* The social context of smoking initiation // *Canadian Journal of Public Health*. 1997. Vol. 88. No. 3. P. 207–210.

Pilkington 1996 – *Pilkington H.* Gender, Generation and Identity in Contemporary Russia. London: Routledge. 1996. 320 p.

Ritt-Olson et al. 2005 – *Ritt-Olson A., Unger J., Valente T. et al.* Peers as a mediator of depression and smoking in young adolescents // *Substance Use & Misuse*. 2005. Vol. 40. No. 1. P. 77–98.

Snijders et al. 2010 – *Snijders T.A., Van de Bunt G.G., Steglich C.E.* Introduction to stochastic actor-based models for network dynamics // *Social Networks*. 2010. Vol. 32. No. 1. P. 44–60.

Steglich, Snijders 2010 – *Steglich C., Snijders T.A., Pearson M.* Dynamic networks and behavior: Separating selection from influence // *Sociological Methodology*. 2010. Vol. 40. No. 1. P. 329–393.

Stice et al. 1998 – *Stice E., Myers M.G., Brown S.A.* A longitudinal grouping analysis of adolescent substance use // *Psychology of Addictive Behaviors*. 1998. Vol. 12. No. 1. P. 14–27.

Tajfel 1979 – *Tajfel H.* An integrative theory of intergroup conflict // *The Social Psychology of Intergroup Relations* / Ed. by W.G. Austin, S. Worchel. Monterey: Brooks/Cole. 1979. P. 33–47.

Wang et al. 1997 – *Wang M.Q., Fitzhugh E.C., Eddy J.M. et al.* Social influences on adolescents' smoking progress // *American Journal of Health Behavior*. 1997. Vol. 21. P. 111–117.

Waters et al. 2006 – *Waters K., Harris K., Hall S. et al.* Characteristics of Social Smoking Among College Students // *Journal of American College Health*. 2006. Vol. 55. No. 3. P. 133–139.

Символический и реальный капитал:
конвертация высшего образования в социальные преимущества

Эльмира П. Алиева

студентка

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва

Аннотация. Статья рассматривает трансформацию роли высшего образования в Российской Федерации за последние 30 лет от советской системы для производства подготовки кадров к «массовизации», где диплом становится символическим капиталом без гарантии на социальные выгоды. Опираясь на теорию П. Бурдьё о видах капитала: культурном, экономическом, социальном, символическом, раскрывается причина кризиса. Она кроется в несоответствии качественного образования реальным требованиям рынка труда, проблеме «дипломированных безработных», соотношении официального документа с личными компетенциями. Предлагаются рекомендательные реформы по улучшению вузовских программ для эффективной интеграции в общество.

Ключевые слова: высшее образование, культурный капитал, символический капитал, массовизация, человеческий капитал, рынок труда, советское образования

За последние 30 лет роль высшего образования претерпела фундаментальные изменения. В индустриальную эпоху в условиях плановой экономики советское высшее образование работало как механизм для воспроизводства кадров. Основной задачей государства было выявление потребностей в специалистах на десятки лет вперёд. Выпускник после пяти лет обучения обладал профессиональными навыками, которые мог применить на предприятии⁷⁷. Государство в советскую эпоху гарантировало рабочее место будущим выпускникам, что уверяло советских граждан в отсутствии безработицы. Была создана формула, которая осуществляла органическое возвращение специалистов, а именно получение диплома успешно гарантировало хорошую работу, тем самым обеспечивало стабильность для жизни и уверенности в завтрашнем дне, и при удовлетворении руководства на рабочем месте человек обретал социальный статус.

После распада Советского Союза в России наступило падение плановой экономики и вступил режим рыночной системы. Падение отразилось негативно, при возникновении рынка труда зарплаты на разных предприятиях могли колоссально отличаться⁷⁸.

Страна перестала быть монопольным заказчиком [Щербина, Попова 2020]. Университеты получили право зарабатывать деньги на абитуриентах, даже если их уровень не соответствует требованиям вуза.

Время с 1990-е по 2010-е гг. исследователь Я. Силин⁷⁹ считает эпохой «массовизации», связано это с открытием и развитием частных университетов. Коммерческий вуз имел свою индивидуальную цель, которая была направлена на

© Алиева Э.П., 2026

⁷⁷ Образование — основа развития экономики // Северная Осетия. URL: <https://sevosetia.ru/society/tpost/9fob3ixhk1-obrazovanie-osnova-razvitiya-ekonomiki> (дата обращения: 02.05.2026).

⁷⁸ Диплом высшего образования как бизнес для вузов — такую систему пора менять? // ТАСС. URL: <https://tass.ru/opinions/24508743> (дата обращения: 05.06.2026).

⁷⁹ О будущем высшего образования // Уральское отделение вольного экономического общества России. URL: <https://uroveo.usue.ru/novosti/1519-o-budushchem-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 16.11.2026).

подготовку профессионалов для экономики. В данный период сменились ценности в его получении, к примеру, в Советском Союзе образование было стратегическим ресурсом для развития государства. В постсоветском периоде образование служило сферой предоставления услуг, где конечной точкой был формальный диплом, а не получение знаний на благо общества, как это было в Советском Союзе.

Исследователи считают, что основным заказчиком и источником финансирования в получении высшего образования стали абитуриенты и их платёжеспособные родители, однако запросы реального сектора экономики утратили ключевые значения⁸⁰. Высшее образование утратило своё «сакральное» знание, которое было доступом в высокоинтеллектуальное общество [Ефимов, Лаптева 2010]. Формирование профессиональных навыков в виде получения диплома стало частью бизнеса, в виде предоставления услуги, за которую достаточно заплатить, при этом не имея развития собственного человеческого капитала. В свою очередь, наличие символического «диплома» может пагубно повлиять на формирование человеческого капитала и спровоцировать кризис социальной ответственности. Ключевой проблемой кризиса будет являться толпа «дипломированных безработных».

В текущее время мы наблюдаем противоречивую ситуацию. Россия является одной из самых высокообразованных стран мира по всемирным показателям⁸¹. Однако мы сталкиваемся с устойчивым феноменом «образованных, но невостребованных» и «дипломированных и безработных».

Исследования показывают, что структура и получение высшего образования в его нынешнем виде перестали осуществлять свою социальную функцию. Система воспроизводит обладателей формального образования – тех, кто получил только «корочку».

Диплом подтверждает навыки профессионального специалиста, предполагая благоприятное трудоустройство. Процессы значительно превышают реальные потребности экономики в иных отраслях, где нужны работники среднего звена⁸². Компания не может найти необходимых квалифицированных работников и из-за этого испытывает дефицит кадров, в то время как «выпускники-профессионалы» не могут трудоустроиться по специальности⁸³.

Следовательно, есть несколько причин кризиса конвертации, которые ведут за собой ряд проблем получения и применения высшего образования. Ключевым аспектом будет являться разрыв между образованием и рынком труда, где университеты готовят дипломированных специалистов с отсутствием социальной потребности и с неактуальными знаниями. Диплом, как и знания, были редким ресурсом, который включал в себя «сакральные знания» и подготовленный ум для обработки потока большой информации, однако со временем «массовизация» привела к банальному получению «корочки». Советское образование готовило кадры на производство, но само производство ушло в прошлое⁸⁴. Рабочих мест становится больше в сфере услуг, где не требуется высокой квалификации. Эпоха «знающего человека», который умел думать и развивать себя –

⁸⁰ Диплом высшего образования как бизнес для вузов...

⁸¹ Россия вошла в десятку стран мира по качеству образования // 5-канал. URL: <https://www.5-tv.ru/news/5010758/rossia-vosla-vdesatku-stran-mira-pokacestvu-obrazovania/> (дата обращения: 15.05.2026).

⁸² В России не хватает «синих воротничков» — исследование hh.ru. URL: <https://hh.ru/article/30823> (дата обращения: 21.05.2026).

⁸³ Образование – основа развития экономики...

⁸⁴ «От Советской школы к Российской школе XXI века: вопросы воспитания»: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, 8–9 апреля 2021 г. М.: ФГБНУ «ИСПО РАО». 2021. 305 с.

завершена, на смену пришёл «человек-гибкий». В период высокой конкуренции на современном рынке труда интеллектуальных способностей недостаточно, необходима гибкость и способность адаптироваться к реальной экономике. Полученное образование не гарантирует социальный лифт, поскольку «знающий человек» уступает другими механизмами успеха (связями, наличием гибких навыков). В постсоветском обществе прочно закрепились представления о том, что наличие высшего образования автоматически конвертируется в социальные преимущества, такие как доход, статус, власть.

Однако результаты показали, что 33% опрошенных после окончания вуза устроились на работу не по специальности⁸⁵. Четверть выпускников, обучающихся в университете с 2021-2023 года, трудоустроена не по профилю дипломной специальности. Это доказывает, что наличие формального диплома не гарантирует профессиональную позицию. Алексеева В. считает, что на разрыв между получением формального образования и реальными компетенциями влияют сами университеты, так как именно они «штамповали дипломы», а не возвращали нужных специалистов рынку⁸⁶. Результаты исследования РАНХиГС показали, что четверть преподавателей оценивает шансы своих выпускников на трудоустройство на «удовлетворительно», при наличии проблем кадрового дефицита [Солодовникова и др. 2024]. Данный процесс свидетельствует об отсутствии грамотной системы конвертации полученных навыков в требуемые на рынке квалификации. По мнению HR-эксперта М. Недякина, образование в высшем учебном учреждении запаздывает с реальной практикой рынка, тем самым теряет связь между дипломом и будущей зарплатой.

В свою очередь, П. Бурдьё считал, что благодаря формам капитала можно добиться престижа через материальные активы, а также культурных знаний, социального и символического статуса. Для того, чтобы обогатить культурный капитал, нужны три формы: личные знания и навыки (инкорпорированный капитал), материальные носители культуры (объективированный капитал) и официальные документы об образовании⁸⁷. К примеру, выпускник-филолог в силу своего профессионализма умеет анализировать и развивает критическое мышление, это стало частью его личности. В случае объективного капитала, материальными носителями выступают книги из профессиональной библиотеки или же коллекции книг по философии в оригинале. Институционализированный капитал – это и есть юридическая бумага, которая подтверждает профессиональные навыки. Данные позволяют концептуализировать разницу между получением формальной «корочки» и реальной образованностью человека.

Капитал в широком смысле слова, по П. Бурдьё, это накопленные ресурсы, которые позволяют обладателям получить доступ к соответствующим выгодам. Социолог считал, что «невозможно объяснить функционирование социального мира, если не ввести капитал во всех его формах...» [Бурдьё 2002]. П. Бурдьё выделял четыре фундаментальные формы капитала. *Экономический капитал* представляется материальными ресурсами, такими как деньги, собственность, активы. Данный капитал может быть непосредственно

⁸⁵ Штампуют дипломы, а не специалистов? Почему выпускники российских вузов массово уходят из профессий // 161.ru Ростов-на-Дону онлайн. URL: <https://hh.ru/article/30823> (дата обращения: 20.03.2026).

⁸⁶ Там же.

⁸⁷ Культурный капитал города и городская креативность: проблемы дефиниции понятий // Новгородский Государственный Университет имени Ярослава Мудрого. URL: <https://portal.novsu.ru/file/1608205> (дата обращения: 10.05.2026).

конвертирован с различные блага. *Культурный капитал* включает в себя несколько состояний – инкорпорированное, объектированное, институционализированное.

Инкорпорированное выступает за приобретения знаний, навыков, умений. Данная категория носит длительный характер для формирования личности. Объектированное состояние реализуется в культурном досуге: книги, картины, инструменты, которые доступны людям соответствующей компетенции. *Социальный капитал* помогает человеку формировать связи, знакомства, с помощью которых можно мобилизовать возможности. *Символический капитал* выступает формой признания в общественном поле и формирует статус, репутацию, престиж и доверие. При функционировании всех форм, получение высшего образования может иметь «реальный актив» для развития человеческого капитала.

Диплом (институционализированный капитал), подтверждающий профессию, функционирует вместе с реальными знаниями (инкорпорированный капитал), семейными ресурсами (экономический капитал), полезными связями (социальный капитал) и репутацией (символический капитал). Тем самым можно сказать, что при наличии многосоставной структуры одним выпускникам диплом позволяет достичь социальных высот, но другим – нет. Конвертация капиталов П. Бурдьё позволяет понять процесс трансформации из одного капитала в другой⁸⁸.

Основной механизм социальной динамики состоит в том, что агенты стремятся перевести имеющиеся ресурсы в те формы, которые актуальны в определённом социальном поле. К примеру, культурный капитал в виде знаний, навыков и наличия диплома конвертируется в экономический капитал – рынок труда.

Чем выше у человека квалификация и уровень образования, тем больше можно и надеяться на высокооплачиваемую работу. Экономический капитал конвертируется в культурный. Деньги инвестируются в развитие образования, что позволяет накапливать культурный капитал. Связи и знакомства (социальный капитал) позволяют открыть доступ к высокооплачиваемой должности (экономический капитал).

Образование (культурный капитал) автоматически становится источником статуса и уважение (символический статус): диплом, учёная степень, эрудиция. Признание эксперта (символический статус) в профессиональном обществе позволяет приносить финансовый доход (экономический капитал): гонорары, консультации. Диплом выступает формой институционализированного культурного капитала, который с юридической стороны гарантирует компетентность и служит отбором при трудоустройстве на работу⁸⁹. Однако, основное различие заключается в отсутствии реальных знаний (инкорпорированного капитала), не соответствующих работе.

Для взращивания и обогащения культурного капитала нужно социальное производство, которое будет поддерживать получение образования ради знаний, но никак ни ради формального атрибута. Опираясь на концепции П. Бурдьё и Ж. Пассрону, именно неравенство рассматривают как форму проявления механизма социального производства [Хлабыстова, Нетребко 2019]. Дети, выросшие в высококультурной семье, обучаются в лучших школах и университетах, тем самым воспроизводят органическую элиту.

В современном обществе диплом выступает как символический капитал для реализации в будущей профессии. Важно отметить, тот факт, что сам документ служит отбором при приёме на работу и увеличивает вероятность допуска к профессиям.

⁸⁸ Культурный капитал города...

⁸⁹ Там же.

Символический капитал реализуется на доверии и уверенности в знаниях, которые должны подтверждаться дипломом.

Однако популяция дипломов имеет проблемы формального вида. К проблемам можно отнести наличие документа об образовании в виде «корочки», которая доступна всем и тем самым снижает саму ценность познания. В последнее время наблюдается рост поступающих на дисциплины, связанные с экономикой и управлением.

Также наблюдается разрыв между дипломом и реальными знаниями. В основном российские вузы составляют программы и обучают студентов по программе советской школы, однако, знания и их применения не подходят под текущие требования рынка.

Для того, чтобы стать высокообразованным человеком, который принимается обществом, человек должен обладать навыками инкорпорированного капитала. Такие навыки, как знания и манера мыслить, требуют времени и усилий для формирования личности.

Формирование знаний в данном случае происходит через семейные ценности и воспитание. Это помогает погрузиться в образовательную среду и стать частью «мыслительного коллектива» [Флек 1999]. Характерные черты для такой группы людей: критическое мышление, умение принимать решения нестандартным путём, постоянное обучение. Именно эти ключевые признаки поднимают человека на уровень выше по сравнению с теми, для кого образование – это формальная бумага. Высокообразованные люди всегда обучаются чему-то новому, их цель дойти до истины познания бытия.

Существует два разных типа отношения к получению образования. В рамках данной работы была составлена авторская сравнительная таблица, обобщающая выделенные типы отношения к образованию (см. табл. 1). Такой вид как «Человек с дипломом» ориентируется на пассивное потребление в виде получения документа. В таком случае знания усваиваются ровно настолько, насколько нужно для сдачи экзаменов или итоговых работ. Цель «высокообразованного человека» – это формирование знаний и компетенций. Знания в данном виде выступают в качестве усовершенствования самого себя через самостоятельное мышление.

Таблица 1

Сравнительная характеристика типов обладания образовательным капиталом

Критерий	Человек с дипломом	Высокообразованный человек
Фокус	Формальный статус	Навыки и компетенции
Цель	Получить документ	Понять и учиться
Отношение к знаниям	Пассивное потребление	Активное производство смыслов

В случае с «человеком с дипломом» приобретается институционализированный капитал, а с «высокообразованным человеком» – инкорпорированный. Основная проблема современности в том, что диплом перестал гарантировать мышление, а истинные знания не всегда получают признание в обществе. Для того, чтобы образованные люди успешно трудоустраивались на работу по профессиям без популяции «безработных дипломников», нужны факторы успеха. Успех будет определяться актуальностью спроса на специалистов определённого уровня, соответствием качества образования потребностям рынка,

наличием социального капитала для входа в профессию, навыками самопрезентации, а также территориальным спросом.

К примеру, если человек учился в престижном вузе (культурный капитал), приобрёл связи (социальный капитал), он может претендовать на высокооплачиваемую должность (экономический капитал). Капитализация диплома при определённых обстоятельствах может иметь не оправданную позицию.

Такие факторы, как девальвация диплома, разрыв актуальных знаний и реальных потребностей рынка труда, отсутствие социального капитала, самопрезентации и закрытого рынка труда, становятся барьерами для полноценной социализации.

В современном обществе за 30 лет конвертация высшего образования претерпела изменения. Получение диплома стало доступно почти каждому человеку. Естественным критерием служит наличие платёжеспособных родителей или студентов.

В эпоху тотальной цифровизации произошло падение ценности диплома. Профессию в текущих реалиях можно получить, прослушав онлайн- курсы за короткое время⁹⁰. Успешность индивида зависит от стартовых позиций. К примеру, культурный капитал родителей выступает фундаментом образовательных достижений у детей. В свою очередь, экономический капитал позволяет инвестировать в качественный капитал, а социальный капитал открывает доступ к желаемым позициям даже при наличии слабых знаний.

Теория, разработанная про капиталы Бурдьё, сохраняет свою аналитическую ценность, однако, современные реалии ставят перед ним новые вызовы. С эволюцией сформировался цифровой капитал, который отвечает за навыки работы с технологиями и сетевой капитал, отвечающий за позицию в цифровом поле и алгоритмическую позицию. Данные виды капитала требуют теоретического осмысления в самостоятельном изучении или трансформаций уже имеющихся идеи. П. Бурдьё предполагал, что диплом служит определённым доступом к карьерной позиции.

Однако с появлением цифровизации диплом не всегда соответствует реальным знаниям и компетенциям. Но стоит отметить, что, с другой стороны, люди, обладающие самообразованием и востребованными компетенциями, бросают вызов классической модели образования. С появлением личного бренда символический капитал имеет свой «вертикальный лифт», который проявляется через управление вниманием, репутационные манипуляции, через бренд, через присутствие в медиа. Чем выше частота присутствия на публике или упоминание в медиа сфере, тем выше доверие и отношение к личному бренду.

Также стоит отметить, что ценность диплома со временем трансформировалась. В эпоху тотальной цифровизации наличие образования не может гарантировать стабильный доход. Этим можно сказать, что модель Бурдьё имеет свою актуальность в текущие дни, но требует модернизации.

Таким образом, полученное высшее образование сохраняет свой целенаправленный конвертационный потенциал, однако его механизм перестал быть автоматическим. Наличие документа об образовании не гарантирует ни дохода, ни статуса, ни признание в обществе. Для успешной конвертации образования нужны факторы, которые включают в себя: получение качественных знаний, наличие социальных связей и экономических

⁹⁰ В России предлагают запретить работу психологов-недоучек из соцсетей // Рен ТВ. URL: <https://ren.tv/longread/1021895-v-rossii-predlagaiut-zapretit-rabotu-psikhologov-nedouchek-iz-sotssetei> (дата обращения: 10.06.2026).

ресурсов, благоприятное состояние рынка и востребованность определённых специалистов, индивидуальная стратегия выпускников.

В эпоху тотальной цифровизации актуальным вопросом в области образования будет получение формального диплома или реального капитала. Следует отметить, что формальный «диплом без знаний» часто обесценивается и редко конвертируется в пользу выпускника. Однако, человек может обладать востребованными компетенциями, но при этом не иметь диплома. Тем самым конвертация происходит, но это приведёт к столкновению с институциональными барьерами, такими как отбор при найме, который требует документ, подтверждающий навыки. Для решения данной проблемы можно сочетать формальный и реальный капитал, к примеру, с помощью исследовательских семинаров и проектных работ. Данное решение позволит эффективно реализовать накопленные ресурсы.

Также необходимо пересмотреть образовательные программы с реальными запросами рынка труда. Формировать у студентов профессиональные навыки и развитие собственного мышления, создавать научную среду для формирования инкорпорированного капитала, и не поощрять выдачу документов об образовании в виде формального капитала.

Студентам, в свою очередь, необходимо понимать важность осознанного выбора в профессиональной стратегии и опираться не на формальное получение документа, а на приобретение реальных знаний и компетенции, которое формируется через связи, профессиональные знакомства, участие в различных конференциях. Диплом является стартовым капиталом, успешность которого зависит от индивидуальных способностей и умения распоряжаться полученными ресурсами в условиях динамичных социальных изменений.

Получение формального образования подтверждает профессию. Однако, реальное образование позволяет превзойти самого себя в профессии. В современном мире, в эпоху высокой конкуренции, преимуществом будет не наличие образования в виде документа, а развитые интеллектуальных компетенций.

Литература

Бурдьё 2002 – *Бурдьё П.* Формы капитала / Пер. с англ. М. С. Добряковой // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74.

Ефимов, Лаптева 2010 – *Ефимов В.С., Лаптева А.В.* Высшее образование в России: вызовы XXI века // Университетское управление: практика и анализ. 2010. № 4. С. 6–17.

Солодовникова и др. 2024 – *Солодовникова О.Б., Малькова Е.Е., Тынкова П.И.* «Шансы удовлетворительные»: что препятствует трудоустройству молодежи в условиях кадрового голода? // Социология власти. 2024. Т. 36. № 4. С. 161–184.

Флек 1999 – *Флек Л.* Возникновение и развитие научного факта: введение в теорию стиля мышления и мыслительного коллектива. М.: Идея-Пресс: Дом интеллектуальной книги, 1999. С. 208–216.

Хлабыстова, Нетребко 2019 – *Хлабыстова Н.В., Нетребко Е.Н.* Институт высшего образования как фактор сохранения социального неравенства // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение. 2019. № 4 (249). С. 223–229.

Щербина, Попова 2020 – *Щербина В.В., Попова Е.П.* Вуз вне системы профессиональной подготовки специалистов как итог многолетних реформ российского высшего образования // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2020. № 3. С. 622–636.

III. Культура, медиа и конструирование социальной реальности

Возврат к магическому патриархату: гендерная объективизация как механизм символического упрощения в условиях глобальной неопределенности

София М. Кириченко

студентка

Научно-исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

Аннотация. В статье рассматривается феномен «магического патриархата» как специфической формы социокультурной регрессии в условиях глобальной неопределенности. Выдвигается гипотеза, согласно которой гендерная объективизация в современном дискурсе выступает когнитивным механизмом символического упрощения реальности. В условиях кризиса рациональных институтов, возврат к жестким патриархальным бинариям и объективирующим практикам выполняет функцию «заколдовывания» социального пространства, предлагая субъекту иллюзорную стабильность и понятную иерархию через редукцию сложности человеческой идентичности.

Ключевые слова: магический патриархат, гендерная объективизация, символическое упрощение, заколдовывание мира

Современная социальная реальность характеризуется состоянием утраты почвы. Процессы цифровизации, размывание традиционных институтов и глобальные кризисы лишают индивида привычных реалий. В этой ситуации мы наблюдаем парадоксальный процесс: вместо дальнейшей рационализации и эмансипации происходит новое «заколдовывание» мира, где на место критического анализа приходят архаичные мифологемы. Одной из наиболее устойчивых и эффективных мифологем становится то, что я бы определила, как «магический патриархат».

Термин «магический» здесь используется не в эзотерическом смысле, а в духе концепций Макса Вебера и Людвика Флека – как способ мышления, предлагающий простые иррациональные ответы на сложные системные вызовы. Магический патриархат обещает золотой век безопасности в обмен на возврат к жестким, биологически детерминированным ролям. В рамках этого нарратива мир снова становится понятным, когда он жестко поделен на субъекты действия и объекты обладания.

Центральным механизмом этого процесса выступает гендерная объективизация. Если в эпоху классического модерна она рассматривалась преимущественно как этическая или политическая проблема, то в условиях онтологической не-безопасности [Giddens 1990] она трансформируется в когнитивный инструмент. Объективизация позволяет упростить другого человека до набора функциональных признаков или эстетического образа. Такое символическое упрощение выполняет защитную функцию. Оно снижает когнитивную нагрузку на субъект, превращая многогранную личность в предсказуемый объект потребления или контроля.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью осмыслить текущие тенденции традиционализации как активный, хотя и деструктивный способ адаптации коллективного сознания к травме глобальной неопределенности. Важно понимать, как культура использует гендерную объективизацию, чтобы помочь человеку не замечать реальную сложность и хаотичность социальных трансформаций 2020-х годов.

Современная эпоха характеризуется прогрессирующим распадом устойчивых социальных структур и предсказуемых жизненных траекторий [Bauman 2000]. В условиях,

когда традиционные институты (семья, религия, государство) перестают давать индивиду четкие ориентиры, возникает состояние онтологической небезопасности [Giddens 1990]. Субъект оказывается в ситуации постоянного когнитивного выбора, который в условиях глобальных кризисов становится избыточным и травматичным.

В ответ на этот вызов в общественном сознании запускаются компенсаторные механизмы. Одним из них является новое «заколдовывание» мира. Если классическая рационализация по Веберу вела к «расколдовыванию» и господству расчёта [Вебер 1990], то современный кризис рациональности провоцирует обратный процесс. Мы наблюдаем попытку вернуть миру сакральность и жёсткую иерархичность через мифологизированные нарративы.

В этом контексте «магический патриархат» выступает как упрощенная модель мироустройства, где социальный хаос подменяется естественным порядком. Патриархальный нарратив предлагает обществу идею о том, что социальные роли жёстко предопределены природой. Хаос и непредсказуемость позднего модерна скрываются под иллюзией естественного порядка, который воспринимается как магический оберег. Субъекту кажется, что, если вернуть традиционную иерархию, стабильность восстановится сама собой.

Для понимания того, как этот нарратив закрепляется в обществе, продуктивно обратиться к эпистемологии Людвига Флека. Как отмечал Флек, любой мыслительный коллектив всегда ограничен рамками своего мыслительного стиля, который действует как когнитивный фильтр [Флек 1999]. Этот стиль буквально определяет, что именно индивид способен концептуализировать, а что вынужден игнорировать. В рамках патриархального мыслительного стиля возникает специфическая социальная слепота, когда культура начинает функционировать как способ (не) видеть вещи. Человек, находящийся внутри этого нарратива, теряет способность распознавать структурное неравенство, женскую субъектность или многообразие гендерных идентичностей, поскольку они не вписываются (и человек не хочет их вписывать) в его картину мира.

Таким образом, патриархальный стиль мышления сегодня становится удобным инструментом когнитивной защиты. Он отсекает пугающую сложность и многомерность социальных отношений, принудительно возвращая субъекта в бинарную систему координат: мужское/женское, сильный/слабый, активный/пассивный, субъект/объект. Такая редукция избавляет индивида от необходимости выстраивать сложные, партнерские взаимодействия в условиях неопределенности, вместо этого ему предлагается готовый, «заколдованный» шаблон поведения, где другой человек сводится к понятной и предсказуемой функции.

Понимание «заколдованного» в контексте магического патриархата невозможно без обращения к категории иррационального. Столкнувшись со сложностью кризисного мира, массовое сознание отказывается от рационального анализа причин своих бед в пользу иррациональной веры в спасительность архаичных иерархий. В этом смысле «магия» современного патриархата заключается в слепой вере в то, что возвращение женщине статуса объекта автоматическим образом починит сломавшуюся социальную реальность.

Этот иррациональный механизм имеет глубокие исторические корни. Как убедительно показывает Сильвия Федеричи в своем труде «Калибан и ведьма», историческое закрепление патриархального капитализма и объективизация женского тела требовали беспрецедентного насилия, кульминацией которого стала охота на ведьм

[Federici 2004]. В эпоху перехода от феодализма к капитализму фигура ведьмы сочетала в себе всё, что не поддавалось контролю: женскую автономию, альтернативные формы знания и непредсказуемость природы. Сам же транзит из одной формы мироустройства в другую сопровождался развалом системы ценностей, что в свою очередь создавало у общества необходимость в контроле хотя бы над чем-то, что оставалось неизменным – над женщиной. Уничтожение ведьм было процессом принудительной рационализации и сведения женщины к покорной репродуктивной функции объекта.

Современная эмансипированная, сложная, не вписывающаяся в бинарные рамки личность вновь воспринимается как угроза, как хаос, который разрушает хрупкую онтологическую безопасность. И точно так же, как историческая охота на ведьм была механизмом социальной дисциплинации, современная гендерная объективизация становится формой символического усмирения. Культура использует объективизацию, чтобы обезвредить сложный субъект, лишит его пугающей непредсказуемости и поместить в жесткие рамки «магического патриархата», где роли предписаны раз и навсегда.

Процесс объективизации лишает «Другого» субъектности и сложности. Когда человек воспринимается в парадигме как функция-роль, социальное взаимодействие максимально упрощается. Редукция сложной идентичности до набора стереотипных признаков позволяет «заколдовать» другого, превратив его в понятный и контролируемый элемент реальности.

Ярким эмпирическим проявлением описанного механизма в современной цифровой культуре выступает набравший популярность в социальных сетях (в частности, на платформе TikTok) тренд на так называемых tradwives («традиционных жен»). В рамках этого течения молодые женщины демонстративно отказываются от карьерных амбиций и финансовой независимости в пользу подчеркнуто патриархального уклада, эстетизируя роль покорной домохозяйки. В цифровом пространстве образ традиционной жены намеренно очищается от тяжелой исторической реальности – экономической уязвимости, социальной изоляции и отсутствия правовой защиты, и превращается в мифологизированный, эстетически выверенный конструкт. Рутинный домашний труд и демонстративная покорность возводятся в ранг высшего природного предназначения. Такая сакрализация является ключевым маркером «магического патриархата»: наделяя объективирующую роль священным ореолом, культура маскирует сам факт редукции личности. Символическое упрощение преподносится как духовное возвышение, а добровольный отказ от субъектности как обретение истинной гармонии с природным. В результате этот когнитивный фильтр становится максимально привлекательным, надёжно «заколдовывая» реальность и защищая индивида от необходимости критически осмысливать сложность социальных отношений позднего модерна.

Подводя итог, можно утверждать, что феномен «магического патриархата» является специфическим защитным продуктом современной эпохи. В рамках этого социокультурного нарратива гендерная объективизация сакрализуется. Превращение женской идентичности в набор фиксированных функций преподносится уставшему от кризисов обществу как спасительное возвращение к истинной природе [Walby 1990]. Социальные конструкты маскируются под строгий биологический детерминизм, что легитимирует агрессивное символическое упрощение реальности.

Этот когнитивный механизм выполняет важнейшую терапевтическую функцию для коллективного сознания, создавая иллюзию онтологической безопасности. В мире, где экономические, технологические и политические горизонты абсолютно непредсказуемы, жёстко распределенные и неизменные гендерные роли становятся своеобразным якорем. Возникает негласный социальный договор: если макросоциологический контур хаотичен, то хотя бы на микроуровне, то есть в сфере телесности, гендера и межличностных отношений, должна царить авторитарная ясность. Неопределенность будущего кажется менее парализующей, когда субъекту предлагается готовая, архаичная матрица поведения, не требующая рефлексии.

Таким образом, наблюдаемый сегодня возврат к объективирующим практикам в медиа и повседневном дискурсе перестает быть просто проявлением консервативного поворота. Это глубоко укорененная попытка психики и культуры справиться с травмирующим переизбытком свободы выбора и индивидуальной ответственности, который характерен для позднего модерна. Происходит своеобразное бегство от свободы в уютное, но деструктивное пространство «заколдованного» мира, где социальная оптика намеренно сбита. Однако такой механизм адаптации является ложным. «Магический патриархат» не предлагает реальных инструментов для работы с глобальной неопределенностью, а лишь редуцирует человеческий потенциал, позволяя обществу не видеть истинную сложность происходящих трансформаций за ширмой комфортной объективизации.

Литература

Вебер 1990 – *Вебер М.* Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 707–735.

Флек 1999 – *Флек Л.* Возникновение и развитие научного факта. М.: Идея-Пресс, 1999. 220 с.

Bauman 2000 – *Bauman Z.* Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2000. 141 p.

Federici 2004 – *Federici S.* Caliban and the Witch. Brooklyn: Autonomedia, 2004. 243 p.

Giddens 1990 – *Giddens A.* The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990. 186 p.

Walby 1990 – *Walby S.* Theorizing Patriarchy. Oxford: Basil Blackwell, 1990. 230 p.

Образ «новой женщины» в фильме Ефима Дзигана «Суд должен продолжаться»: репрезентация и реакция

Яна Е. Мордвинцева

студентка

Московский педагогический государственный университет, Москва

Научный руководитель: Елена А. Бучкина

канд. филол. наук, доцент

Московский педагогический государственный университет, Москва

Аннотация. В статье анализируется образ «новой женщины» в картине Е. Л. Дзигана «Суд должен продолжаться» 1930 года, а также переосмысление гендерной мифологии после 1917 года, когда женщина стала полноправной гражданкой после многовекового угнетения. Исследованы связь «новой женщины» и советской государственной политики в сфере «женского вопроса», гендерные проблемы, которые затрагиваются в фильме, а также общественная реакция на киноленту.

Ключевые слова: новая женщина, кинематограф, женский вопрос, новый быт, Ефим Дзиган

Приход большевиков к власти в 1917 году привел к перестройке традиционного уклада жизни в бывшей Российской империи. Одной из социальных групп, перенесших такое коммунистическое «перерождение», были женщины. Жертвы «двойного рабства», страдающие от угнетения на работе, в политической жизни и в быту [Арманд 1975], резко стали полноправными гражданками. Ведь государство нуждалось в людях новой формации: активных участниках коммунистического строительства, способных отказаться от личного счастья ради социалистической идеи. Однако многовековые представления о традиционной женщине, живущей лишь интересами семьи и тратящей всё свободное время на её обслуживание («вторую смену»), мало соотносились с идеалом «коммунистического человека». Поэтому сразу после Великой Октябрьской революции начинается процесс переосмысления гендерной мифологии, «генерализующим понятием которой становится образ «новой женщины» в пику «старой, традиционной, закабаленной» [Смагина 2023]. Независимая, свободная, холостая, умеющая сливаться с коллективом и «выварившаяся в фабричном котле» [Коллонтай 1909] героиня должна была стать поведенческим примером для советского общества. Важную роль в этих процессах сыграл кинематограф, где образ «новой женщины» стал вытеснять другие женские типы. Одним из характерных примеров изменившейся гендерной репрезентации является фильм режиссёра Ефима Дзигана по сценарию Всеволода Павловского «Суд должен продолжаться», вышедший в 1930 г., о борьбе рабочей женщины с патриархальным миром.

Репрезентация образа «новой женщины» в фильме

История главной героини Елены, лаборантки электростанции, начинается с группового изнасилования, что отсылает к печально знаменитому Чубаровскому делу [Лебина 2023]. Но авторы не останавливаются на конкретном преступлении, а используют изнасилование – самую радикальную форму потребительского отношения к женщине – как предлог для разговора о мизогинии и сексуализации, которые постоянно встречаются в повседневной жизни. Елена мечтает скорее забыть случившееся и вернуться на завод. Но,

увы, ее планам не суждено сбыться, ведь дальше фильм будет демонстрировать целую череду мужских типов, которые по своим взглядам мало чем отличаются от преступников. Это и коллеги-работники, не понимающие ужаса ситуации («И чего из-за бабы шум поднимают»), и муж-патриарх, считающий себя и семью опозоренными, и водитель, верящий в теорию «стакана воды», и адвокат, который отказывается защищать насильников, но предлагает Елене заняться с ним сексом за деньги.

Создатели фильма выстраивают образ «новой женщины» через столкновение героини и патриархальных представлений, которые мужские персонажи пытаются ей навязать, порой даже путём насилия. Елена отказывается от роли жены и уходит от мужа, мечтающего замкнуть её в узких рамках семьи, запрещая вернуться к любимой работе. Она воинственно отвечает ему: «Я хочу работать! И имею на это такое же право, что и ты». Но супруг звонит на производство и, ударив кулаком о стол, сообщает, что Елена не вернётся на завод. Он уверенно смотрит вперёд, гордо выпрямив спину. Оператор нарочито берет ракурс снизу, чтобы подчеркнуть, каким патриархом тот видит себя. Правда, этот пафос не производит никакого впечатления: Елена уже ушла, а работница на другом конце провода лишь смеётся.

Образ «новой женщины» формируется авторами и через критику популярной в 1920-е годы «теории стакана воды», согласно которой

... в коммунистическом обществе удовлетворить половые стремления и любовную потребность так же просто и незначительно, как выпить стакан воды [Цеткин 1933, с. 76].

Изначально эта концепция должна была раскрепостить женщин, дав им больше сексуальной свободы. Однако неверная её трактовка, наоборот, приводила к принуждению к половой связи, психологическому и даже физическому насилию, а отказ трактовался как «мещанство». Всё это вновь возвращало женщину на позицию безотказного сексуального объекта, цель которого состоит в удовлетворении мужчин. Персонаж водителя весь фильм будет недоумевать, почему Елена отказывается поехать к нему домой, и даже начнёт её преследовать. Неслучайно героиня, отбиваясь от мужчины, бросит в него именно стаканом воды, а затем последует крупный план осколков.

И, наконец, встреча с адвокатом, который на суде откажется защищать насильников, заявив, что их поступку нет оправдания, но позже предложит Елене плату за секс. Девушка обратится к нему за помощью в безвыходной ситуации, когда ей некуда будет идти в страшный ливень. Но мужчина лишь попытается воспользоваться затруднительным положением Елены и удивится, когда та откажется, ведь «цена вполне нормальная». Титр с этой нервно повторяющейся фразой, смонтированный с кадрами с замученной проституткой, символом женского бесправия еще в дореволюционном кинематографе, символизирует осознание главной героиней пугающих масштабов дискриминационного и потребительского отношения к женскому полу в советском обществе.

Кульминацией станет сцена суда. Насильникам вынесут суровые приговоры, которым искренне будут хлопать все те мужчины, что на протяжении фильма разрушали жизнь Елены. Героиня не может молчать, она выбегает на сцену и требует продолжения суда:

Они губят не станки и машины, а самое ценное для нас – человека! Человека, строящего социализм. <...> Чем они лучше тех пяти?!

Прожекторы освещают на переполненных трибунах лица мужа, водителя и адвоката. Зрители возвращаются на места для нового приговора.

Так, Елена переживает все роли угнетаемой женщины: жертвы насилия, жены, сексуального объекта, живого товара. Им авторы противопоставляют образ «новой женщины», которая живет интересами трудового коллектива, является в первую очередь равным товарищем и человеком, а не половой особью [Коллонтай 1909, с. 214]. Окончательно «раскрепоститься» Елена может лишь в подходящей для этого среде – в коммуне, передовой форме коммунистической жизни, где складываются новые взаимоотношения полов, основанные на равенстве и уважении, и куда она и переедет жить после разрыва с мужем.

Сценарные варианты и общественная реакция

Ранние варианты сценария были ещё трагичнее. Героиня Елизавета Лаптева также пережила групповое изнасилование, но со стороны бригады рабочих. Новость о преступлении быстро распространилась по стране: на собраниях звучали пылкие речи в её защиту, в газетах требовали высшей меры наказания. Но, увы, как и в финальной версии – общественная поддержка жертвы и осуждение подобного отношения к женщине не спасли героиню. Елизавета столкнулась с домогательствами и со вторым изнасилованием (в одном из сюжетов насильником был адвокат). К тому же, в первоначальной версии картины путь насильников не заканчивался в зале суда, ведь дальше следовала натуралистичная сцена расстрела.

Выход на экраны такой мрачной картины о жизни женщины в СССР не могли допустить, поэтому Всеволод Павловский вынужден был несколько раз изменять сценарий, к тому же были произведены досъемки и перемонтаж. Но лента всё равно заинтересовала публику. Киновед В.И. Смаль отмечал, что фильм

...вызвал волну дискуссий на зрительских конференциях в рабочих клубах, что выделяло его из общей массы агитпропфильмов, которые, как правило, оставляли зрителей равнодушными [Смаль 1980, с. 96].

Была даже выпущена брошюра для беседы о картине за авторством товарища Брука. После просмотра зрителям предлагалось дать оценку фильму, провести киносуды над мужскими персонажами, подвергнув критике их взгляды на женщину: насильники («женщина – источник удовлетворения половых вожделений, и брать её можно при помощи грубой физической силы»), муж («[Елена] <...> – домашнее животное, которое должно удовлетворять его половые желания, жить под его волей, жить только для него и ради него (и ради детей, если они появятся)»), водитель («зоологические отношения самца к самке»), адвокат («женщина – товар, который можно купить»), – и организовать диспут о том, какими будут взаимоотношения полов при социализме. Место проведения кинопоказа рекомендовали украсить плакатами со статистикой женского труда, фотографиями и лозунгами, вроде «Только строительство социализма полностью раскрепощает женщину и приобщает её к новому быту».

Картина, которая выдавала себя за историю о судебной тяжбе, постепенно выходит за эти рамки и становится площадкой для общественной дискуссии. Елена призывает вернуться на места не только массовку, но и зрителей для суда над патриархальной моралью. Во время просмотра фильма вместе с режиссером в ноябре 1930 г. публика

спорила о том, отражает ли «Суд...» истинное положение работницы в СССР. Некоторые были шокированы увиденным и яростно критиковали устаревший взгляд на женщину, показанный в фильме: «<...> неужели же до сих пор среди наших специалистов есть подобное хамское отношение к женщине, неужели после стольких лет революции <...>?». Но все же большинство зрителей сошлись во мнении, что «женский вопрос» еще нельзя считать решенным и хотели увидеть в фильме, как это можно изменить, но Ефим Дзиган так и не дал ответа на этот вопрос, переадресовав его советскому обществу: «Какими методами с этим злом бороться, как изживать это зло в своей среде, но в этом вопросе слово будет за вами».

Таким образом, фильмы о «новой женщине» порой довольно смело демонстрировали неоднозначность общественной ситуации, сложившейся в СССР в 1920–1930-е гг., когда на официальном уровне гендерное равенство было провозглашено, но не было повсеместно достигнуто в повседневной жизни. Героини таких картин находились в состоянии неравной борьбы с остатками патриархального мира: неуважительное отношение мужчин, домогательства, домашнее и сексуализированное насилие, общественное порицание за выход за рамки традиционных ролей и другие проблемы, которые вынуждена была преодолевать «новая женщина». Так, кинематограф раннего СССР стал своеобразным зеркалом для советской гендерной репрезентации, в котором отражались не только достижения, но и проблемы большевистского строя.

Литература

Арманд 1975 – Арманд И.Ф. Статьи, речи, письма. М.: Политиздат, 1975. 69 с.

Коллонтай 1909 – Коллонтай А.М. Социальные основы женского вопроса. СПб.: Т-во «Знание», 1909. 214 с.

Лебина 2023 – Лебина Н. Советская повседневность: нормы и аномалии. От военного коммунизма к большому стилю. М.: Новое литературное обозрение, 2023. 232 с.

Смагина 2023 – Смагина С.А. Новая женщина в кинематографе переходных исторических периодов. М.: Новое литературное обозрение, 2023. 190 с.

Смаль 1980 – Смаль В.И. Сквозь призму десятилетий: о политике Компартии Белоруссии в области киноискусства в 1920–1930-е годы. Мн.: Наука и техника, 1980. 96 с.

Цеткин 1933 – Цеткин К. О Ленине: Сборник статей и воспоминаний. М.: Партийное изд-во, 1933. 76 с.

Не-субъект не-порядка: фантазм заколдовывания гетерогенности

Виктория П. Батурина

студентка

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург

Аннотация. Работа объединяет хонтологию (Деррида) и лакановский психоанализ для переосмысления политического. Порядок стремится замкнуться, а субъект – совпасть с собой, но это невозможно из-за остатка Реального в виде гетерогенности и расщеплённости. Фантазм заколдовывает разрыв (Лакан), а диспозитив производит не-субъектов (Жижек). Политическое разворачивается как расколдовывание в зазоре невозможности целостности.

Ключевые слова: гетерогенность, хонтология, расщепленный субъект, объекта, возвышенный объект идеологии, фантазм, диспозитив

Данная работа является продолжением и расширением предыдущей [Батурина 2025], в которой была концептуализирована гетерогенность как наличествующая невозможность замыкания гегемонии. Гетерогенность как нечто, что не может быть интерпеллировано в текущем дискурсе и не имеющее выхода в Символическое, в тот же самый момент является отсутствующим конституирующим, самым своим не-присутствием создающим порядок таковым, каковым он предстаёт перед нами. Гегемония всегда стремится к замыканию, к фиксации означающих для собственной стабилизации, но не может достичь из-за этого внутреннего предела (гетерогенности, которая в случае явления обнажит, подобно лакановской травме, случайность и нелепость гегемонии, символического порядка, который функционирует для нас как здравый смысл; обнажение имеет подрывной характер для гегемонного политического дискурса и происходит ворошением седиментированных слоев). Под седиментацией понимается забывание происхождения, когда изначально «скандальное» политическое решение теряет свою остроту и социальные практики, к которым оно изначально принуждало, становятся само собой разумеющейся рутинной [Морозов 2009, с. 86]. Дискурсивный излишек не может быть устранен окончательно: он всегда возвращается как след, гегемония всегда уже преследуется тем, что она исключает, поскольку в самом центре ее – лишь дыра, подобно тому, как если бы мы могли не увязнуть в бесконечных цепочках и игре означающих/означаемых в поисках S1, мы наткнулись бы лишь на голое отсутствие.

Под следом понимается не-присутствие, которое делает присутствие возможным через невозможность его полноты и бесконечное откладывание (*différance*). Сам термин (след), безусловно, интертекстуально отсылает к Хонтологии (*hauntology*/призракология) [Derrida 1994]. От Аристотеля к Хайдеггеру бытие понималось как наличествующее присутствие, однако Деррида совершает (х)онтологический поворот и утверждает, что присутствие всегда структурно заражено отсутствием; бытие никогда не бывает полностью идентично себе или дано во всей своей полноте, оно всегда уже преследуется (*haunted*) отсутствующим, конституируется через то, что не случается (*fails to arrive*), бесконечно откладывается (*deferred*), остаётся структурно невосполнимым. Обращаю внимание на используемый вокабуляр (конкретное означающее «откладывание» уже «заражено»

дерридеридианской игрой *différence/différance*) [Derrida 1976]. Таким образом, бытие дано только в модусе призрака (*le spectre*) и является (как акт), только уже будучи преследуемым тем, чем оно не является, что отсутствует, не прибыло, не может прибыть. Истинное событие или смысл всегда «грядет» (*à-venir*), но никогда не застывает в форме пребывания. Иначе говоря, призрак не может прибыть, он вечно прибывающий (*l'arrivant*) как обещание или угроза. Давая дефиницию, призрак – это не-присутствие (*non-presence*), которое тем не менее действует. Он не врывается, как нечто не схваченное оппозицией, не репрезентированное ранее, нарушая какое-то бытие, становясь его исключением. Но всегда уже здесь, конституирует само бытие как призрачный эффект. Резюмируя, присутствие всегда структурно заражено (преследуется) призраком (отсутствием/действующим не-присутствием), тем, что исключается, чтобы само-стабилизироваться.

Говоря о том, что гетерогенность врывается в символический порядок, обнажает его внутреннюю нестабильность и стремится деконструировать (чтобы реконструировать вновь), я сохраняю пресуппозицию, что гетерогенность является призраком гегемонии в терминологии, данной выше. Важно, что гетерогенность является онтологической, это и есть внутренняя (не)возможность ((un)decidability у Деррида). Вот что я подразумеваю под не-порядком. Аналогично, порядка никогда и не было. Гетерогенность – призрак того, что никогда не было присутствием (не было оригинала, трансцендентального означаемого, есть только вечная игра различий) [Деррида 2007].

Гетерогенность заставляет порядок стремиться к замыканию (без разрыва не было бы и стремления его преодолеть) и одновременно обрекает это стремление на вечную неполноту. И это не только свойство (не)-порядка, но и (не)-субъекта. Субъект не может замкнуться на себе, он всегда расщеплен, всегда *не-весь*. Это неизбежно приводит меня к Лакану. Именно лакановский психоанализ предлагает концептуальный аппарат, позволяющий помыслить расщепление субъекта как конститутивную структуру. В политологии в целом не принято считать психоаналитическую рамку продуктивной, в попытках применить которую и предстоит новизна и уникальность работы.

Мой тезис заключается в том, что подобно тому, как порядок стремится к замыканию, субъект стремится к объекту а (*objet petit a*), чтобы гарантировать собственную целостность. Ничто из этого не может быть возможным ввиду внутренней гетерогенности порядка и расщепленности субъекта, являющимися отсутствующими конституирующими соответственно. Ставить вопрос о первопричинности в духе, порядок ли гетерогенен из-за расщепленности субъекта или *vice versa* – значит воспроизводить агент-структурные дебаты, что не является целью данной работы. Очевидно, что расщепленный субъект (*the barred subject*, \$) и гетерогенный порядок (Большой Другой как *не-весь*) нельзя помыслить друг без друга. Важным я нахожу здесь импликацию этого спекулирования метафизическими категориями: именно в этом зазоре между невозможностью субъекта совпасть с собой и невозможностью порядка замкнуться, разворачивается политическое. Для начала необходимо прояснить ключевые понятия лакановского аппарата, используемые здесь.

Объект-причина расщепленности не-субъекта

Воображаемое, как регистр психики, описывает попытку обретения субъектом образа целостного я (стадия зеркала), когда путем помещения образа другого (*autre*) внутрь себя ребенок переживает единство, через которое обретает способность управлять

собственным телом, господство [Lacan 1977]. После *le complexe du sevrage* ребенок натывается на необходимость стремиться к обретению самостоятельности, но не может этого сделать ввиду внутренней расколотости и отсутствия цельного образа себя. Ему может помочь лишь зеркало. *Imago* (внешний образ/*ideal*-я, *i(a)*) захватывает субъекта, гипнотизирует, становящийся субъект отождествляет себя с ним и получает необходимое. Но в процессе отождествления, образ себя одновременно конституирует и отчуждает субъекта от него самого (помещая другого в себя, я теряю себя, но что есть себя?). Идентификация всегда является мисидентификацией, ложным узнаванием (*méconnaissance*). Целостный образ эго (=симптом) скрывает, что под ним ничего нет, лишь волнующая, беспокоящая нехватка целостности. Субъекту, чтобы возникнуть, необходимо потерять себя в другом (образах, отражениях, языке, означающих). Лишь внешнее способно дать определённую, он (\$) обрекает себя на потерю и обретение субъектности, что, в сущности, одно и то же. Встречая чужие слова, мы отождествляемся с тем, что в них находим и находим то, с чем мы отождествляемся. В действительности, мы не находим себя в тексте, нас там никогда не было [Neill 2013]. Мы ошибаемся, принимаем найденное за то, чем мы, как нам кажется, являемся, рисуем образ себя в воображении и вписываем себя в образ, который конструируем при получении чужих слов. Мы недоузнаём (*méconnaissance*) себя в дискурсе другого.

Отношение к другому (*autre*) структурируется языком, Воображаемое переписывается Символическим. Последнее, как регистр, воплощает собой инстанцию буквы, порядок означающего. Субъект захватывается не образами, а означающими. Большой Другой (*Autre*) – это система координат, которая определяет, почему тот или иной образ/другой (*autre*) будет мной избран для само-(не)отождествления [Lacan 1953–1954]. Вход в языковое пространство является новой потерей себя, но уже в Другом. Под символической кастрацией понимается необходимость редуцирования к означающим. Появление мысли и эксплицитного выражения в языке неизбежно ведет к утрате, слова всегда находятся в поле Другого (не я эти слова изобретал). Таким образом, становление субъекта является чередой отчуждений, потерь себя в другом и в Другом. Символическое не описывает, а предписывает реальность, в которую невозможно не войти. Важно различие между субъектом высказывания и субъектом высказанного [Lacan 1977]. Тот, кто делает высказывание, то присутствие, из которого делается высказывание, и смысл самого высказывания, тот субъект, который возникает в этом высказывании, не тождественны. Субъект (\$) существует в разрыве между ними. Иными словами, расщепленный субъект – это эффект самого символического порядка, он не предшествует языку, а возникает в нём, как зазор между означающими.

Реальность есть переплетение Воображаемого и Символического, но всегда нечто ускользает от их хватки и настаивает из другого места. Это атопичное (атопос), по ту сторону символизации и идентификации – регистр Реального, представляющий собой нечто, что не может быть названо (означено), с чем невозможно соприкоснуться напрямую. Травма не может быть символизирована полностью (как минимум, необходимостью редуцирования опыта к не-своим словам). Но именно этот неустранимый остаток, отказ поддаться означиванию определяет, как субъект будет встраивать событие нарративно, как он будет воображать себя, как он будет строить фантазмы. По аналогии с гетерогенностью, Реальное является отсутствующим конституирующим для реальности (то есть переплетения Воображаемого и Символического).

Таким образом, гетерогенное, как остаток Реального (травмы), врывается (точнее сказать артикулируется, ведь оно всегда уже там наличествовало, как след) в Символический порядок и самым своим возвращением угрожает ему. (Не)возможность же субъекта (\$) обеспечивается объектом а (*objet petit a*). Субъект не является неполным из-за некогда утраченной полноты, он всегда был таковым (не-субъектом), эта неполнота конститутивна для его возникновения как такового (как гетерогенность для гегемонии). Но а – это невозможная объект-причина желания, ее невозможно схватить, при попытке ухватиться за нечто, что, кажется, гарантирует целостность для \$, оказывается, что а в нем отсутствовало, оно уже смещено [Lacan 1960–1961], потому что а вообще не имеет субстанциональной сущности (что бы я ни получил, это будет не то, что я хочу, потому что я хочу не этот конкретный объект, а объект-причину желания, которая указывает на Реальное (мою расколотость) и не может быть представлена в реальности как таковой). Это расщепленный субъект приписал другому прибавочное наслаждение (*plus-de-jouir*), чтобы компенсировать утрату Наслаждения (*jouissance*), поскольку последнее по определению избыточно и болезненно. Чтобы субъект мог функционировать, часть наслаждения должна быть утрачена (символической кастрацией). Тем не менее, \$ вынужден вечно стремиться к а, в этом заключается фундаментальный фантазм ($\$ \diamond a$), структурирующий желание, прикрывающий пустоту Реального (заполнить ее невозможно, но можно создать иллюзию, что за ней есть нечто, что субъект может достичь, что разрыв может быть закрыт). Фантазм обещает обретение целостности субъекту в заполучении объекта а, однако метонимия желания (смещение с одного объекта на другой) бесконечна, она является отражением конститутивной нехватки и делает желание бесконечным. Важно понимать, что желание не может быть направлено на другого (а - *autre*), как такового, оно всегда направлено на фантазм другого.

Фантазм заколдовывания гетерогенности

Не-порядок и не-субъект стремятся к фантазму заколдовывания собственной не-весь-ности. Как это стремление материализуется? На уровне дискурса, поскольку гетерогенность онтологична, возможно лишь набросить на нее означающие (символизировать, назвать), создать фантазмы врага, угрозы, объекта желания, который должен замкнуть порядок. Идентичность (*self*) формируется всегда в процессе инаковизации (*othering*). Обретение смысла через систему дифференциальных различий (антагонистических отношений) – артикуляция. Смысл не существует до нее, а конституируется в ее момент, подобно тому, как у Фуко субъект не существует до властных отношений, а у Лакана до вхождения в Символическое. Антагонизм выступает свидетелем (не)возможности замыкания порядка. Идентичности всегда реляционны и существуют только в логике различий, которая подразумевает апофатическое означение (*signification*). Иначе говоря, Другой гарантирует мое существование и в то же самое время угрожает его стабильности. Поэтому исключенный внешний (*excluded outside*) не является в действительности внешним, он всегда существует внутри дискурса, чтобы означать нас (образ врага никогда не исключается, а, наоборот, подкрепляется угрозой его вмешательства, что делает отношения антагонизма стабильными, идентичности раба и господина конституируются посредством взаимного признания друг друга как таковых, диалектически взаимозависимы, господин является таковым ровно потому, что определяется через отношения с рабом, не будь раба, он бы не был господином). Это

указывает на невозможность обозначения границ системы вообще (нет никакого «внешнего», которое не было бы уже частью игры означения), а также прямого смысла (всегда необходим референт). Однако гетерогенность – это не просто Другой, а пространство для артикуляций, подавляемых гегемонией, попытка исключения означала бы необходимость означения, то есть признания (что невозможно, ведь это несимволизируемый остаток в терминах лакановского Реального). Гегемония не может обозначить гетерогенное, поскольку оно подрывает ее логику изнутри. Это является условием необходимости скрывать дискурсивный избыток.

Идеология призвана производить фантазмы, прикрывающие дыру Реального [Žižek 1989]. Фантазм – сценарий, структурирующий желание именно так, чтобы субъект не сталкивался с этой дырой напрямую, а лишь вечно стремился к иллюзорной цели, обещающей ее заполнение (*objet petit a*). На уровне политического дискурса это означает производство возвышенного объекта идеологии. Для Жижека после конца великих нарративов, идеология работает не через ложное сознание (когда субъект обманывается идеологическими конструкциями и верит в их истинность), то есть незнание, а напротив, когда субъект знает об их иллюзорности, но действует так, будто они истинны. Возвышенный объект идеологии изоморфен объекту *a* Лакана, занимает место невозможного, несимволизируемого Реального, которое было бы способно закрыть структурную дыру в символическом порядке. Гетерогенность заколдовывается этим обещанием (наличия чего-то способного прикрыть дыру, структурировать желание, легитимировать власть, производить наслаждение и быть невозможным, например «стабильность», «демократия», «великое прошлое»). Фантазм является структурной необходимостью любого символического порядка в целом, он не может существовать без возвышенного объекта, который занимает место его собственной невозможности.

От не-порядка к не-субъекту

Вечное стремление к замыканию обеспечивается материальной машиной по производству субъектов, знания, желаний и практик. Таковым является *диспозитив*, или же: «всё то, что имеет некоторым образом способность захватывать, направлять, определять, перехватывать, моделировать, контролировать и обеспечивать жесты, поведение, мнения и дискурсы живых существ» [Agamben 2009, p. 2].

Как диспозитив действует? Кинематографический аппарат производит позицию *трансцендентального субъекта*, который мыслит мир, но сам не является его частью. Классический кинематограф, подобно платоновской пещере, скрывает свою работу, создавая иллюзию, что зритель не наблюдаемый, а и есть чистое видение. Поэтому диспозитив так эффективен как *машина заколдовывания*: он производит субъектную позицию, которая сама не замечает, что она произведена [Baudry 2004]. Кинодиспозитив является *воображаемым означающим*, то есть *создающим иллюзию своего отсутствия*. Это необходимо для производства эффекта реальности, который субъект (\$) переживает как целостность. Если бы зритель замечал монтажные склейки, движение камеры, работу оператора, он бы натолкнулся на расщепление между тем, кто смотрит (трансцендентальная позиция чистого видения), и тем, что производит это видение (материальный аппарат, который должен оставаться невидимым, чтобы иллюзия целостного *я* сохранялась) [Metz 1982].

Воображаемое означающее стремится к своему собственному исчезновению, быть забытым как означающее. Зритель становится вуайеристом, подглядывающим за тем, что не предназначено для его взгляда, оставаясь при этом скрытым и не вовлеченным в действие, он забирает не-свое наслаждение (свое наслаждение губительно, см. часть о Лакане). Это буквально стадия зеркала, зритель получает образ собственной целостности, но этот образ отчужденный, приходящий извне. Идентификация с камерой тоже *méconnaissance*. В этом смысле Агамбен преследует Лакана: процесс субъективации всегда сопровождается процессом десубъективации; чтобы стать субъектом (определённой позиции в порядке), нужно потерять себя, отчуждаться в диспозитиве [Agamben 2009]. Кино даёт ощущение полноты бытия для того, чтобы скрыть, что этой полноты нет, но и в самом акте интерпелляции (предложения субъекту идентичности) диспозитив производит расщепление. И вновь субъект высказывания и субъект высказанного не совпадают (\$ зиждется в зазоре между ними), и вновь диспозитив будет заколдовывать фундаментальную расщепленность благодаря эксплуатации метонимии желания, превращая бесконечное откладывание удовлетворения в единственный модус бытия субъекта (в перманентной нехватке в гонке за). Диспозитив производит уже расщепленных, не-совпадающих с собой не-субъектов, вынужденных вести себя так, как если бы они совпадали. Важно, что он их не расщепляет (целостности никогда не было), а конструирует сам способ бытия субъекта (не-совпадения) в не-порядке, это не просто трансляция фантазма (желайте этого), а структурирование самого восприятия, самой оптики взгляда, исходя из которой нечто вообще может быть означено как желанное. Диспозитив, иными словами, не внушает желание, а производит саму возможность (и невозможность) желать определённым образом и в определённых границах.

Зазор политического

Диспозитив может быть расколдован, это и есть Политическое. Бен Чхоль Хан [Хан 2019] описывает современного западного субъекта как расколдовавшего мир (лишившего его трансценденции) и теперь сидящего в депрессии, не зная, что делать со своей свободой. Диспозитив заколдовывает эту расщепленность, предлагая фантазмы целостности, но я полагаю, что расколдовывание – это не возврат к статусу-кво (это невозможно, не-субъект и не-порядок – есть единственная данность), а обнажение работы, демонстрация того, что фантазм не ведет к удовлетворению, что идентичность всегда мисидентификация. Политическое, следовательно, не может быть направлено на достижение возвышенного объекта, но должно быть направлено на обнажение дыры порядка и субъекта; это – возможность иного способа бытия-в-мире (это и есть место сопротивления). Заимствуя у Батлер, политика, которая признает общую уязвимость (*precarity*), начинается не с требования целостности, а с признания иллюзорности возможности подобного, и именно в этом акте появляется иная форма коллективного действия [Butler 2009].

Таким образом, политическая субъективация не является обретением целостной идентичности, а процессом, в котором субъект признает свою собственную не-весь-ность и не-весь-ность порядка и из этого признания, а не вопреки ему, начинает действовать. Политическое разворачивается в зазоре между символическим порядком и его гетерогенным остатком, между иллюзией целостного субъекта и его фундаментальной расщепленностью. Не-весь-ность является возможностью для постсуверенной политики.

Литература

Батурина 2025 – *Батурина В.П.* Гетерогенность как наличествующая невозможность замыкания гегемонии // Социология как *res-publica*: Сборник статей по материалам XXIV Всерос. науч. конф. студентов и аспирантов / Сост.: А.С. Елистратова, Д.С. Агафонова. М.: РГГУ, 2025. С. 363–368.

Деррида 2007 – *Деррида Ж.* Структура, знак и игра в дискурсе гуманитарных наук. В кн.: Письмо и различие. М.: Академический проект, 2007. С. 445–474.

Морозов 2009 – *Морозов В.Е.* Россия и другие. М.: Новое литературное обозрение, 2009. 656 с.

Хан 2019 – *Хан Б.Ч.* Общество усталости. Пер. И. Кушнareвой. М.: Изд-во Института Гайдара, 2019. 70 с.

Agamben 2009 – *Agamben G.* What Is an Apparatus? and Other Essays. Translated by D. Kishik, S. Pedatella. Stanford: Stanford University Press, 2009. 68 p.

Baudry 2004 – *Baudry J.L.* The Apparatus: Metapsychological Approaches to the Impression of Reality in Cinema // Film Theory and Criticism /Ed. by L. Baudry, M. Cohen/ 6th ed. Oxford: Oxford University Press, 2004. P. 206–223.

Butler 2009 – *Butler J.* Frames of War: When Is Life Grievable? London; New York: Verso, 2009. 193 p.

Derrida 1976 – *Derrida J.* Of Grammatology. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1976. 444 p.

Derrida 1994 – *Derrida J.* Specters of Marx: The State of the Debt, the Work of Mourning and the New International. London: Routledge, 1994. 277 p.

Lacan 1977 – *Lacan J.* Écrits: A Selection. New York: W.W. Norton & Company, 1977. 189 p.

Lacan 1953–1954 – *Lacan J.* The Seminar of Jacques Lacan, Book I: Freud's Papers on Technique (1953–1954). Translated by J. Forrester. New York: W.W. Norton & Company, 1988. 326 p.

Lacan 1960–1961 – *Lacan J.* The Seminar of Jacques Lacan. Book VIII: Transference (1960–1961) / Translated by B. Fink. Cambridge: Polity Press, 2015. 373 p.

Metz 1982 – *Metz C.* The Imaginary Signifier: Psychoanalysis and the Cinema. Bloomington: Indiana University Press, 1982. 327 p.

Neill 2013 – *Neill C.* Breaking the Text: An Introduction to Lacanian Discourse Analysis. Theory & Psychology. 2013. Vol. 23 (3). P. 334–350.

Žižek 1989 – *Žižek S.* The Sublime Object of Ideology. London: Verso. 1989. 303 p.

Повторное заколдовывание: почему рост доступа к знаниям не отменяет,
а усиливает магические практики

Кирилл А. Тихонов

студент

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Научный руководитель: Ольга С. Мосиенко

канд. социол. наук, доцент

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону

Аннотация. Статья рассматривает влияние доступа к информации на рост числа магических практик. Изучаются психологические и биологические механизмы влияния информации на сознание. Делается вывод, что новости, социальные сети и интернет формируют потребность в контроле над жизнью и снятии ответственности, что является одним из факторов веры в магию.

Ключевые слова: информационная перегрузка, магическое мышление, выученная беспомощность, мифологизация, социальные сети

Возрастающая интеллектуализация и рационализация означает... что принципиально нет никаких таинственных, не поддающихся учёту сил, что, напротив, всеми вещами в принципе можно овладеть путём расчёта. Это и есть расколдовывание мира [Вебер 1990, с. 713–714].

В своей работе «Наука как призвание и профессия» Макс Вебер отметил взаимосвязь между ростом знаний о мире в обществе и снижением числа магических и иррациональных практик. Чем больше человеку известно про мир, в котором он живёт, тем меньше его потребность в мистических силах. Очевидно, что спустя более чем сто лет после написания данной работы, когда объём знаний о мире вырос ещё больше, а Интернет сделал их доступными для большинства, магия должна исчезнуть из общества.

Однако это не так. Во всём мире более одного миллиарда человек верят в существование колдовства⁹⁵. Более 80% россиян допускают существование сверхъестественного, 85% обращались к каким-либо магическим практикам хотя бы раз в жизни⁹⁶.

Рынок оккультных услуг в России сопоставим с рынком продуктов питания⁹⁷. На платформе TikTok существует около девяти миллионов видео с тегом #Tarotreading⁹⁸, общее число видео с контентом магического характера подсчитать проблематично.

© Тихонов К.А., 2026

⁹⁵ Witchcraft beliefs are widespread, highly variable around the world // Eurekalert URL: <https://www.eurekalert.org/news-releases/971587> (дата обращения: 12.04.2026).

⁹⁶ Мистика где-то рядом // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mistika-gde-to-rjadam> (дата обращения: 12.04.2026).

⁹⁷ Оккультный бум на рф: расходы россиян на колдунов побили рекорды – какая из услуг самая популярная // 5.ua. URL: https://www.5.ua/dv/ru/tresh/341554?__cf_chl_tk=vPNvQWa9fPdTVoCzmV8khzetA0YvlmyjiIfWcV5i_U1770571261-1.0.1.1-s4XeCyHayoQUedmcc0ZVbWmTMFGMML_VhztIOyzWSo8 (дата обращения: 12.04.2026).

⁹⁸ Inside the UK's tarot card boom as millions flock to TikTok fortune tellers // Mirror. URL: <https://www.mirror.co.uk/lifestyle/inside-uks-tarot-card-boom-36039397> (дата обращения: 12.04.2026).

Можно с уверенностью заявить, что, несмотря на увеличение количества доступной информации, магия не покинула жизнь людей, вопреки концепции Вебера. Скорее наоборот, рост информационных потоков создал все основания для «заколдовывания» мира. Причины лежат в устройстве человеческой психики.

Информационная перегрузка и психологическая беспомощность

Вся наука медиа построена вокруг эксплуатации особенностей человеческого разума, чтобы привлекать внимание читателя и удерживать его на протяжении всей статьи. Новости пишутся так, чтобы вызвать у человека яркую эмоциональную реакцию, живой интерес к происходящему где-то в другой части мира.

Самый простой способ – описывать негативные события, чем масштабнее и ужаснее, тем лучше. Большинство подсчётов показывают, что количество позитивных или нейтральных новостей в СМИ не превышает 50% даже в спокойные времена, доходя до 15% в кризисные моменты⁹⁹. Мозг человека эволюционно приспособлен острее реагировать на негативные события, поэтому новости о терактах привлекают намного больше пользователей Интернета, чем что-то хорошее.

Публикации про негативные события создают давление на психику. Человек знает про все угрозы и несчастья, происходящие в мире, эмоционально вовлечён в них, однако не в силах ничего поменять. При длительной стимуляции происходит даунрегуляция рецепторов – для получения того же эмоционального отклика требуется больше нейромедиаторов. При просмотре контента происходят постоянные выбросы норадреналина (при прочтении негативных новостей), дофамина (при переходе к другому контенту) и кортизола (при длительном негативном подкреплении). Как следствие, мозг попадает в дофаминовую яму, появляется апатия, снижается мотивация. Именно так работает думскроллинг¹⁰⁰.

Примечателен и культ гиперуспеха. Возникновение данного феномена – тема отдельной статьи, в рамках данной работы значимо его влияние на психику человека. Симулякр успеха выступает объектом социального сравнения, которое проводится не в пользу потребителя контента. Это приводит к падению самооценки и усиливает ощущение беспомощности, уже сформированное новостной лентой. Продвигаемая идеология личной ответственности только усиливает ощущение собственной незначительности.

Большие информационные потоки негативно влияют на психику. Доступ к любой информации лишает человека чувства контроля, уверенности в себе, веры в будущее. Естественно, что человек хочет снять с себя ответственность и вернуть себе чувство контроля. Именно в этом и заключается популярность магических практик.

Магические практики как способ возвращения контроля

Алгоритмы социальных сетей направлены на удержание пользователя. Пользователь видит тот контент, который с наибольшей вероятностью вызовет реакцию и побудит к просмотру. Видео с магическими практиками продвигаются алгоритмами потому, что они

⁹⁹ Why social media users like sharing negative news // university of cambridge URL: <https://www.jbs.cam.ac.uk/2024/why-social-media-users-like-sharing-negative-news/> (дата обращения: 12.04.2026).

¹⁰⁰ Dopamine, Overload, and Despair: How the Internet Is Systematically Breaking Our Brains // mentalzon URL: <https://mentalzon.com/en/post/7890/dopamine-overload-and-despair-how-the-internet-is-systematically-breaking-our-brains> (дата обращения: 12.04.2026).

удовлетворяют потребности людей в безопасности и контроле, снимают груз ответственности за происходящее в жизни.

Когда Бронислав Малиновский описывал поведение рыбаков Тробианских островов, он нашёл важную закономерность: чем больше неопределённость и опасность, тем больше человек полагается на магию и ритуалы. В спокойной лагуне рыбаки полагались исключительно на свои навыки, но, когда они выходили в открытое море, они совершали множество ритуалов и обвешивались амулетами и оберегами.

Когда человек сталкивается с ситуацией, в которой он беспомощен, он начинает совершать завершающие действия, имитирующие желаемый исход.

Мы находим магию там, где есть место случайности, эмоциональной игре надежды и страха. Мы не находим магии там, где всё ясно, надёжно и хорошо контролируется рациональными навыками и технологическими процессами [Malinowski 1948, p. 108].

Именно магические ритуалы позволяют вернуть чувство контроля. Однако на этом их роль не исчерпывается. Каждая магическая система представляет собой миф – вторичную семиологическую систему, надстройку над языком. Видео с раскладом таро в TikTok скрывает за собой мифологическую систему, объясняющую мир. Так происходит деполитизация – реальные причины скрываются, уступая место мифологическим [Барт 2019]. Это работает потому, что простые объяснения намного привлекательнее, ими проще оперировать и они не требуют усилий для осознания.

Карма, гороскопы, расклады таро, натальные карты – всё это направлено на перекладывание ответственности с субъекта на что-то иное, например, звёзды или отработку кармы. Верящий в гороскоп человек не ощущает груза личной ответственности за происходящие в его жизни события, его несчастья и неудачи становятся не результатом его ошибок, а неудачным расположением звёзд.

Причины обращения к магическим практикам

Стоит описать причины того, почему рациональный и образованный человек может поверить в магию. Первая причина – информационная перегрузка. Поглощая множество информации, мозг «устаёт», поскольку существуют определённые лимиты обработки данных. Когда данные лимиты превышены, возникает когнитивная перегрузка. Как результат, сознание начинает упрощать процесс мышления, снижая критичность восприятия.

Вторая причина – потребность в безопасности и стабильности (онтологическая безопасность [Гидденс 2011]). Человек имеет базовую потребность в предсказуемости и стабильности мира, которая нарушается информацией извне. Магия возвращает в мир стабильность, объясняя все события и факты не сложными теориями и концепциями, а вселенскими законами, постоянными и предсказуемыми.

Третья причина – когнитивный диссонанс. Сталкиваясь со своей беспомощностью, человек нуждается в разрешении противоречия между своей самооценкой и реальностью. Это противоречие можно разрешить либо, изменив один из элементов, вступающих в противоречие, что сложно психологически, либо добавив оправдание. Магия выступает удобным оправданием, разрешающим противоречие между «я взрослый самостоятельный человек» и «я ничего не могу сделать».

Таким образом, когда человек, находящийся в сложном психическом и умственном состоянии, сталкивается с магическими практиками, они становятся стратегией самосохранения, защищая от чувства беспомощности, возвращая контроль, снимая ответственность. Истощённое постоянной обработкой большого количества информации сознание принимает простую и приятную концепцию, встраивая её в своё мировоззрение.

Таким образом, технологии, которые должны были «расколдовать» мир, заменив магическое и иррациональное научным и рациональным, на практике создали основу и стали инструментом для распространения и масштабирования магических практик. Магические мифы подменяют экономические и политические причины мистическими, смещая фокус сознания с рынка труда и инфляции на отработку кармы и ретроградный Меркурий. Магическая культура учит человека не видеть реальных причин своего положения, подменяя их на простые и приятные мифы.

Литература

Барт 2019 – *Барт Р.* Мифологии. М.: Академический проект, 2019. 312 с.

Вебер 1990 – *Вебер М.* Избранные произведения / Пер. с нем.; Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайденко. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

Гидденс 2011 – *Гидденс Э.* Последствия современности. М.: Праксис, 2011. 352 с.

Malinowski 1948 – *Malinowski B.K.* Magic, Science and Religion and Other Essays. Glencoe: Free Press, 1948. 344 p.

IV. Справедливость, неравенство и общественное участие

За пределами формального равенства:
социокультурные ограничения общественно-политической активности женщин

Арина А. Айрапетян

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина Ю. Милованова

канд. ист. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена анализу социокультурных ограничений общественно-политической активности женщин в современной России. На основе тематического анализа 13 глубинных интервью с участницами Социал-демократического союза женщин России (2021–2022) и 10 экспертных интервью (2025) выявлены четыре кластера ограничений: гендерная стратификация уровней власти по принципу «перевернутой пирамиды», неформальные механизмы рекрутинга, стереотипные ожидания, формирующие «двойной стандарт» требований, а также структурный конфликт семейных и карьерных ролей.

Ключевые слова: гендерные исследования, политическое представительство, гендерная асимметрия, социокультурные барьеры, «стеклянный потолок», женщины в политике, политический рекрутинг, гендерные стереотипы

В год выборов в Государственную Думу вопрос об условиях участия женщин в публичной политике приобретает особую актуальность. Несмотря на то что российское законодательство не содержит ограничений по признаку пола, гендерная асимметрия в органах власти остаётся устойчивой. По данным ВЦИОМ за 2024 г., 78%¹⁰² опрошенных считают, что женщины должны участвовать в политике наравне с мужчинами, однако реальные показатели представленности женщин на высших уровнях власти существенно расходятся с этими декларируемыми установками.

Социокультурные ограничения общественно-политической активности женщин освещены в работах ряда отечественных исследователей: проблемы политического рекрутинга и карьерных барьеров анализируются в трудах Бальбот и Крыштановской [Бальбот, Крыштановская 2024], активизация женских движений в политическом пространстве рассматривается у Дзаховой и Бурнацевой [Дзахова, Бурнацева 2021], женские организации как сегмент гражданского общества исследует Ломова [Ломова 2021], гендерное неравенство в региональных органах власти изучается Колесник [Колесник 2021], женское участие в публичной политике анализируется Миловановой [Милованова 2021; Милованова, Золотых 2023], положение женщин в российском обществе рассматривается Хасбулатовой [Хасбулатова 2019]. Участие женщин в системе властных отношений изучалось в различных аспектах: анализировалась статистика их присутствия в органах представительства, выявлялись качественные характеристики женского депутатского корпуса, исследовались стереотипы общественного сознания и специфика социального восприятия женской политической активности. Вместе с тем вопрос о роли

© Айрапетян А.А., 2026

¹⁰² Официальный сайт ВЦИОМ «Женщины в политике: мониторинг». URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhenshchiny-v-politike-monitoring> (дата обращения: 10.04.2026).

социокультурных факторов в общественно-политической деятельности женщин, рассматриваемый сквозь призму их субъективного опыта, остаётся слабо изученным. Данное обстоятельство определяет научную новизну настоящей работы.

Методология и эмпирическая база

Объект исследования – женщины деятельного и активистского типов. Предмет – социокультурные факторы, определяющие условия их общественно-политической активности. Цель – выявить и систематизировать социокультурные ограничения общественно-политической активности женщин.

Выбор качественной стратегии обусловлен необходимостью реконструкции субъективных смыслов, выявления неформальных практик и латентных механизмов, которые не фиксируются количественными методами, но определяют реальные возможности реализации социального потенциала.

Исследование опирается на материалы двух самостоятельных проектов с использованием метода полуструктурированного глубинного интервью. Первый – качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР» (2021–2022 гг.) – включал 13 интервью с участницами Социал-демократического союза женщин России (СДСЖР), имеющими опыт депутатской деятельности и/или баллотирования на выборные должности [Милованова, Котлярова 2022]. Второй – авторское экспертное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите» (январь–март 2025 г.) – включал 10 интервью с представителями различных уровней власти со стажем в политической сфере не менее двух лет. Для обработки полученных данных применялся метод тематического анализа: из каждого интервью выделялись тематические блоки, совпадающие по содержанию с общей темой исследования. В результате было выделено четыре кластера социокультурных ограничений.

Результаты исследования

Кластер 1. Гендерная стратификация уровней власти

Устойчивая закономерность, описываемая в литературе как «гендерная пирамида» [Козлова, Монахова 2019], подтверждается данными обоих исследований: чем выше уровень власти, тем ниже представленность женщин. На муниципальном уровне ситуация оценивается как относительно сбалансированная, но по мере подъёма по иерархической лестнице картина меняется:

Цифры, которые я помню точно, что у нас женщин намного больше, как только ты идёшь на уровень минус один и ещё дальше. То есть у нас такая перевернутая пирамида, что на очень на низовых позициях. Там в основном только женщины все несут на своих хрупких плечах¹⁰³.

Структурная логика явления проясняется через ресурсное измерение:

У нас очень мало примеров губернаторов-женщин. Потому что там меньше денег, меньше полномочий и больше работы¹⁰⁴.

¹⁰³ Интервью 1. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹⁰⁴ Интервью 1. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

Данные ВЦИОМ (2020 г.) подтверждают эту тенденцию: 68% опрошенных россиян не готовы видеть президентом страны женщину [Милованова, Котлярова 2022].

Связанной проблемой выступает тематическая специализация: «Женщины в основном связаны с социальной сферой – культура, образование, здравоохранение. Вся их лидерская деятельность связана с профессиональной. У мужчин – не только профессиональная деятельность, но и лоббирование определённых интересов. У женщин более узконаправленное лидерство». Данная концентрация воспринимается частью информантов как практика вытеснения в наименее влиятельные политические ниши, тогда как другие расценивают её как органичное продолжение профессионального опыта.

Кластер 2. Неформальные механизмы политического рекрутинга

Анализ интервью выявил устойчивое противоречие между формальным юридическим равенством и неформальными практиками исключения, воспроизводящими гендерную асимметрию в доступе к властным ресурсам. Информанты единодушно отмечают отсутствие законодательных барьеров по признаку пола, однако указывают на многофакторный характер неформальных препятствий:

В политических элитах заправляют мужчины и их окружение – друзья-товарищи, которые подтягивают за собой таких же друзей. В сложившейся системе женщине непросто найти своё место¹⁰⁵.

Традиционные каналы продвижения – личные знакомства, принадлежность к неформальным «кругам» – воспроизводят мужское доминирование. Данная позиция созвучна концепции символического господства П. Бурдьё [Bourdieu 1998], согласно которой доминирующая группа стремится сохранить не только свои позиции, но и сам принцип видения социального мира.

Характерной стратегией адаптации выступает так называемая ритуальная маскулинизация, подразумевающая вынужденное принятие женщинами коммуникативных и поведенческих моделей, традиционно ассоциируемых с мужским стилем политического взаимодействия. Одна из информантов описывает этот механизм следующим образом:

И мне кажется, это во многом, кстати, может объяснять, какой-то вот успех определенного количества небольшого женщин, потому что для того, чтобы подниматься вверх по ступенькам в мире, где больше мужчин с тобой общаются, ты должна подстраиваться. Говорить на том языке, который понятен, а это язык цифр, фактов, не так много эмоций¹⁰⁶.

В высказывании прослеживается логика профессиональной адаптации к маскулинной среде, где успех определяется не только компетентностью, но и способностью освоить господствующий дискурс.

Кластер 3. Гендерные стереотипы и «двойной стандарт» требований

¹⁰⁵ Интервью 9. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹⁰⁶ Интервью 1. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

Гендерные стереотипы в восприятии политики уходят корнями в патриархальные устои российского общества. Информанты прямо называют их:

По традиции, вроде как, мужчина всегда во главе, поэтому как-то так¹⁰⁷.

Укоренённые представления о том, что

...женщина должна быть дома, стирать, готовить, воспитывать детей¹⁰⁸

и что

...люди привыкли ещё с советского времени видеть руководителей всех мужчин¹⁰⁹,

создают невидимый, но ощутимый барьер на входе в политическое поле.

Особую роль играет стереотип об эмоциональной несамостоятельности:

Холодный рассудок и принятие правильных решений без эмоционального фона – это мужское¹¹⁰.

Между тем сами участницы расценивают эмоциональный интеллект как ресурс, а не слабость:

Мы интуитивно видим и можем больше, нежели мужское амбициозное эго, которое может отрезать, не подумав¹¹¹.

Большинство опрошенных подчёркивают, что женщины-лидеры отличаются эмпатией, коммуникабельностью, гибкостью и умением искать компромисс:

С одной стороны – как вода, обтекаемая, с другой – активно отстаивают свою точку зрения¹¹².

Информанты подчеркивают важность рациональных и профессиональных качеств, равно обязательных для политиков любого пола, что свидетельствует о формировании надгендерных представлений об «идеальном политике». Вместе с тем большинство участниц СДСЖР указывают, что женщине-политику априори приходится прикладывать больше усилий, чем мужчине:

Больше требований, скептицизма предъявляется к женщине. Поэтому при прочих равных условиях женщинам требуется больше знаний, умений, грамотности. Даже харизматической составляющей больше, чем мужчине¹¹³.

Кластер 4. Структурный конфликт семейных и карьерных ролей

¹⁰⁷ Интервью 2. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹⁰⁸ Интервью 4. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹⁰⁹ Интервью 3. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹¹⁰ Интервью 6. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹¹¹ Интервью 1. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

¹¹² Интервью 9. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

¹¹³ Интервью 4. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

Данные авторских исследований показывают, что подавляющее большинство информантов не считают материнство барьером для политической карьеры – тем не менее признают, что выбор «либо карьера, либо семья» предстаёт как культурная данность. Наличие детей рассматривается окружением как свидетельство возможного снижения профессиональной отдачи:

Если ей 30 лет и у неё нет детей, она точно выйдет замуж, начнёт рожать и уйдёт в декрет. Я сама как руководитель с этим сталкивалась¹¹⁴.

Дифференцированное восприятие в зависимости от семейного статуса формирует неравные стартовые позиции.

Установка на совмещение материнства с полноценной профессиональной занятостью осознаётся информантами как неустранимое системное противоречие:

Государство потребовало родить, но при этом ничего от неё не ожидает – это неправильно¹¹⁵.

Ситуацию усугубляет бинарность выбора:

Ожидания общества часто связаны с тем, что женщина должна быть хранительницей очага, и это ограничит ее стремление или возможность к политической деятельности¹¹⁶.

Вместе с тем участницы СДСЖР настаивают на принципиальной совместимости ролей:

Материнство изменяет женщину, трансформирует. Чем больше у нас нагрузка, тем больше мы делаем. Ни одна женщина-политик не сказала, что ей дети помешали¹¹⁷.

Ряд информантов подчёркивает:

На политическую карьеру женщины больше влияет желание, а не рождение ребёнка. Если дело любимое, то дети здесь вписываются, а не обрубают сферу твоих интересов¹¹⁸.

Таблица 1

Социокультурные ограничения общественно-политической активности женщин
(по материалам авторских исследований 2021–2022 и 2025 гг.)

Кластер ограничений	Форма проявления	Характер ограничения
Гендерная стратификация уровней власти	Убывание доли женщин по мере повышения уровня власти («перевернутая пирамида»); концентрация в	Структурный: воспроизводится независимо от индивидуальных качеств кандидаток

¹¹⁴ Интервью 2. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹¹⁵ Интервью 2. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹¹⁶ Интервью 10. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹¹⁷ Интервью 5. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

¹¹⁸ Интервью 5. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

	социально ориентированных сферах политической повестки	
Неформальные механизмы рекрутинга	Опора на гомосоциальные сети; непрозрачность карьерных путей для женщин из регионов; давление при беременности и декрете	Институциональный / дискриминационный: встроен в практики отбора, не закреплён законодательно
Гендерные стереотипы и «двойной стандарт» требований	Приписывание эмоциональности и несамостоятельности; требование одновременно соответствовать маскулинным и феминным атрибутам; самодискриминация	Культурный / репрезентационный / психологический: воспроизводится на всех уровнях политического пространства
Структурный конфликт семейных и карьерных ролей	Восприятие материнства как карьерного риска; бинарность выбора «либо карьера, либо семья» как культурная данность	Структурно-культурный: усиливается отсутствием инфраструктуры совмещения

Обсуждение: возможные меры преодоления дисбаланса

Как следует из данных табл. 1, выявленные ограничения имеют разный генезис. Структурные ограничения первого кластера встроены в организацию политических институтов и не зависят от воли отдельных акторов. Институциональный и дискриминационный характер ограничений второго кластера указывает на то, что неформальные практики рекрутинга функционируют параллельно формальным нормам. Наибольшей устойчивостью обладают культурные ограничения третьего кластера, которые воспроизводятся в том числе за счет механизмов самодискриминации. Именно совокупность ограничений разного типа объясняет, почему формальное равноправие не обеспечивает реального паритета.

Обсуждение мер по выравниванию гендерного представительства выявляет устойчивые противоречия. Мнения информантов относительно гендерных квот распределились: противники апеллируют к рискам их имплементации в российском контексте:

Квота – это всегда коррупционная составляющая. Квоты будут закреплены за любовницами, жёнами, дочерьми¹¹⁹.

Сторонники настаивают на их функции снижения входных барьеров и выражают готовность воспринимать квотирование:

Думаю, что квоты на участие женщин в политике имеют свое преимущество, они могут помочь устранить барьеры для входа женщин в политику и обеспечить их представительство

¹¹⁹ Интервью 9. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

на всех уровнях¹²⁰.

Зарубежный опыт свидетельствует об эффективности добровольных партийных квот: в Германии, Норвегии и Швеции партии самостоятельно закрепляют гендерные пропорции в списках кандидатов [Dahlerup 2005]. Эксперты сходятся во мнении, что квотирование должно сопровождаться комплексом мер:

Можно добавить квоты, программы менторства, обучение и создание более гибких условий труда, которые помогут женщинам совмещать карьеру и семью¹²¹.

Женские сетевые организации рассматриваются информантами как важный дополнительный ресурс. СДСЖР, созданный как женское крыло партии «Справедливая Россия – За Правду», изначально ставил целью развитие женского политического лидерства [Милованова, Котлярова 2022, с. 369–377]. Участие в подобных структурах частично компенсирует информационные и сетевые дефициты, с которыми сталкиваются женщины-политики, прежде всего в регионах:

Состою в Союзе единомышленников. Это воодушевляет, подпитывает уверенностью, что всё получится¹²².

Информанты также акцентируют важность политического просвещения:

Потому что женщина сама по себе очень активное существо. А так как та активность, которая есть, не освещается, то и не подхватывается женщинами¹²³.

Таким образом, результаты исследования обнаруживают значительный общественный запрос на формирование гендерного баланса при устойчивом воспроизводстве неинституциональных ограничений. Законодательных барьеров для участия женщин в политике не существует, однако неформальные практики рекрутинга, гендерные стереотипы и структурный конфликт ролей устойчиво воспроизводятся на всех уровнях власти.

Данные двух волн качественных исследований (2021–2022 и 2025 гг.) позволяют зафиксировать преемственность в оценках барьеров: спустя три года ключевые ограничения – закрытость элитных сетей, «двойной стандарт» требований, дефицит инфраструктуры совмещения ролей – не претерпели существенных изменений. Это свидетельствует об их воспроизводстве на структурном, а не ситуативном уровне.

Оценка значимых личностных качеств, необходимых женщине-политику, свидетельствует о формировании надгендерной модели представлений об «идеальном политике» – при этом репрезентация имиджевых характеристик продолжает тяготеть к образу «социального материнства». Тревогу вызывает и тенденция к андрогинизации

¹²⁰ Интервью 9. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹²¹ Интервью 4. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹²² Интервью 4. Качественное исследование «Эксперты об участии женщин в политической элите». Январь–март 2025. Архив автора.

¹²³ Интервью 4. Качественное исследование «Женское лидерство в политике в оценках женщин-участниц СДСЖР». 2021–2022. Архив автора.

образа женщины-политика в сторону «андрогинов и роботов», лишенной способности «сохранить гендерную идентичность» [Милованова, Котлярова 2022].

Для преодоления дисбаланса необходим комплексный подход: реформирование практик рекрутинга в направлении большей прозрачности, инфраструктурная поддержка совмещения карьеры и семьи, развитие программ наставничества, а также целенаправленная трансформация культурных норм через образование и медиа. Перспективными направлениями дальнейших исследований остаются сравнительный анализ региональных различий в гендерных барьерах, изучение роли цифровых технологий в расширении политического участия женщин, а также мониторинг изменений после выборов 2026 г.

Литература

Бальбот, Крыштановская 2024 – *Бальбот Н.А., Крыштановская О.В.* Роль «третьего сектора» в политической карьере мужчин и женщин в России // Вестник Института социологии. 2024. Т. 15. № 4. С. 133–154.

Дзахова, Бурнацева 2021 – *Дзахова Л.Х., Бурнацева Р.М.* Активизация женских движений в современном социально-политическом пространстве РФ // Государственное и муниципальное управление. Учёные записки. 2021. № 4. С. 172–177.

Козлова, Монахова 2019 – *Козлова Н.Н., Монахова Ю.А.* Женщины-депутаты представительных органов Приволжского федерального округа: опыт анализа политических биографий // Вестник Пермского университета. Политология. 2019. Т. 13. № 2. С. 57–69.

Колесник 2021 – *Колесник Н. В.* Гендерное (не)равенство в политической власти российских регионов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 4. С. 468–491.

Ломова 2021 – *Ломова Т. Е.* Женские организации как сегмент гражданского общества современной России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2021. Т. 14. Вып. 2. С. 124–142.

Милованова 2021 – *Милованова М. Ю.* К вопросу о женском участии в публичной политике и «женской доле» в политике // Женщины в политическом пространстве России и зарубежных стран. Москва, 15 марта 2021 года. М.: Издательские решения. 2021. С. 35–40.

Милованова, Золотых 2023 – *Милованова М.Ю., Золотых Е.А.* Политическая карьера женщин в России и Германии: опыт сравнительного анализа // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2023. № 3-2. С. 311–323.

Милованова, Котлярова 2022 – *Милованова М.Ю., Котлярова В.М.* Женское лидерство в политике в оценках участниц современного общественно-политического движения (на примере Социал-демократического союза женщин России) // Прошлое, память, нарратив: гендерное измерение повседневности: Материалы XV-й международной научной конференции РАИЖИ и ИЭА РАН. Т. 1. Пенза: ИЭА РАН, 2022. С. 369–377.

Хасбулатова 2019 – *Хасбулатова О.А.* Женское движение в современной России // Женщина в российском обществе. 2019. № 3. С. 14–26.

Bourdieu 1998 – *Bourdieu P.* La domination masculine. Paris: Seuil. 1998. 134 p.

Dahlerup 2005 – *Dahlerup D.* Increasing Women's Political Representation: New Trends in Gender Quotas. Stockholm: International IDEA. 2005. 132 p.

Защита прав коренных народов России

Влада С. Гартман

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Эвелина А. Соколовская

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анна А. Голосеева

канд. ист. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Статья посвящена проблеме реализации прав коренных малочисленных народов Севера России и сохранению их культурного разнообразия на примере ненцев и манси. Рассматриваются традиционные формы хозяйствования (оленьеводство, охота, рыболовство), вызовы урбанизации, ассимиляции и утраты родных языков, а также экономические и экологические угрозы. Подчёркивается роль законодательных мер и концепций устойчивого развития в поддержании этнокультурной идентичности и социальной стабильности государства.

Ключевые слова: коренные малочисленные народы, ненцы, манси, культурное наследие, сохранение языков, этнокультурная идентичность, урбанизация

Сохранение культурного разнообразия, в том числе традиций коренных и малочисленных народов, приобретает особую актуальность и стратегическое значение в условиях социальных, политических и экономических изменений. Культурное многообразие – это не только богатство национального и исторического наследия, но и важнейший фактор социальной стабильности, устойчивого развития и коллективной идентичности государства. Каждый народ, каждая этническая группа несёт в себе уникальный опыт взаимодействия с окружающей средой, систему ценностей, знаний и практик, которые обогащают общечеловеческую культуру. Утрата языков и традиционных культур коренных народов является тревожной глобальной тенденцией, свидетельствующей о необходимости активных усилий на национальном и международном уровнях по сохранению культурного многообразия всего мира.

Актуальной эта проблема становится применительно к малым коренным народам России, проживающим в тундровой зоне и на территории Сибири. Традиционные культуры, языки, формы хозяйствования и духовные практики некогда враждующих ненцев, хантов и манси формировались веками в сложных климатических и географических условиях и представляют собой уникальный пример сосуществования человека и природы. Основными ремёслами перечисленных народов являются оленеводство, охота, рыболовство, земледелие и собирательство.

Ненцы (ненэйненець) с ненецкого – «настоящие люди». Сам термин «ненец» был официально признан только в 1930 г.; до этого использовалось устаревшее название «самоеды» и «юраки». Этот народ проживает на территории Ненецкого автономного округа в Архангельской области (8 тыс. человек), Ямало-Ненецком автономном округе, в

Тюменской области (31,6 тыс. человек) и Таймырском Долгано-Ненецком муниципальном районе в Красноярском крае (3,6 тыс. человек), а также в Республике Коми. В их составе выделяют две этнографические группы: тундровые и лесные ненцы. Всего же их численность, по данным Росстата, составляет 49 646 человек, из которых 8 280 человек проживает в городе, а 41 366 в сельской местности¹²⁵. Важнейшим традиционным ремеслом ненцев является оленеводство и охота на дикого северного оленя, которые и являются основным источником заработка ненцев. При этом, несмотря на традиционные отстранённость и кочевничество ненецкого народа, поддержание их жизнедеятельности тесно связано с городским населением ближайших городов и сёл: охотники и оленеводы совершают регулярные поездки в города для приобретения необходимых товаров, бытовых предметов и технических средств. Особое место среди них занимают снегоходы, которые за последние десятилетия прочно вошли в практику оленеводства и стали неотъемлемым элементом материально-технической базы хозяйства. Использование снегоходов существенно облегчает переколёвки, транспортировку грузов и решение повседневных хозяйственных задач в условиях экстремальной северной тундры, адаптируя традиционное хозяйство к современным технологическим возможностям, без которых кочующим народам уже тяжело вести быт и охоту. Повышение цен на топливо, остро необходимого для ненцев, сильно сказывается на их благосостоянии, поскольку дефицит товаров, продуктов или топлива восполняется сугубо за счёт сбыта оленьего мяса и шкур.

Несмотря на тесную историческую связь городского населения с тундровыми кочевниками, далеко немногие местные знакомы с культурой ненцев, вследствие чего возникает культурная гегемония, которая приводит к постепенной ассимиляции коренных народов в более многочисленные культуры, в том числе через утрату родного языка¹²⁶. Для части ненцев предпочтение русского языка ненецкому в том числе связано с необходимостью мигрировать в города с целью получения образования и работы. Так, например, в рамках «социальной поддержки» с 2020 г. коренной народ тундры получает «кочевые» – в Ямало-Ненецком автономном округе сумма выплаты составляет 5 тысяч рублей в месяц на человека, в Таймырском Долгано-Ненецком муниципальном районе – 8 тысяч рублей оленеводам и 6 тысяч рублей рыбакам и охотникам ежемесячно. Также малые народы могут претендовать на предоставление квот на добычу рыбы и дикого северного оленя, оказание поддержки студентам и льготное медицинское обслуживание. При этом для некоренного населения, а нередко и для самих «коренных» «льготирование представляется едва ли не главным раздражителем, генерирующим дискурс неравенства и привилегий» [Головнёв и др. 2014].

Особенно сложная ситуация в плане сохранения культурного наследия и традиционных обычаев наблюдается у манси – одного из наиболее малочисленных и уязвимых коренных народов российского Севера, проживающих в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре близ Свердловской области, Ханты-Мансийска и Нижневартовска. Общая численность манси составляет всего 12 228 человек, из которых

¹²⁵ Итоги ВПН-2020. Том 5 Национальный состав и владение языками // Официальный сайт Росстата. URL: https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom5_Nacionalnyj_sostav_i_vladenie_yazykami (дата обращения: 16.04.2026).

¹²⁶ Поликарпов А.М., Дружинина М.В., Поликарпова Е.В. Всероссийский научно-образовательный проект «Вместе сохраним ненецкий язык и культуру ненецкого народа»: опыт взаимодействия и перспективы реализации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vserossiyskiy-nauchno-obrazovatelnyy-proekt-vmeste-sohranim-nenetskiy-yazyk-i-kulturu-nenetskogo-naroda-opyt-vzaimodeystviya-i> (дата обращения: 16.04.2026).

6974 человека проживают в городе и только 5254 в сёлах¹²⁷. Такая структура расселения отражает тенденцию к урбанизации среди манси, связанную с возможностями трудоустройства и получения образования.

В отличие от некогда враждебного для манси и хантов народа ненцев, коллективизация 1930-х гг. и потеря более половины оленьих стад непоправимо ударили по быту и возможности сохранения традиционных культур и ремесла народа манси¹²⁸. «Дети леса» традиционно занимаются рыболовством, охотой и собирательством в тайге. Продажа дичи, как и у ненцев, является основным источником пропитания для этого отдалённого народа. Несмотря на это, большую трудность для манси представляет их правовой статус – традиционные территории, на которых исторически проживал народ манси, не оформлены в их собственность: отсутствие юридического закрепления родовых угодий за общинами манси приводит к тому, что эти территории фактически остаются бесхозными. Как следствие, здесь бесконтрольно действуют браконьеры, подрывающие возможность охотиться в лесах и находить себе пропитание, а также нефтяные компании, чья деятельность сопровождается вырубкой лесов и загрязнением рек и озёр промышленными выбросами, что ведёт к гибели рыбы и отравлению почвы. Манси все чаще вынужденно мигрируют в ближайшие города, несмотря на тяжёлую адаптацию и отказ от родной культуры и быта, чтобы начать вести оседлый образ жизни, вследствие которого некоторые начинают испытывать проблемы с алкоголем.

Нередко вынужденным «переселенцам» приходится отказываться в том числе и от языка своего родного народа в пользу русского. Дети и молодёжь, выросшие «у русских», уже не сохраняют традиции и нравы своего этноса, что может привести к постепенному «вымиранию» фольклора коренных северных народов России. Так, например, среди ненцев только 22 487 человек на регулярной основе используют ненецкий язык, подавляющее большинство которых проживают в сельской местности (21 076 человек), меньшинство в городской – 1638 человек. Среди народа манси наблюдается более тревожная ситуация – только 1008 человек используют мансийский язык на постоянной основе, среди них только 200 человек, проживающих в городах, и 808 в сёлах.

Таблица 1

Численность ненцев и манси и использование родных языков
в городской и сельской среде (чел.)

	Общая численность народа	Постоянно использующие язык в городской среде	Постоянно использующие язык в сельской среде
Ненцы	49 646	1638	21 076
Манси	12 228	200	808

Проблема сохранения «вымирающих» языков поднимается в «Концепции устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего

¹²⁷ Итоги ВПН-2020. Том 5. Национальный состав и владение...

¹²⁸ Абрамов И.В. 1930-е годы в истории Северо-Сосьвинских манси: коллективизация, землеустройство и просвещение // Вестник угроведения. 2016. № 4 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/1930-e-gody-v-istorii-severo-sosvinskih-mansi-kollektivizatsiya-zemleustroystvo-i-prosveschenie> (дата обращения: 18.04.2026).

Востока» от 08 мая 2025 г.¹²⁹ в контексте необходимости активной поддержки и проведения «работы по расширению учебно-методического обеспечения преподавания языков коренных малочисленных народов Севера» с целью распространения и сохранения этнокультурной идентичности малых и малочисленных народов России. На практике, по нашему мнению, такая цель устойчивого развития реализуется не совсем прозрачно по отношению к самим представителям коренных народов.

Важно упомянуть опыт советских школ-интернатов, созданных для ликвидации безграмотности и «адаптации» к советской и русской культуре детей малочисленных народов, где они были вынуждены находиться в незнакомой среде 9 месяцев и испытывать серьёзный стресс от нахождения вдали от земляков, а после продолжали испытывать дискомфорт и отчуждённость по возвращении к родным¹³⁰. Подобные образовательные учреждения существуют до сих пор, однако не совсем ясно, сколько учебных заведений Севера России действительно на обязательной основе вводят программы по изучению языков местных коренных народов, при этом не допуская «языковой дискриминации» по отношению к ним.

Таким образом можно утверждать, что проблема поддержки языков и культуры коренных народов Севера России остаётся острой не только для самих коренных народов ненцев и манси, но и для всего культурного фонда Российской Федерации. Вымирающие языки и культуры – одна из серьёзнейших проблем России как многонационального государства, несмотря на закрепление прав малочисленных народов в Конституции.

Так, например, в третьей части ст. 44 Конституции Российской Федерации говорится, что каждый обязан заботиться о сохранении исторического и культурного наследия, беречь памятники истории и культуры. Данному вопросу посвящены и другие нормативные акты, такие как Указ Президента РФ от 30.11.1992 № 1487 (ред. от 17.05.2007) «Об особо ценных объектах культурного наследия народов Российской Федерации», Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ст. 3. Объекты культурного наследия (памятники истории и культуры) народов Российской Федерации; ст. 40. Сохранение объекта культурного наследия), Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» № 131-ФЗ от 06 октября 2003 г. (ст. 14. Вопросы местного значения поселения; ст. 15. Вопросы местного значения муниципального района; ст. 50. Муниципальное имущество). Также существуют цели устойчивого развития, поставленные Правительством Российской Федерации, направленные на защиту, поддержку и распространение культуры, языка и быта коренных малочисленных народов России, нормативные документы регионального уровня: Устав (основной закон) Ямало-Ненецкого автономного округа, принятый Государственной думой Ямало-Ненецкого округа 19 мая 1998 г. № 22, и Закон ЯНАО от 06.10.2006 № 48-ЗАО (ред. от 18.04.2007) «Об объектах культурного наследия Ямало-Ненецкого автономного округа», также Закон Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 4 декабря 2001 г. № 89-оз

¹²⁹ Концепция устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока до 2036 года // Официальный сайт Правительства России. URL: <http://static.government.ru/media/files/ZGx7RHDARkWX2j5zo2RVanuDJs1iSBkY.pdf> (дата обращения: 20.04.2026).

¹³⁰ Ядне У.С. Родная литература и фольклор ненцев в научно-образовательном пространстве России. 2023. С. 242-247. URL: <https://rep.herzen.spb.ru/publication/425> (дата обращения: 18.04.2026).

«О языках коренных малочисленных народов Севера, проживающих на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры» (с изм. от 30 сентября 2013 г.).

Нормативное закрепление обязанностей по сохранению культурного наследия само по себе не гарантирует реальной защиты прав коренных народов. Важно понимать, что культурное разнообразие – это не только вопрос сохранения памятников и традиций, но и вопрос признания права коренных народов на собственный путь развития, на сохранение языка, традиционного природопользования и мировоззрения. Именно поэтому защита прав коренных народов России должна рассматриваться не как узкоспециальная этническая проблема, а как важнейшая составляющая общенациональной политики в сфере прав человека и культурного суверенитета и обязательно должна подразумевать активную просветительскую работу с русским населением страны и принятие реальных мер по экономической и правовой поддержке коренных народов Севера России. Например, с помощью общественно-культурных просветительских мероприятий, увеличения учебных часов, посвящённых родному языку коренных народов, повышения объёма пособий для поддержки их быта и традиций, а также установления чёткого правового статуса территорий, на которых эти малочисленные народы проживают. Реализация права коренных малочисленных народов на индивидуальный и самобытный путь является критически важным процессом для всего мирового культурного фонда и касается каждого гражданина России в отдельности.

Литература

Головнёв и др. 2014 – *Головнёв А.В., Лёзова С.В., Абрамов И.В., Белоруссова С.Ю., Бабенкова Н.А.* Этноэкспертиза на Ямале: ненецкие кочевья и газовые месторождения. Екатеринбург: Издательство АМБ, 2014. С. 87–89.

Российская молодежь в поисках новых форм политического активизма

Ксения В. Сидорова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Анна А. Голосеева

канд. ист. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматриваются особенности форм политического участия, которые выбирает молодое поколение для проявления своей активности в условиях современной России. Эмпирическую основу составляют 10 глубинных интервью с политически активной российской молодёжью. В результате исследования выявлено, что молодые люди формируют гибридные практики участия, сочетая цифровые и офлайн-форматы. Это является следствием существующих ограничений в публичном пространстве.

Ключевые слова: политическое участие, цифровой активизм, краудфандинг, электронные петиции, формы политической активности

Современная Россия переживает период интенсивных социально-политических трансформаций, в рамках которых молодёжь выступает не только объектом воздействия, но и активным субъектом формирования общественного дискурса. Изменение каналов коммуникации, трансформация институтов гражданского общества и рост значения локальных инициатив создают новую среду для политической вовлечённости молодого поколения. Эти процессы требуют научного осмысления, поскольку традиционные формы институционального участия всё чаще уступают место альтернативным практикам. В данном контексте исследование форм политической активности молодёжи приобретает особую значимость.

Парадоксальным является тот факт, что при декларируемом интересе к политической повестке значительная часть молодых граждан дистанцируется от традиционных механизмов политического участия. Так, согласно данным института социально-политических исследований (ИСПИ) ФНИСЦ РАН¹³², 70% российской молодёжи регулярно следит за политическими и общественными событиями. Однако, всего около 4% молодых людей участвует в деятельности политических партий, в молодёжных организациях не более 7%. Одной из причин такого неоднозначного явления может быть низкий уровень доверия к институтам власти, который по пятибалльной шкале в среднем составил 2,78 балла.

При этом государство всё больше ориентируется на вовлечение молодого поколения в добровольческую и общественную деятельность, что свидетельствует о смещении активности в сторону социальных форм участия. Стратегия реализации молодёжной политики в Российской Федерации на период до 2030 года акцентирует внимание на том, что молодёжь должна стать «активным субъектом созидательной деятельности в интересах

© Сидорова К.В., 2026

¹³² Около 70% опрошенной молодежи в РФ регулярно следит за политическими событиями. Официальный сайт ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/25893167> (дата обращения: 18.04.2026)

сверстников и общества в целом»¹³³. Например, волонтерство давно пользуется популярностью у данной группы, однако, в последние годы, число молодых людей, вовлечённых в эту практику, значительно выросло. Согласно данным Росмолодёжи¹³⁴, число волонтеров в России в возрасте от 14 до 35 лет выросло за четыре года в 1,5 раза или на 48%: с 9,7 млн в 2022 г. до 14,4 млн в 2025 г.

Тем не менее, у молодых людей всё ещё есть потребность участвовать в политической жизни страны. Можно предположить, что из-за сужения публичного пространства для проявления активности они ищут каналы, через которые могли бы влиять на ситуацию. Ключевой вопрос исследования заключается в следующем: в чём особенность современных форм политического участия, которые выбирает российская молодёжь для выражения своей позиции?

В современной социологии и политологии понятия «гражданский» и «политический» активизм нередко используются как синонимичные или взаимозаменяемые, что порождает существенную концептуальную неопределённость. Между тем анализ научной литературы позволяет выстроить чёткую иерархическую модель, в которой политический активизм выступает частным случаем гражданского. Так, гражданская активность – это

...индивидуальная или коллективная деятельность граждан, объединённых в формальные и неформальные сообщества, направленная на привлечение общественного и государственного внимания к социальным проблемам. В отличие от политических партий, гражданский активизм ... не ставит целью осуществление политической деятельности как таковой, однако реализуемые им общественные кампании могут приобретать политическое измерение¹³⁵.

В свою очередь, политический активизм подразумевает

...деятельность социальных групп или индивидов, связанную со стремлением усовершенствовать или изменить социально-экономический и политический порядок, социально-экономические и политические институты.

Принципиальным признаком политической активности является её осознанность и направленность на изменение или сохранение существующего политического порядка.

Историческое развитие концепций политической активности граждан прослеживается от классических теорий гражданственности, ориентированных на институциональное участие, к более сложным моделям, учитывающим культурные и ценностные трансформации [Зубков, Сушенков 2011, с. 1]. Классические подходы акцентировали значимость формального участия в политических институтах. Идеальная гражданская культура представляла собой некий баланс, где граждане активно участвуют в институциональных процессах, но сохраняют уважение к авторитетам и коллективную ответственность [Алмонд 2014, с. 449–450]. Постепенно на смену пришли подходы,

¹³³ Распоряжение Правительства РФ от 17.08.2024 № 2233-р «Об утверждении Стратегии реализации молодёжной политики в Российской Федерации на период до 2030 года» // Официальный сайт ГАРАНТ.РУ. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/409496275/> (дата обращения: 18.04.2026).

¹³⁴ За четыре года число волонтеров среди молодежи в РФ выросло в 1,5 раза. Официальный сайт Ведомости. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2026/04/03/1187603-za-chetire-goda-chislo-volonterov-sredi-molodezhi-viroslo> (дата обращения: 08.04.2026).

¹³⁵ Заруев Р.М. Гражданский активизм // Большая российская энциклопедия: научно-образовательный портал. URL: <https://bigenc.ru/c/grazhdanskii-aktivizm-4a0c30/?v=7102972> (дата обращения: 17.03.2026).

учитывающие плюрализм форм участия, индивидуальные условия и мотивационные факторы политической активности граждан. Современные трактовки, основанные на принципах постматериалистических ценностей, переносят акцент с исключительно институционального участия в сторону самореализации личности, защиты прав и вопросов идентичности [Инглхарт 2011, с. 90]. В этих подходах политическая активность рассматривается не только как механизм влияния на институты власти, но и как практика личностного самовыражения и публичной реализации собственных ценностей.

Методология исследования

В рамках исследования стояла задача выявить, какие формы участия выбирает современная российская молодёжь для реализации своей политической активности. Для этого было проведено качественное исследование в формате глубинных интервью с политически активной молодёжью России в возрасте от 18 до 35 лет (март 2026 г.). Всего было опрошено 10 информантов, среди которых 5 юношей и 5 девушек из разных городов России: Москва, Белгород, Санкт-Петербург, Самара. Выборка целевая. Для выявления политически активных молодых людей потенциальные информанты проходили скрининговую анкету, где из предложенного списка общественно-политических активностей выбирали те, в которых принимали участие за последние 12 месяцев. Респонденты, указавшие менее двух форм, исключались из списка потенциальных информантов.

Формы политического участия российской молодёжи

Для молодёжи интернет давно вытеснил традиционные СМИ в качестве главного источника информации. Именно через цифровую среду молодые люди узнают о событиях, инициативах и мероприятиях, требующих их участия. Основная платформа, из которой информанты получают политическую информацию, – Telegram:

В первую очередь, понятное дело, это Telegram, конкурентов у этой сети практически нет¹³⁶.

Telegram занимает доминирующее положение в информационном пространстве, выступая одновременно агрегатором новостей, площадкой для авторских каналов и средством координации. Несмотря на то, что в данный момент эта площадка находится под ограничениями, информанты большую часть информации всё ещё узнают оттуда.

Традиционные формы политического участия подвергаются модификации под воздействием цифровой среды.

В частности, социальные сети и мессенджеры используются как инструменты для организации, мобилизации, реализации тех или иных форм политического участия и гражданско-политического активизма [Анищенко 2024, с. 130].

Современная молодёжь воспринимает эти изменённые формы через призму доступности, скорости и возможности саморегуляции участия. Формальное членство в партиях нередко уступает место временным или проектным интеграциям, ориентированным на конкретные проблемы или события. Часть информантов ведёт

¹³⁶ Архив автора. Интервью № 1.

собственные каналы, воспринимая это как форму политического просвещения и вовлечения в реальную деятельность:

Я веду свой канал, там народу немного ... находятся те, кто не просто один раз нажимают на экран, а приходят и чем-то помогают¹³⁷.

Другой информант говорит о том, что ведение канала становится отправной точкой для живого общения:

У меня есть Telegram-канал, где я выражаю свои мысли по разным политическим вопросам. Я считаю, что это тоже политическое просвещение, потому что иногда мои друзья узнают о чём-то оттуда и появляется какая-то почва для обсуждений¹³⁸.

Интернет используется и для организационных целей: координации проектов, мобилизации участников, распространения обращений к властям. Один из информантов рассказывает:

Постоянно стараюсь продвигать те нарративы, которые считаю правильными. Например, есть такое приложение, называется «Решаем вместе». С его помощью можно быстро оставлять обращения в органы власти... И я там точно или публично в социальных сетях призываю к использованию этой платформы¹³⁹.

Несмотря на активное присутствие в сети, большинство информантов проявляет заметную сдержанность в публичных обсуждениях. Участие в интернет-дискуссиях либо оценивается скептически, либо вовсе отвергается:

Это больше про информацию, даже не про обсуждение. Обсуждение – это, может быть, внутрилокальные какие-то чаты, то есть с близкими или знакомыми мне людьми¹⁴⁰.

Наиболее острой темой является ощущение цифровой уязвимости. Некоторые информанты прямо указывают на то, что осознание возможности слежки меняет их поведение в сети – вплоть до полного отказа от онлайн-общения. Принципиальным становится доверие к участникам:

Когда ты знаешь, что даже если пригласишь человека, к тебе придёт тот, кто понимает, в каких рамках вы находитесь¹⁴¹.

Те, кто всё же ведут публичную активность в сети, прибегают к самоцензуре: «

Ты уже фильтруешь всё, чтобы всё было в рамках закона¹⁴².

Параллельно появляются и новые формы политической активности. Согласно концепции «Новой власти» [Хейманс, Тиммс 2019, с. 13], эти формы представляют собой адаптивный ответ на ограничения «старой власти» — закрытых, иерархических и институциональных каналов влияния. «Новая власть» принадлежит многим, она открыта

¹³⁷ Архив автора. Интервью № 2.

¹³⁸ Архив автора. Интервью № 10.

¹³⁹ Архив автора. Интервью № 2.

¹⁴⁰ Архив автора. Интервью № 1.

¹⁴¹ Архив автора. Интервью № 7.

¹⁴² Архив автора. Интервью № 8.

для людей, требует участия широких масс и приводится в действие большими группами единомышленников, где все равны. Именно поэтому такие практики характеризуются низким порогом входа, высокой вирусностью и способностью быстро мобилизовать широкую аудиторию. Новые формы позволяют обходить формальные барьеры и создавать публичные дискурсы вне классических политических институтов, что усиливает сетевую автономию молодёжи. В то же время такая деятельность отличается эпизодичностью и ограниченной способностью к устойчивому воздействию на институциональные решения.

Так, электронные петиции являются наиболее распространённой формой участия среди информантов. Данная практика привлекает низким уровнем энергозатратности и относительно невысоким риском. Молодые люди видят в ней способ выразить свою позицию, но, как правило, такая активность характеризуется ситуативностью и поверхностным вовлечением. В то же время для некоторых информантов петиции – это способ мобилизации окружения и вовлечения его в политическую повестку:

Зачастую именно я предлагаю своему окружению подписать ту или иную петицию¹⁴³.

Однако далеко не все петиции приносят какой-то результат, и молодёжь прекрасно это понимает:

Честно говоря, ощущение эффективности со временем всё больше снижается. Очень малое число петиций достигают поставленной задачи. Возможно, ещё пять-семь лет назад, они имели большую результативность. Но сейчас ты понимаешь, что в условиях какой-то закрытости, роста числа табуированных тем, петиции уступают по своей эффективности другим формам политического участия¹⁴⁴.

Исходя из этого, появляются две точки зрения относительно решения подписаний петиций. С одной стороны, это не занимает много времени, но есть надежда повлиять на что-то:

Я подписываю петиции на Change.org, ещё верю, что они как-то могут помочь¹⁴⁵.

С другой – если становится понятно, что никакого результата петиция не принесёт, то и смысла в её подписании нет:

Мне вроде несложно эту петицию подписать, но очень сложно себя даже заставить это сделать, когда я понимаю, что эффективность будет практически нулевой¹⁴⁶.

Краудфандинг представляет собой ещё одну из наиболее удобных и низкотратных форм политической активности среди информантов. Эта практика позволяет поддерживать те инициативы, которые идейно близки для молодых людей, с помощью финансовых вложений. Информанты подчёркивают именно идеологический мотив участия:

Я отправлял деньги в некоторые официальные общественно-политические организации, в те, которые идейно мне близки, например, связанные с правами женщин¹⁴⁷.

¹⁴³ Архив автора. Интервью № 1.

¹⁴⁴ Архив автора. Интервью № 3.

¹⁴⁵ см. Там же.

¹⁴⁶ Архив автора. Интервью № 10.

¹⁴⁷ Архив автора. Интервью № 8.

Помимо переводов в официальные организации также отмечали и прямые денежные переводы:

Я переводил денежные средства одному краеведу, которая занималась увековечиванием имён жертв советских репрессий тридцатых годов¹⁴⁸.

Ранее информант сам рассказывал о том, как его семья подверглась репрессиям. Это отражает значимую ценностную связь с реальными действиями. В целом, краудфандинг выступает связующим звеном между личностными убеждениями и конкретными действиями, позволяя поддерживать как официально зарегистрированные организации, так и частные проекты. Важно отметить, что данная форма связана с определённым риском. Перевод денег в некоторые общественно-политические инициативы может нести определённые последствия, что требует от молодых людей осознанного подхода в этом вопросе.

В противоположность практикам с низкой ресурсозатратностью выступают прямые обращения в органы власти, включая коллективные жалобы и очные встречи с министрами. Это достаточно ресурсоёмкий, но и более действенный способ влияния, предполагающий личную инициативу и готовность к институциональному взаимодействию. Один из информантов рассказывает об опыте взаимодействия с министрами:

У нас были различные открытые диалоги с министрами, где мы могли задать вопросы и выразить своё мнение о том, чего не хватает в нашей жизни. Некоторые из этих решений были впоследствии реализованы¹⁴⁹.

Хотя информант указывает, что доступ к таким встречам был ограничен:

К сожалению, это проходило только в рамках структур, вроде отбора в молодёжные правительства, поэтому мероприятие было отчасти закрытое¹⁵⁰.

Важно понимать, что подобные площадки нередко встроены в закрытые институциональные структуры, что сужает круг участников и снижает универсальность этой практики.

Ещё одной энергозатратной формой политического активизма являются общественно-политические проекты. Информант рассказал о том, что является участником одной инициативы:

Я вхожу в общественно-политический проект «Лидеры Петербурга». Взяли 300 человек на входе, получили 50 человек на выходе. Мы их научили социальному проектированию, рассказали, как вести общественную деятельность, чтобы добиваться результата, научили взаимодействовать с органами власти. За 5 месяцев они сделали несколько социальных проектов и те 50 человек вошли в состав команды¹⁵¹.

Говоря о трудностях выбора форм политической активности, необходимо обратить внимание на важный аспект. Многие информанты указывали на желание поучаствовать в

¹⁴⁸ Архив автора. Интервью № 9.

¹⁴⁹ Архив автора. Интервью № 10.

¹⁵⁰ см. Там же.

¹⁵¹ Архив автора. Интервью № 2.

таких практиках, как работа в избирательных кампаниях и наблюдателем на выборах. Однако они столкнулись с преградами со стороны самих политических структур:

Я, честно говоря, хотел бы поучаствовать в активности политической предвыборной кампании. Но последний раз, когда я предпринимал эту попытку, направляя запросы в штабы, то заметил, что как-то неохотно они берут людей со стороны¹⁵².

Выявляется определённая проблема: в российском обществе говорят о низкой вовлечённости молодёжи в деятельность политических процессов, но при этом сами структуры выставляют определённые барьеры, которые затрудняют участие и даже отбивают желание молодых людей к дальнейшей активности. Также отмечают наличие поколенческих барьеров в диалогах с властями:

Были трудности в прямом разговоре с министрами и депутатами, помешал поколенческий барьер, когда ты пытался рассказать о проблемах молодёжи, а тебе отвечали, что это не так. Они как бы воспринимали меня с позиции ребёнка, несерьёзно относились к моему мнению¹⁵³.

Дистанцирование молодых людей от традиционных политических институтов обусловлено двойным барьером: правовыми ограничениями публичного участия с одной стороны и частичной закрытостью самих институтов для молодых людей с другой.

В итоге проведённого исследования было установлено, что политически активная молодёжь в современной России не ограничивается участием в одной форме, а создаёт индивидуальный набор практик, совмещая разные по энергозатратности и публичности форматы. Характерной особенностью такой деятельности является её гибридность, в рамках которой происходит расширение понятия политической активности. Это порождает комплексные модели участия, включающие ситуативные, цифровые и сетевые формы, ориентированные как на локальные, так и на более глобальные проблемы. Важно понимать, что в условиях сужения пространства публичной активности любая форма самоорганизации приобретает политическое измерение. Молодёжь не отвергает политику, она трансформирует её формы там, где традиционные каналы оказываются ограниченными или недоступными.

Выявленные концепты современного политического участия молодых людей могут стать основой для дальнейшего изучения данного феномена. Социальная и политическая реальность не статична: трансформации, происходящие в обществе, неизбежно отражаются на формах политической активности. Молодёжь адаптируется к этим изменениям быстрее других групп, а задача старшего поколения, находящегося у власти, – своевременно замечать эти изменения и адаптировать внутреннюю политику к новым формам молодёжного участия.

Литература

Алмонд 2014 – Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура: политические установки и демократия в пяти странах / Пер. с англ. Е. Генделя. М.: Мысль, 2014. 500 с.

¹⁵² Архив автора. Интервью № 3.

¹⁵³ Архив автора. Интервью № 10.

Анищенко 2024 – *Анищенко А.В.* Особенности политического участия российской молодёжи в условиях цифровизации // Наука. Культура. Общество. 2024. № 3. С. 130–140.

Зубков, Сушенков 2011 – *Зубков В.И., Сушенков В.А.* Основные теоретико-методологические подходы к изучению политического участия // Социально-гуманитарные знания. 2011. № 5. С. 1–14.

Инглхарт 2011 – *Инглхарт Р., Вельцель К.* Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. 464 с.

Хейманс, Тиммс 2019 – *Хейманс Д., Тиммс Г.* Новая власть: Какие силы управляют миром – и как заставить их работать на вас. М.: Альпина Пабlishер, 2019. 504 с.

Вместе сильнее: творческая внеучебная деятельность как ресурс сплочённости студенческой молодёжи

Валерия В. Бондарева

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Марина Ю. Милованова

канд. ист. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва

Аннотация. В статье анализируются социальная сплочённость и факторы её формирования в студенческой среде. Особое внимание уделено творческой внеучебной деятельности как ресурсу укрепления принадлежности и доверия. На основе опроса студентов РГГУ (n = 272, февраль–март 2026 г.) выявлено, что регулярное участие в творческих мероприятиях усиливает чувство причастности, а уровень сплочённости снижается при переходе на старшие курсы.

Ключевые слова: студенческие сообщества, социальная сплочённость, коллективная идентичность, внеучебные мероприятия, творческая деятельность, социальный капитал, социальное доверие, университетская среда, вовлечённость

Процессы социальной интеграции и сплочённости приобретают особую значимость в условиях роста индивидуализма и усложнения межличностных связей. Студенческая молодёжь выступает важным ресурсом формирования гражданского общества, а университет является пространством не только обучения, но и социализации. Именно в студенческие годы формируется социально ориентированная личность, способная к участию в общественной жизни. Несмотря на значительное количество исследований, посвящённых образовательным результатам и институциональным аспектам высшего образования, внеучебные формы взаимодействия студентов и их влияние на формирование устойчивых социальных связей изучены недостаточно.

Социальная сплочённость в университетской среде является многокомпонентным явлением, которое включает такие индикаторы, как уровень доверия, чувство принадлежности, общность ценностей и норм, готовность к взаимопомощи, социальная активность и участие в совместной деятельности. Она формируется благодаря институциональным факторам (поддержка университета, студенческие объединения), социально-психологическим (качество межличностных отношений, уровень доверия и безопасности), деятельностным (регулярность участия и степень вовлечённости) и ценностно-идентификационным (гордость за университет, идентичность «мы – студенты»).

Творческая внеучебная деятельность представляет собой особый тип социальной активности, в рамках которого происходит не только самореализация личности, но и формирование коммуникативных и лидерских качеств, навыков командного взаимодействия. Она создаёт пространство для общения, обмена опытом и выработки общих ценностей. Для студентов участие в подобных проектах становится не только формой самовыражения, но и значимым ресурсом формирования чувства принадлежности к университетскому сообществу.

Данная работа направлена на определение сущности социальной сплочённости в университетской среде и выявление факторов её формирования через призму творческой внеучебной деятельности студентов.

Теоретические основания

Понятие социальной сплочённости занимает важное место в современной социологической теории и рассматривается как интегративная характеристика сообщества, отражающая степень его устойчивости и внутреннего единства. В наиболее общем виде данный термин трактуется как способность социальной системы обеспечивать чувство принадлежности, доверие и участие её членов в совместной деятельности. В современном обществе проблема недостатка социальных связей и необходимости их «восстановления» ощущается острее, чем когда-либо.

Международные организации, такие как Совет Европы и ОЭСР, понимают под социальной сплочённостью способность сообщества обеспечивать благополучие своих членов, минимизировать неравенство и исключение, поддерживать доверие и чувство принадлежности к общему «мы». Они также подчёркивают, что социальная сплочённость не сводится исключительно к социальному капиталу, а включает более обширный спектр характеристик: вовлечённость, доверие, социальную мобильность и снижение уровня обособленности.

Некоторые авторы описывают социальную сплочённость как «клей, скрепляющий общество воедино», то есть как свойство, которое предотвращает его распад. Вместе с тем исследователи отмечают, что подобные интерпретации могут носить излишне идеализированный характер. Так, Дж. Чан, Х.-П. То и Э. Чан предлагают более аналитическое определение, согласно которому социальная сплочённость представляет собой состояние, включающее как горизонтальные, так и вертикальные взаимодействия между членами общества и характеризующееся совокупностью норм и установок, основанных на доверии, чувстве причастности и готовности к участию в общественной жизни [Chan et al. 2006, p. 273]. В прикладных моделях это понятие операционализируется через три ключевых компонента: социальное доверие, чувство принадлежности и готовность к взаимопомощи и участию.

Вместе с тем при изучении социальной сплочённости исследователи сталкиваются с рядом проблем; главной преградой является отсутствие универсального определения. Социальная сплочённость – многомерное понятие, включающее взаимосвязанные показатели, тесная связь которых затрудняет объективную оценку влияния каждого фактора в отдельности. При изучении социальной сплочённости необходимо учитывать уровень анализа (макро-, мезо-, микро-), а также специфику исследуемого сообщества [Божок и др. 2017].

В университетской среде социальная сплочённость приобретает специфические формы. Она выражается в ощущении принадлежности к студенческому сообществу и вузу в целом, доверии и взаимопомощи между студентами (и между студентами и преподавателями/администрацией), активном участии в общей жизни университета (организация мероприятий, волонтерство, совместные проекты), а также в наличии позитивной идентичности «быть студентом именно этого университета» (гордость, эмоциональная привязанность) [Будаева 2022].

Эмпирические исследования в сфере высшего образования показывают, что чувство включённости (sense of belonging) является ключевым фактором учебной успешности и удовлетворённости обучением, а также продолжения образовательной траектории. Поддержка со стороны сверстников и преподавателей, а также ощущение себя частью университетского сообщества напрямую связаны с успешной социальной и образовательной адаптацией студентов.

В основном социальная сплочённость измеряется через такие индикаторы, как уровень доверия, чувство принадлежности, общность ценностей и норм, готовность к взаимопомощи, социальная активность. В работах Н.С. Козловой и К.И. Гурьянова сплочённость рассматривается как важнейшее условие эффективности групповой деятельности [Козлова, Гурьянов 2025]. Э.Г. Винограй выделяет организационные, психологические и ценностные факторы, а также значение корпоративной культуры университета как механизма формирования норм взаимодействия и укрепления студенческого сообщества [Винограй 2014].

Внеучебная деятельность в работах М.Г. Гагач рассматривается как важный ресурс формирования социальной сплочённости, непосредственно влияющий на создание и развитие социального капитала, горизонтальных связей и коллективной идентичности «мы – студенты» [Гагач 2022]. Участие в культурных, спортивных, волонтерских и творческих активностях снижает социальную изоляцию, укрепляет доверие, межличностные связи и формирует инклюзивную среду [Ярская-Смирнова, Ярская 2010].

Несмотря на обозначенное внимание к проблеме социальной сплочённости, влияние именно творческой внеучебной деятельности на её формирование остаётся недостаточно изученным, что определяет необходимость дальнейших теоретических и эмпирических исследований.

Методология исследования

В рамках данной работы было проведено количественное исследование «Творческая внеучебная университетская деятельность как фактор социальной сплочённости студенческой молодёжи», реализованное в феврале–марте 2026 г. среди обучающихся Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ). В качестве метода сбора данных был выбран анкетный опрос в Яндекс Формах. Были опрошены 272 студента с 1 по 4 курс обучения; выборка целевая, нерепрезентативная.

Для измерения сплочённости студентов РГГУ был рассчитан интегральный индекс как средний балл по девяти утверждениям, описывающим взаимопомощь, чувство принадлежности, поддержку, гордость за университет и доступность самореализации:

Студенты в моём университете часто помогают друг другу.

В университете развита культура взаимопомощи и волонтерства.

Я чувствую себя частью студенческого сообщества РГГУ.

В университете в целом дружелюбная атмосфера.

Мне легко устанавливать новые знакомства среди студентов.

При возникновении трудностей я могу рассчитывать на поддержку своих одногруппников и знакомых из других факультетов.

При возникновении трудностей я могу рассчитывать на поддержку преподавателей или кураторов.

Я горжусь тем, что обучаюсь в РГГУ.

В университете достаточно возможностей для творческой самореализации студентов.

Утверждения оценивались по пятибалльной шкале.

Дополнительно использовался вопрос «Какое утверждение наиболее точно отражает Ваше отношение к РГГУ?» с вариантами:

Я ощущаю, что РГГУ – моё место.

РГГУ для меня прежде всего место получения образования, без особой эмоциональной привязанности.

При возможности я предпочёл(а) бы перевестись в другой вуз».

Целью исследования стало выявление значимости факторов с акцентом на том, влияют ли внеучебные творческие мероприятия на уровень социальной сплочённости студенческой молодёжи.

Основные результаты исследования

Данные исследования свидетельствуют о том, что общий уровень сплочённости среди студентов РГГУ оказался высоким: среднее значение индекса превысило 4 балла – 4,31. Однако наблюдается небольшое, но статистически значимое снижение чувства сплочённости по мере перехода студентов на старшие курсы: у первокурсников индекс составил 4,39, а у студентов четвёртого курса – 4,18.

Таблица 1

Индекс социальной сплочённости по курсам обучения

Курс обучения	Средний индекс сплочённости
1-й курс	4,39
2-й курс	4,23
3-й курс	4,23
4-й курс	4,18

Частота посещения творческих внеучебных мероприятий имеет прямую положительную связь со сплочённостью. Средний индекс составляет 4,54 среди тех студентов, кто принимает участие в мероприятиях активнее всего (еженедельно или чаще), а самый низкий показатель сплочённости (4,04) зафиксирован у тех, кто принимает участие реже одного раза за семестр. Среди студентов, которые не посещали мероприятия весь год и больше, индекс сплочённости снижается до 3,71. Корреляция между частотой посещения и индексом сплочённости составила $\rho \approx 0,26$ ($p < 0,001$).

Таблица 2

Индекс сплочённости
в зависимости от частоты посещения мероприятий

Частота посещения мероприятий	Кол-во респондентов, %	Средний индекс сплочённости
Реже 1 раза за семестр	7,4	4,04
1–2 раза за семестр	28,7	4,25
Раз в месяц	14,0	4,32
Несколько раз в месяц	27,5	4,36
Еженедельно и чаще	22,5	4,54

На вопрос организационной помощи или о волонтерстве 27% респондентов ответили, что принимают участие регулярно (примерно раз в месяц и чаще), 36% участвуют эпизодически (реже одного раза в месяц), а 37% вовсе не участвуют в организации мероприятий. Доля регулярно вовлечённых резко падает к четвёртому курсу (только 10%), тогда как 51,7% четверокурсников совсем не участвуют в организации. Фактор участия в организации мероприятий также связан с более высоким уровнем сплочённости: регулярные волонтеры имеют индекс 4,41, эпизодические – 4,35, а не участвующие – 4,19, однако корреляция ($r \approx 0,10$) не достигла статистически значимого уровня.

Высокие показатели сплочённости связаны с оценкой качества внеучебных мероприятий – полезности, разнообразия, актуальности и т. п. Это значит, что чем более интересными и полезными студенты считают мероприятия и чем более положительный опыт они получают, тем сильнее ощущают себя частью сообщества.

Возраст отрицательно связан со сплочённостью ($r \approx -0,15$; $p \approx 0,014$), что подтверждает постепенный спад вовлечённости и ощущения «мы» по мере взросления студентов. Особенно чётко это заметно по показателю «Я чувствую себя частью студенческого сообщества РГГУ», который снижается с 4,38 у первокурсников до 3,76 у четверокурсников. При этом четвёртый курс оценивает дружелюбие атмосферы и доступность творческих возможностей сравнительно высоко. Старшие студенты также несколько выше оценивают и утверждение «Мне легко заводить новых знакомых», что может свидетельствовать о социальной селекции – в университете остаются те, кому легче общаться.

Респонденты отметили, что основными препятствиями для участия являются нехватка времени (62%), совпадение мероприятий с учебными занятиями (46%) и отсутствие интереса к предлагаемым форматам (24%). Основными мотивами участия стали возможность самореализации (62%), возможность завести друзей и знакомых (61%) и интерес к творчеству/спорту (59%); эти показатели значительно превышают внешние стимулы (сертификаты, мерч). Мотив «чувство причастности к университету» выбрали 32% респондентов.

Обсуждение результатов

Полученные результаты подтверждают гипотезу о том, что творческая внеучебная деятельность является значимым фактором социальной сплочённости. Регулярное участие студентов в мероприятиях усиливает чувство принадлежности, доверия и взаимопомощи, а активные студенты существенно сильнее чувствуют себя частью сообщества РГГУ.

Важен не только факт участия, но и качество полученного опыта: высокая оценка мероприятий имеет более сильную связь со сплочённостью, чем просто участие во внеучебной деятельности. Это показывает необходимость инвестировать в организацию творческих инициатив. Снижение чувства единства на старших курсах может быть связано с ростом занятости, сменой приоритетов и снижением вовлечённости во внеучебную деятельность в целом, что требует отдельной разработки специальных программ поддержки для студентов последних курсов.

Одним из основных мотивов участия во внеучебных мероприятиях является возможность завести новые знакомства и друзей, что подтверждает гипотезу: благодаря мероприятиям у студентов формируется социальный капитал и усиливаются социальные

связи. Данные опроса также подтверждают, что совместное творчество и волонтерство укрепляют доверие и готовность помогать, так как регулярные волонтеры и организаторы мероприятий имеют один из наиболее высоких показателей сплоченности.

Основными барьерами для участия в мероприятиях остаются: нехватка времени и совпадение занятий с внеучебной деятельностью. Полученные данные об ограничениях для студентов и особенностях вовлеченности разных курсов указывают на необходимость адаптировать мероприятия под возрастные особенности и рост академической нагрузки. Программы университета должны учитывать специфику участия на всех курсах, усиливать информирование, адаптировать расписание событий и предлагать гибкие форматы, чтобы поддерживать и укреплять чувство «мы – студенты РГГУ» на протяжении всего периода обучения.

Таким образом, творческая внеучебная деятельность играет важную роль в процессе сплочения студенческого сообщества как механизм формирования социального капитала, горизонтальных связей и межгруппового взаимодействия. Она создаёт условия для регулярных неформальных контактов между студентами разных курсов и направлений подготовки, а сами мероприятия способствуют укреплению доверия и готовности к взаимопомощи.

Результаты проведенного исследования подтверждают, что участие студентов во внеучебной деятельности способствует росту чувства принадлежности и доверия. Творческие и студенческие объединения выступают центром формирования коллективной идентичности. Несмотря на выявленный спад уровня сплоченности на старших курсах, её общий уровень в РГГУ остаётся довольно высоким. В мотивах участия доминирует желание самореализации и межличностного общения, что указывает на необходимость системной поддержки мероприятий.

Проведённое исследование имеет важную практическую значимость: его результаты могут быть использованы при улучшении и разработке студенческой политики РГГУ, направленной на укрепление социальной сплоченности и поддержку творческой самореализации обучающихся.

Литература

Божок и др. 2017 – *Божок Н.С., Зайцев Д.В., Кононенко Р.В.* и др. Социальная сплоченность как категория темпорализма в контексте современности. М.: Вариант, 2017. 462 с.

Будаева 2022 – *Будаева Э.В.* Корпоративная культура в образовательной среде университета // Учёные записки Забайкальского государственного университета. 2022. Т. 17. № 4. С. 124–130.

Винограй 2014 – *Винограй Э.Г.* Системный анализ факторов сплоченности коллектива // Социогуманитарный вестник. 2014. № 1 (13). С. 67–79.

Гагач 2022 – *Гагач М.Г.* Социально-культурные технологии формирования сплоченности студенческого коллектива. М.: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2022. 128 с.

Козлова, Гурьянов 2025 – *Козлова Н. С., Гурьянов К.И.* Сплоченность коллектива как фактор его успешности // Наука и образование: актуальные вопросы теории и практики: Материалы V Междунар. науч.-метод. конф. Оренбург, 2025. С. 545–549.

Ярская-Смирнова, Ярская 2010 – *Ярская В.Н., Ярская-Смирнова Е.Р.* Социальная сплочённость: выбор идеологии и механизма реализации // Интеллигенция и идеалы российского общества: Сб. ст. по материалам XI Междунар. теоретико-методол. конф. Серия «Интеллигенция и современность». Вып. XI / Под ред. Ж. Тощенко. М.: РГГУ, 2010. С. 150–159.

Chan et al. 2006 – *Chan J., To H.-P., Chan E.* Reconsidering Social Cohesion: Developing a Definition and Analytical Framework for Empirical Research // *Social Indicators Research*. 2006. Vol. 75. № 2. P. 273–302.

Аффективные режимы и гендерные перформативы: femcel core как цифровая среда воспроизводства женской уязвимости

Арина А. Кровякова

студентка

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва

Аннотация. В статье анализируется интернет-эстетика femcel core как аффективно-платформенный режим, в котором женская уязвимость превращается в перформативный знак. На основе теории аффекта, концепции цифровых аффективных сетей и теории перформативности Джудит Батлер показано, как алгоритмы TikTok тиражируют интенсивности разочарования и закрепляют нормативность уязвимости. Делается вывод об амбивалентности femcel core: он артикулирует реальное неблагополучие, но эстетизирует и коммодифицирует боль.

Ключевые слова: femcel core, аффективно-платформенный режим, перформативность, интернет-эстетики

Термин “femcel” (female involuntary celibate) получил свою первую популярность на форумных площадках, прежде всего на Reddit, примерно в 2018 г. Это были текстовые сообщества, где девушки обсуждали опыт одиночества, отвержения, фрустрации в романтических отношениях. Как отмечают Йоханссен и Кей в статье 2024 г., эти ранние сообщества характеризовались часто отчаянными, даже нигилистическими, текстовыми обсуждениями [Johanssen, Kay 2024, p. 1]. В этих сообществах именно уязвимость, сложные эмоции были главным содержанием. Девушки делились историями, искали поддержку, проговаривали боль. Однако с ростом популярности платформы TikTok происходит крайне сильный сдвиг формата. На смену старому текстовому сообществу приходит интернет-эстетика femcel core в формате коллажей и коротких видео. Эта эстетика включает в себя элементы внешнего вида: от стиля одежды до макияжа, специфический набор музыкальных исполнителей, фрагменты из фильмов. Важно, что все эти элементы должны быть на эмоциональном уровне связаны с негативными проявлениями, например, яростью, изоляцией и меланхолией.

Данный переход примечателен не только сменой площадки и формата медиума. Произошла смена способа трансляции своей уязвимости: от чёткого словесного артикулирования к перформативным, в первую очередь визуальным способам. Теперь уязвимость не проговаривается открыто, а демонстрируется с помощью определённых кодов: музыки, цитат, стиля одежды и кадров из кинематографа. Данная эстетизация позволяет сделать контент о болезненном опыте и уязвимости визуально привлекательным, эстетичным, что в рамках TikTok означает сделать его «кликабельным» и популярным. Кроме того, здесь важно отметить, что эстетика femcel core не является абсолютным новатором в сфере романтизации женского страдания и уязвимости в интернете. Во многом femcel core связан и является преемником эстетики sad girl [Johanssen, Kay 2024, p. 3]. Эта преемственность позволяет говорить о том, что femcel core не является одиночным и изолированным феноменом, а частью более масштабных культурных сдвигов.

Теоретические основания анализа femcel core

Плодотворной рамкой для анализа феномена интернет-эстетики *femcel core* может стать теория аффекта, которая позволяет объяснить, как эти досознательные интенсивности циркулируют, масштабируются алгоритмами и превращают личную боль в коллективный перформативный режим, минуя рациональную рефлекссию.

Первый подход, на который было бы продуктивно опереться для анализа, – это концепция цифровых аффективных сетей (*digital affective networks*), предложенная Галией Шамайле и Зейнеп Арсел в работе “*Digital Affective Encounters: The Relational Role of Content Circulation on Social Media*”. Авторы определяют цифровые аффективные сети как совокупность отношений и взаимодействий, сосредоточенных вокруг создания, потребления и циркуляции цифрового контента, наполненного аффектом [Shamayleh, Arsel 2026, p. 915]. Ключевым при использовании этой теоретической рамки становится необходимость проследить путь цифрового объекта. Шамайле и Арсел, опираясь на теорию аффекта Сары Ахмед и концепцию индексальности, выделяют три процесса:

Индексализация, т. е. вложение аффективных сигналов в цифровой объект. Когда девушка снимает под грустную музыку заплаканное лицо, она индексирует в этом контексте своё состояние разочарования и уязвимости.

Ре-индексализация: перенастройка сигналов цифрового объекта для репрезентации иного контекста. Другие пользователи подхватывают видео, отправляют его друзьям с различными подписями, делают дуэты, ремиксы, добавляют свои смыслы. Аффект начинает отделяться от первоначального личного контекста.

Деконтекстуализация: на этом этапе крупные аккаунты-кураторы или создатели мемов «очищают» контент от личной истории [Shamayleh, Arsel 2026, p. 920]. То есть теперь не важно, почему плачет девушка, важна только публичная демонстрация аффекта, его меметический потенциал.

Применительно к *femcel core* это означает, что личный аффект (разочарование, усталость, обида), превращается в эстетизированный контент (индексализируется), затем, проходя через механизмы платформы, деконтекстуализируется и становится общим, меметичным аффективным режимом для тысяч девушек. При этом важно отметить, что несмотря на то, что *femcel core* становится общим аффективным пространством, это не приводит к каким-либо серьёзным обсуждениям или поддержке, которую можно было наблюдать у изначальных *femcel* сообществ. Чаще всего в *femcel core* показанные эмоции и аффекты воспринимаются через призму сарказма. Это не приводит к солидарности или попыткам изменения себя. Сам факт переживания становится достаточным для того, чтобы считать себя частью этой интернет-эстетики.

Femcel core и гендерная перформативность

Следующий вопрос, который стоит рассмотреть в феномене *femcel core*: каким образом в этой интернет-эстетике конструируется гендер. Для этого необходимо обратиться к концепции гендера, изложенной Джудит Батлер. Здесь особенно важно, что гендер конституируется через повторение стилизованных актов, а именно жестов, одежды, речи, которые ссылаются на предыдущие акты и, повторяясь, создают иллюзию устойчивой идентичности [Батлер 2022, p. 254]. В рамках *femcel core* женский гендерный опыт является основным и образующим для этой интернет-эстетики, элементы этого опыта – от романтического отвержения до школьного буллинга – эстетизируются, становятся темой для визуально привлекательного создания контента. Кроме того, для воспроизводства

собственной, специфически женской уязвимости, используются и определенные визуальные маркеры, специфический макияж и одежда, использование кадров из фильмов, которые подходят под эстетику. Стоит отметить и особенную аффективную среду, которая воссоздается в рамках перформативности: в такого рода контенте подчёркивается меланхолия, разочарование (как в себе, так и в обществе) и злость. Важно подчеркнуть, что эти акты не изобретаются заново каждой пользовательницей. Они цитируют друг друга, встраиваются в уже существующую цепочку перформансов. Это создаёт ощущение принадлежности к сообществу. Одновременно это закрепляет нормативность самой уязвимости: чтобы быть принятой в сообществе, нужно выглядеть уязвимой, переживать и эстетизировать негативные аффекты, подчёркивать их связь со специфическим женским гендерным опытом. Возникает парадокс: повторяя эти акты, девушки не просто изображают уязвимость – они становятся уязвимыми в рамках этого дискурса. Их идентичность формируется через демонстрацию своей исключенности из гегемонных романтических сценариев. Отрицание нормы создаёт новую норму, норму перманентного разочарования.

Аффект в цифровой среде

Особенно важно подчеркнуть, как именно аффект, связанный с разочарованием и уязвимостью, функционирует в цифровой среде. Здесь было бы уместно сослаться на работу И.Б. Микиртумова «Аффект «в цифре»: прижигание вместо катарсиса». Особенно важно наблюдение, что в современной культуре происходит смена аффективного режима при взаимодействии с негативными эмоциями. Переход от классического механизма очищения души (катарсиса) к цифровому механизму «прижигания», то есть эмоция больше не проживается, а конвертируется в знак: лайк, репост, комментарий. Происходит «прижигание» чувства, его обезвреживание. Эмоция становится декоративной, но настоящего разрешения внутреннего конфликта не происходит [Микиртумов 2025, с. 150]. Применяя это к femcel core, можно увидеть, что боль и травматичный опыт становятся эстетичным видео, разочарование в романтических отношениях превращается в ироничный мем, а усталость и одиночество вплетаются в визуальную составляющую эстетики. Этот процесс «обезвреживает» аффект, лишая его преобразующей силы. Он перестаёт быть импульсом к действию и становится просто частью цифрового образа. Здесь важно подчеркнуть: высокая видимость темы, тысячи лайков под грустными видео не ведут к снижению уровня реальной женской уязвимости. Напротив, они могут закреплять цикл, создавая зависимость от внешнего подтверждения и фиксируя внимание на уязвимости как на центральной характеристике идентичности.

Проведённый анализ позволяет концептуализировать femcel core как многомерный феномен, расположенный на пересечении цифровой культуры, аффективной экономики и гендерных исследований. Таким образом, femcel core предстаёт как амбивалентный феномен. С одной стороны, он артикулирует реальное неблагополучие и даёт язык для описания опыта, исключённого из доминирующего дискурса. С другой стороны, будучи интегрированным в логику платформенного капитализма, этот язык эстетизирует и консервирует уязвимость, превращая её в перформативную норму.

Литература

Батлер 2022 – *Батлер Д.* Гендерное беспокойство: феминизм и подрыв идентичности. М.: V-A-C Press, 2022. 272 с.

Микиртумов 2025 – *Микиртумов И.Б.* Аффект «в цифре»: прижигание вместо катарсиса // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2025. № 4. С. 127–153.

Johanssen, Kay 2024 – *Johanssen J., Kay J. B.* From femcels to “femcelcore”: Women’s involuntary celibacy and the rise of heteronihilism // *European Journal of Cultural Studies*. 2024. Vol. 28. № 4. P. 1–19.

Shamayleh, Arsel 2026 – *Shamayleh G., Arsel Z.* Digital affective encounters: The relational role of content circulation on social media // *Journal of Consumer Research*. 2026. Vol. 52. № 5. P. 914–934.

Арина А. Никитина

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Мирослава С. Цапко

канд. культурологии, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В данной статье социально обусловленные болезни рассматриваются как социально детерминированные явления, отражающие недостатки со стороны социальных институтов и неравенство в доступе к ресурсам здоровья.

Ключевые слова: социально обусловленные болезни, детерминанты здоровья, социальные факторы риска, здоровье населения, медицинское страхование

В рамках социологического анализа здоровье принято рассматривать как явление, формируемое социальными условиями. Тем не менее, система здравоохранения часто сводит заболевания к индивидуальной ответственности пациента, что приводит к снижению оценки влияния социальных факторов. Исследование опирается на концепцию фундаментальных причин болезней, разработанную Брюсом Линком и Джо Феланом [Link, Phelan 1995, p. 80–94], многоуровневые модели Гуннара Дальгрена и Маргарет Уайтхед [Dahlgren, Whitehead 1991, p. 11], а также теорию коммуникативного действия Юргена Хабермаса [Habermas 1984–1987, p. 8–42, 113–197], позволяющую анализировать разрыв между системой здравоохранения и жизненным миром.

Методология исследования

Для проведения исследования использовался метод анализа документов. Эмпирическая база исследования включает в себя широкий спектр источников: нормативно-правовые акты (такие как перечень социально значимых заболеваний 2004 года и документы системы ОМС), Международную классификацию болезней (МКБ-10), а также публичные высказывания представителей институтов. Анализ этих материалов призван выявить несоответствия между теоретическими концепциями социальной обусловленности здоровья и практической реализацией его институционального регулирования.

Теоретическая рамка

В рамках социологического анализа социально обусловленные болезни стоит рассматривать как объективные, наблюдаемые и распознаваемые по внешним признакам социально детерминированные явления, отражающие дисфункциональное состояние общественных элементов или всего общества в целом [Меркулов 2014, с. 43]. На их распространение влияет результат действия структурных условий, формирующих неравный доступ к ресурсам здоровья.

По мнению исследователей, социальные факторы здоровья представляют собой относительно близкие причины изменения состояния здоровья человека [Паутов 2012, с.

12–13]. При этом учёт контекста социальных факторов риска и устойчивости позволяет выявить условия, детерминирующие их существование, а исчезновение социальных факторов риска, непосредственно связанных с состоянием здоровья человека, позволяет выработать эффективные инструменты управления ими.

Риски для здоровья человека, которые ведут к его ухудшению, имеют различные причины (развития определенных заболеваний, преждевременной смерти и пр.), при рассмотрении СОБ важно понимать сущность факторов риска, связанных с социумом.

Социальные факторы риска, являясь условиями, порождаемыми совместной деятельностью людей и повышающими вероятность наступления некоего негативного события, могут проявляться на различных уровнях. На институциональном уровне факторами риска будут выступать специфика функционирования социальных институтов, на социетальном уровне – социальное расслоение, особенности социально-экономической и социально-политической подсистем общества [Гордеева 2014, с. 158].

Проанализировать, как медицинская экспертиза становится частью процессов социального регулирования, можно благодаря теории коммуникативного действия. Хабермас выделял два уровня современного общества: «жизненный мир», основанный на повседневных значениях и коммуникации, и «систему», действующую по принципам инструментальной рациональности. Медицина, которая является частью системы, использует понятия эффективности, потенциальных угроз и стандартизации, что приводит к увеличению авторитета и снижению вероятностного равноправного диалога для пациентов.

При рассмотрении социально обусловленных болезней (СОБ) наблюдается тенденция, когда ответственность за состояние здоровья перекладывается исключительно на индивида. Социальные причины, такие как нестабильная работа, хроническое стрессовое состояние, бедность, социальная изоляция и многие другие, подвергаются пренебрежению.

Данная тенденция может быть дополнительно интерпретирована через концепцию медиализации, разработанную Мишелем Фуко. В работе «Рождение социальной медицины» он показывает, что медицина Нового времени начинает выполнять не только терапевтическую, но и регулятивную функцию, становясь элементом системы управления населением. В этом контексте медицинское знание формирует границу между «нормальным» и «патологическим», тем самым создавая особый механизм социальной нормализации.

Подобный разрыв коммуникации между системой здравоохранения и частью общества, которая подвержена СОБ, способствует закреплению социального неравенства. Пациенты лишаются права быть активными участниками диалога о своем здоровье, становясь лишь объектами для оценки специалистами. В результате внимание социальной политики в сфере здравоохранения концентрируется на индивидуальных особенностях и поведении личности вместо изменения структурных условий.

Социологическая критика нацелена на возврат рационального диалога между пациентами и деятелями в сфере здравоохранения, а также на рассмотрение концепции здоровья как коллективной задачи общества, а не индивидуальной ответственности.

Хотя исследования в области социологии медицины подчеркивают, что здоровье зависит от множества факторов, некоторые работы отмечают, что социальное неравенство

играет ключевую роль в состоянии нездоровья, определяя различия в заболеваемости и сопротивляемости организма между различными группами населения.

Основная идея концепции Б. Линка и Дж. Фелана [Link, Phelan 1995, p. 80–94] ключевым моментом является признание того, что социальные условия выступают фундаментом детерминант здоровья. Они подчеркивают, что необходимо сосредоточиться на том, при каких социальных условиях факторы риска ведут к болезни и есть ли какие-либо социальные условия, при которых индивидуальные факторы риска никак не влияют на болезнь, то есть на причинах того или иного поведения человека, имеющих макросоциальный характер, или на «риске рисков».

Рассматривая проблему социального неравенства и здоровья, Г. Штайнкамп разрабатывает комплексную многоуровневую модель, которая объясняет неравенства в болезнях и продолжительности жизни, где выделяет три уровня: макроуровень (место в системе социального неравенства), мезоуровень (материальные и социальные условия производства (труда) и воспроизводства (партнёры, семья, досуг) и микроуровень (личность, организм) [Штайнкамп 1999, с. 25–27].

Противоречия социально обусловленных болезней

1 декабря 2004 года Правительство Российской Федерации утвердило перечень социально значимых заболеваний, однако это не дало ответов, а лишь сильнее запутало понимание сущности данных заболеваний. Для начала следует отметить, что нет определения социально значимых болезней, которое было бы утверждено на государственном уровне, хотя ранее предпринимались попытки определить его.

Термин «социальная болезнь» вошел в широкое употребление и начал использоваться на правительственном уровне после VIII съезда РКП(б), однако тогда не было чёткого понимания, что они включают в себя и что влияет на них. Сам термин прошел несколько этапов становления. 22 марта 1919 г. в программе партии в области охраны народного здоровья поставила своей ближайшей задачей «борьбу с социальными болезнями (туберкулезом, венеризмом, алкоголизмом)» [Спирин 1962, с. 202].

Традиционно считалось, что распространению социальных болезней способствовали условия, которые определялись классовым неравенством и эксплуатацией труда. Однако в период с 1960 по 1970 г. произошел отказ от этой позиции и СОБ стали определять, как заболевания человека, чье возникновение происходило от влияния неблагоприятных условий социально-экономического строя. Вместе с этим список расширился и стал включать в себя также рахит и авитаминозы.

В 1980 г. наметился возврат к теории социальной обусловленности, согласно которой, практически все заболевания зависят от социально-экономической ситуации. Это привело к тому, что в научном обществе термин посчитали непригодным. В то же время известные медики и историки медицины отмечали справедливость существования термина «социальные болезни», хотя и признавали его несовершенство¹⁵⁷.

Сейчас термин «социальные болезни» возрождается, однако его повторное введение и практическое использование в научном пространстве происходит через термины

¹⁵⁷ Лисицын Ю.П. История медицины: Учеб. М., 2004. С. 262.

«социально значимые болезни» и «социально обусловленная болезнь». Это позволяет сделать вывод о том, что данные термины являются равнозначными.

Однако нынешний перечень социально обусловленных болезней не стоит считать релевантным, поскольку ему не хватает необходимой внутренней классификации. Он не учитывает ключевые параметры, например, тяжесть, распространённость, этиологию и социальные последствия таких состояний. Ярким примером можно считать класс V F00 – F99 МКБ-10, который ошибочно воспринимают как одну группу. При детальном рассмотрении можно увидеть, что это система, объединяющая принципиально разные типы расстройств. Туда входят как органические поражения мозга, например, деменция, приводящие к снижению когнитивных функций, так и функциональные и поведенческие состояния, таких как тревожные, депрессивные и стресс-связанные расстройства.

Важно учитывать, что само понятие «расстройство» в рамках МКБ-10 существенно шире, чем «заболевание», и включает не только патологии, но и состояния, отражающие нарушения адаптации, поведения или психофизиологической регуляции, которые могут носить временный, обратимый или ситуационный характер. В рамках одного классификационного блока оказываются состояния, радикально отличающиеся по клинической тяжести, длительности течения и влиянию на социальное функционирование.

Серьёзной проблемой становится широкая распространённость ряда расстройств, в частности тревожных, депрессивных, стресс связанных, а также нарушение сна и соматоформных состояний. Так, по данным исследовательского центра «Позиция», 74,3% опрошенных так или иначе испытывают тревожность: 13,6% – постоянно, 25,3% – время от времени, 35,4% – редко. Лишь четверть респондентов (25,7%) заявили, что не ощущают тревожности. Таким образом, состояние внутреннего напряжения стало общим фоном для различных возрастов и социальных групп¹⁵⁸.

Перечень приобретает излишнюю универсальность, отсутствие чётких критериев и многообразие включенных заболеваний, особенно в пункте о психологических расстройствах, приводит к тому, что большая часть населения приобретает статус «социально значимо больных», что вызывает противоречивость. В итоге, то, что предназначалось для выделения приоритетных состояний с высокой социальной нагрузкой, теряет свою направленность, начинает охватывать большое количество населения и приводит к утрате своей цели.

Управляемость системы здравоохранения снижается из-за трудностей с приоритизацией ресурсов. Серьёзные заболевания борются за финансирование и внимание с более распространёнными, но менее тяжёлыми состояниями. Вместе с этим, существует угроза гипердиагностики и слишком широкого определения «социально значимого заболевания», что может привести к тому, что значительная часть населения будет формально соответствовать этому статусу. Без введения классификации и ясных критериев отбора, список социально значимых заболеваний теряет свою функцию инструмента для расстановки приоритетов и становится избыточно широкой, плохо применимой конструкцией.

Следует сохранять во внимании, что болезнь является не только медицинским фактом, но и социальным признаком, через который воспроизводятся нормы, ожидания и

¹⁵⁸ Свыше 13% опрошенных россиян постоянно испытывают тревогу // Официальный сайт ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/25743367> (дата обращения: 04.04.2026).

иерархия. Также это дает осознать, как социальные проблемы маскируются под индивидуальные особенности, а коллективная ответственность подменяется моральной оценкой.

Так 14 марта 2026 г. в интервью РИА Новости глава Всероссийского союза страховщиков (ВСС) Евгений Уфимцев заявил:

В программу ОМС на сегодняшний день не входит лечение заболеваний, которые передаются половым путём, вызванных вирусом иммунодефицита, синдромом приобретённого иммунодефицита, а также лечение туберкулеза, расстройств поведения и ряда других¹⁵⁹.

Отвечая на вопросы журналистов, он отметил, что перечень заболеваний и состояний, которые входят в программу бесплатной медицинской помощи, ежегодно пересматривается и корректируется. Следует отметить, что, по данным Минздрава России и расчёту Росстата, в 2024 г. было зарегистрировано 39,3 тыс. больных с диагнозом активный туберкулез, установленным впервые в жизни¹⁶⁰

Исходя из всего сказанного ранее, можно заметить, что в системе здравоохранения происходит внутренний конфликт, где происходит разрыв между заявленной важностью ряда заболеваний и механизмом финансирования их лечения. Из-за этого происходит двойственное понимание болезней, когда в теории они рассматриваются как результат социальных детерминант, но на практике преобладает подход, когда СОБ становится индивидуальной ответственностью пациента, особенно в ситуации отсутствия определения.

При рассмотрении данного противоречия через концепцию Хабермаса, можно сделать вывод, что медицинская система, которая направлена на стандартизацию, эффективность и управляемость, исключает общение и понимание здоровья, заменяя его рациональными критериями.

Применение теории коммуникативного действия при анализе социально обусловленных болезней позволяет рассмотреть, как современная медицина может неявно придерживаться евгенических идей. Социологическая критика в данном контексте нацелена на возврат рационального диалога между пациентами и деятелями в сфере здравоохранения, а также на рассмотрение концепции здоровья как коллективной задачи общества, а не индивидуальную ответственность.

Наличие подобного социального опыта важно в научных и политических обсуждениях здоровья. Это не только поможет раскрыть евгенические элементы в современной медицине, но и позволит наметить путь их нейтрализации в восстановлении рационального диалога между всеми участниками коммуникации.

Упрощение классификации, отсутствие единого определения, сведение сложных социальных процессов до набора индивидуальных медицинских проблем и отсутствие равных возможностей для диалога препятствуют выявлению системных и социальных детерминант, которые способствуют решению сложной социально-медицинской проблемы, а также воспроизводит социальное неравенство, поскольку группы с

¹⁵⁹ Названы болезни, которые не лечатся по ОМС // Официальный сайт РИА Новости. 14.03.2026. URL: <https://ria.ru/20260314/meditsina-2080622715.html> (дата обращения: 04.04.2026).

¹⁶⁰ Заболеваемость населения социально значимыми болезнями (данные Минздрава России, расчёт Росстата) // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 04.04.2026).

неблагополучным социально-экономическим статусом сталкиваются с ограниченным доступом к ресурсам здравоохранения.

Без надлежащей систематизации возрастает риск того, что социально обусловленные болезни останутся недоработанным теоретическим конструктом, который не способен стать эффективным инструментом для управления и анализа в политике, либо вновь приведёт к отказу от данной категории. Отсюда возникает необходимость в создании системы, которая будет учитывать возникновение факторов на различных уровнях, степень их управляемости, влияние социальных условий на их развитие, масштаб потенциального ущерба для общества и потенциал профилактических мер на уровне социальной политики.

Проведённый анализ показывает, что социально обусловленные болезни в современном научном и институциональном поле носят противоречивый характер. С одной стороны, здоровье признаётся результатом действия структурных факторов, с другой – отсутствует чёткое и единое определение данной категории, что снижает её аналитическую и управленческую значимость.

Размытость критериев и отсутствие внутренней классификации приводят к утрате функции приоритизации, тогда как разногласия между признанием социальной значимости заболеваний и их фактическим обеспечением фиксирует разрыв между декларацией и практикой.

Использование подходов Хабермаса и Фуко позволяет интерпретировать данное противоречие как системное. Медицина выступает не только как инструмент лечения, но и как механизм нормализации и воспроизводства социального неравенства, закрепляя перенос ответственности с социальных структур на индивида.

В этих условиях необходим переход к системной модели анализа и регулирования социально обусловленных болезней, предполагающей разработку чётких критериев, многоуровневой классификации и их институциональное закрепление в механизмах здравоохранения.

Литература

Гордеева 2014 – *Гордеева С.С.* Многофакторная модель обусловленности здоровья молодёжи: социологический анализ // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2014. № 1. С. 158–163.

Меркулов 2014 – *Меркулов Е.Д.* К вопросу о природе и сущности социальных болезней // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2014. № 1 (179). С. 41–46.

Штайнкамп 1999 – *Штайнкамп Г.* Смерть, болезнь и социальное неравенство // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Т. II. Вып. 1. С. 115–154.

Dahlgren, Whitehead 1991 – *Dahlgren G., Whitehead M.* Policies and Strategies to Promote Social Equity in Health. Stockholm: Institute for Futures Studies, 1991. 67 p.

Habermas 1984–1987 – *Habermas J.* The Theory of Communicative Action. Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society; Vol. 2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason. Boston: Beacon Press, 1984–1987. 480 p.

Link, Phelan 1995 – *Link B. G., Phelan J.* Social conditions as fundamental causes of disease // Journal of Health and Social Behavior. 1995. Vol. 35. P. 80–94.

Без ступеней, но с барьерами: инклюзивность детских библиотек

Мария К. Рыльцова

студентка

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Елена А. Колосова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), Москва

Аннотация. В статье рассматривается, чем помимо физической доступности может быть обеспечена полная социальная инклюзия на примере детских библиотек Москвы. На основе 10 глубинных интервью с сотрудниками и в опоре на теорию Николаса Лумана показано, что ключевыми элементами являются организация среды, деятельности и социальной организации. При этом решающую роль играет коммуникативное включение ребенка в диалог и совместную деятельность.

Ключевые слова: библиотека, дети с ОВЗ (ограниченными возможностями здоровья), инклюзивная среда, социальная политика, учреждения культуры

По данным Федеральной службы государственной статистики, в России проживает около 11,9 млн человек с инвалидностью (примерно 8% населения), из которых приблизительно 784 тыс. – дети (люди моложе 18 лет) с признаками устойчивых нарушений здоровья и ограничениями участия в повседневной жизни общества¹⁶². Это значительная часть общества, для которой важно не только физическое, но и социальное включение. В ответ на эту проблему государство реализует программу «Доступная среда», направленную на создание безбарьерной инфраструктуры.

Однако само по себе институционализация доступности не гарантирует достижения настоящей и полной инклюзии. Проблема заключается в том, что на практике она часто сводится только к устранению физических барьеров – установке пандусов, лифтов, тактильных указателей и других элементов «доступной среды». Однако этого недостаточно для того, чтобы люди с инвалидностью действительно чувствовали себя включёнными в общественную жизнь.

Между тем именно на уровне повседневных взаимодействий продолжают воспроизводиться барьеры включённости. Речь идёт о коммуникативной дистанции, стереотипах и простом недостатке опыта взаимодействия с людьми с инвалидностью. Наличие этих барьеров подтверждается эмпирическими данными: например, по данным опроса ВЦИОМ большинство опрошенных (54%) испытывают к людям с инвалидностью такие эмоции, как жалость, грусть, боль, обида, а желание помочь и поддержать возникает лишь у 17% опрошенных¹⁶³. Это говорит о том, что помимо физических существуют и социальные барьеры.

© Рыльцова М.К., 2026

¹⁶² Общая численность инвалидов по группам инвалидности // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/pi_1.1_2024.xlsx (дата обращения: 10.03.2026).

¹⁶³ Всероссийский опрос «Взгляд общества на проблемы инвалидов» // Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/presentation/prezentacii/vzgljad-obshchestva-na-problemy-invalidov?ysclid=mnalxdtw9d22114656> (дата обращения: 12.03.2026).

В научной литературе инклюзия рассматривается как процесс, включающий несколько уровней: не только создание доступной среды, но и формирование культуры принятия и взаимодействия. Н.Е. Судакова в работе «Инклюзия как ценностное ядро философии гуманизма» трактует инклюзию как новый идеал мировоззрения, в основе которого лежит ценность уникальности личности [Судакова 2018]. М.Э. Вильчинская-Бутенко и Н.Ю. Уваров в статье «От концепции полезности человека к философии независимой жизни: социальная инклюзия средствами дизайна» анализируют сдвиг от утилитарного подхода к гуманистическому, где дизайн и в целом архитектурные решения становятся инструментами включения людей с особенностями здоровья [Вильчинская-Бутенко, Уваров 2016]. Практические аспекты доступной среды – преодоление физических и коммуникативных барьеров – подробно освещены в статье И.Б. Михновой [Михнова 2011]. Автор подчеркивает, что основополагающий принцип здесь – это равные возможности.

Тем не менее, несмотря на большое количество исследований в области инклюзии, некоторые сферы применения её принципов остаются незамеченными и недостаточно изученными. В частности, к таким относятся детские библиотеки. Их значимость определяется не только их образовательной функцией. В последние годы библиотеки стали пространствами для социализации, где дети учатся взаимодействовать друг с другом, формируют свои представления о «норме» и «другом».

При этом современные изменения в библиотечной системе (создание модельных библиотек, внедрение принципов доступной среды) в основном направлены на техническое оснащение. Но вопрос о том, как формируется инклюзивная среда на уровне общения, практик и повседневного взаимодействия, остаётся открытым.

Здесь возникает ключевой вопрос: как формируется настоящая инклюзия в детской библиотеке? Достаточно ли для её обеспечения только устранение физических барьеров, или для этого необходимы более глубокие изменения – в культуре общения, работе сотрудников и организации пространства? В статье эта проблема рассматривается на примере детских библиотек города Москвы.

Методология исследования

Целью настоящего исследования является ответ на вопрос: что, помимо устранения физических барьеров, требуется для создания подлинной социальной инклюзии в детских библиотеках? Для этого в работе анализируются представления сотрудников библиотек об инклюзии, практики взаимодействия с детьми с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ), а также соотношение формальной доступности учреждений и реальности.

Объектом исследования выступают детские библиотеки Москвы как социальные институты, функционирующие в системе культурно-образовательной инфраструктуры. Предметом исследования является обеспечение социальной инклюзии детскими библиотеками Москвы.

Исследование носит качественный характер. Основной метод сбора эмпирических данных – глубинное интервью. В выборку включены представители различных профессиональных позиций – от рядовых сотрудников до заведующих учреждений, что позволяет охватить разные уровни практики.

Исследование затронуло не одну, а 10 детских библиотек: в каждой из них было взято по одному интервью у сотрудника. Выборка носит целевой характер: в неё вошли те,

кто непосредственно взаимодействует с посетителями и сталкивается в своей работе с инклюзией.

Сбор эмпирических данных осуществлялся в марте 2026 г. Вопросы были направлены на выявление их представлений об инклюзии, практиках её реализации и ограничениях существующих подходов. Структура интервью была построена вокруг нескольких тематических блоков, которые отражают ключевые аспекты проблемы.

Дополнительно был применён анализ документов, регулирующих вопросы доступности среды. К ним относятся Конвенция о правах инвалидов ООН, ратифицированная в России в 2012 г.¹⁶⁴, а также приказы Министерства культуры, в том числе об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов культурных ценностей и благ¹⁶⁵.

Следует учитывать ограничения проведённого исследования. Небольшой объём выборки не даёт возможности распространять результаты на всю генеральную совокупность. Также исследование ограничено территориально – сбор данных осуществлялся в Москве, где концентрация ресурсов и степень вовлечённости в федеральные программы и проекты в целом значительно выше, чем в большинстве регионов России. Это означает, что в других субъектах ситуация может быть более сложной, а выявленные в Москве барьеры являются лишь частью проблемы. Однако выбранный качественный дизайн позволяет глубоко проанализировать восприятие и практики инклюзии на уровне конкретных учреждений.

Теоретическая рамка

Одной из особенностей социальной инклюзии является её многогранность, поэтому для исследования необходима теоретическая рамка, позволяющая разграничить формальную доступность среды и фактическую включённость человека в социальные взаимодействия. Ею может выступать системная теория Н. Лумана, а именно его различие между включением и исключением [Луман 2011]. Автор понимает общество не как совокупность индивидов, а как коммуникативную сеть. Функциональные системы – экономика, политика, право, культура – включают в себя человека лишь в той мере, в которой он становится там инициатором коммуникации. Исключение, согласно Н. Луману, – это не столько отторжение, сколько невозможность для человека быть услышанным, вступая в диалог внутри конкретной сферы.

Проецируя эту логику на библиотечную сферу, можно сказать следующее: библиотека как культурная система воспроизводит себя через коммуникацию о знании, литературе, досуге. Ребёнок с ОВЗ оказывается включённым в эту систему не тогда, когда он физически входит в здание, а когда начинает участвовать в типичных библиотечных делах – задаёт вопрос, выбирает книгу, взаимодействует с библиотекарем или сверстником на мероприятии. Это является функциональным включением, которое обеспечивает полноценный диалог с индивидом, а не формальное признание.

¹⁶⁴ Конвенция о правах инвалидов: принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи ООН от 13 декабря 2006 г. // Официальный сайт Организации Объединённых Наций. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml (дата обращения: 04.04.2026).

¹⁶⁵ Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 16 ноября 2015 г. № 2800 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов культурных ценностей и благ» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71180536/?ysclid=mnk0gy064603904766> (дата обращения: 04.04.2026).

В связи с этим возникает потребность в понятии «инклюзивное социокультурное пространство». Е.В. Хорошавина определяет его как

...специально организованную среду, позволяющую каждому члену общества через участие в социокультурных практиках реализовать свой личностный потенциал [Хорошавина 2022, с. 160].

Оно состоит из трёх компонентов. Первый – социальная организация. Это работа с аудиторией, партнёрами, семьёй ребёнка. Именно здесь реализуется главная цель инклюзии – живое человеческое взаимодействие. В центре оказывается ребёнок с ОВЗ, окруженный толерантным сообществом. Без этого психологического комфорта даже самая совершенная материальная база остается невостребованной. Второй компонент – организация деятельности: услуги, мероприятия, информационная открытость. Здесь возможны два подхода: специализированные мероприятия для детей с ОВЗ, где учтены их особенности, и общие события, где такие дети участвуют наравне со всеми. Важно, чтобы у семьи и ребёнка был выбор. А третий компонент – это предметно-пространственная организация, по сути, материальная основа инклюзии: архитектурная доступность, адаптированное оборудование, многофункциональная среда.

Такая структура позволяет увидеть, что инклюзия – это не только инфраструктура, но и нормы, практики, повседневные взаимодействия. Физическая доступность пространства не гарантирует включённости, если человек не включён в систему взаимодействий.

Инклюзия в детских библиотеках Москвы

Прежде чем обратиться к данным интервью, необходимо зафиксировать, какие требования к доступности библиотек закреплены на государственном уровне. Конвенция ООН о правах инвалидов (статья 30) гарантирует инвалидам доступ к культурным учреждениям наравне с другими, а также обязывает создавать условия для реализации их творческого и интеллектуального потенциала. Статья 7 Конвенции, посвященная детям-инвалидам, утверждает приоритет высших интересов ребёнка и его право свободно самовыражаться¹⁶⁶.

Конкретизацию этих принципов применительно к библиотекам задаёт Приказ Минкультуры РФ №2800¹⁶⁷. Документ предписывает комплекс мер: от архитектурной доступности до коммуникативной (сурдоперевод, тифлокомментирование, обучение персонала, адаптация сайтов). Однако, как показывают интервью с сотрудниками детских библиотек, даже выполнение этих требований не решает проблему включённости.

В крупных федеральных учреждениях, таких как РГДБ, создана полноценная инфраструктура:

¹⁶⁶ Конвенция о правах инвалидов: принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи ООН от 13 декабря 2006 г. Официальный сайт Организации Объединённых Наций. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml (дата обращения: 07.04.2026).

¹⁶⁷ Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 16 ноября 2015 г. № 2800 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов культурных ценностей и благ». Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71180536/?ysclid=mnk0gy064603904766> (дата обращения: 07.04.2026).

...при входе в библиотеку есть пандус, есть подъёмник, есть тактильные звуковые таблички в каждом зале... все продублировано шрифтом Брайля¹⁶⁸.

Этот случай можно рассматривать как эталонный, однако даже в столице такие библиотеки скорее исключение, чем правило. В небольших районных учреждениях ситуация иная. Сотрудники нередко констатируют отсутствие базовых элементов доступной среды. При этом показательно, как они пытаются компенсировать этот недостаток личным участием:

...пандуса нет... но человеку ничего не мешает заехать к нам, даже если с помощью кого-то... он может попросить помощи у нас, и мы ему обязательно поможем¹⁶⁹.

Особый интерес представляют скрытые барьеры, которые не фиксируются при формальной проверке на соответствие нормам. Одна из информантов рассказала, как на практике выяснилось, что даже в помещении с широким проёмом и пандусом ребенок на коляске не может свободно перемещаться:

...вот этот выступ [книжный разделитель], вот он как раз мешал нормальному перемещению ребят в инвалидных колясках. То есть мы сделали для себя очень много выводов¹⁷⁰.

Это показывает, что доступность не есть разовое действие, а процесс, требующий постоянного учёта и пересмотра с точки зрения реального пользователя.

Если физическая доступность – это проблема, которую пытаются решить на уровне нормативов и финансирования, то с отношенческими барьерами ситуация сложнее. Первое, что обращает на себя внимание, – это отсутствие системной подготовки библиотекарей к работе с детьми с ОВЗ. Они вынуждены полагаться на житейский опыт, на собственную эмпатию, иногда на семью ребенка: «я не чувствую себя готовой... полагаюсь на родителей»¹⁷¹. Здесь важно не осуждать сотрудника, речь идёт о системном провале. Но его последствия серьезны: ребёнок с ОВЗ остается «привязанным» к кому-то, а не становится самостоятельным субъектом взаимодействия, попадая в ситуацию исключенности.

Однако есть и позитивные примеры. В некоторых библиотеках сотрудники проходят специальное обучение, например, в центре «Интеграция» на базе музея Н. Островского, который регулярно проводит семинары для работников культуры. Эти уроки помогают преодолеть страх, а также дают конкретные инструменты и компетенцию.

В каких форматах ребёнок с ОВЗ реально участвует в библиотечной жизни? Анализ интервью показывает, что здесь библиотеки расходятся в подходах. В небольших библиотеках, где количество детей с ОВЗ невелико, сотрудники часто отказываются от специализированных мероприятий. Одна из информантов поясняет:

¹⁶⁸ Архив автора. Авторское качественное исследование «Доступная среда в детских библиотеках Москвы»; Москва, март 2026 г.; метод – глубинное интервью; выборка – 10 сотрудников детских библиотек Москва.

¹⁶⁹ См. Там же

¹⁷⁰ См. Там же

¹⁷¹ См. Там же

...у нас не настолько много таких деток, чтобы их выделить в отдельную группу... с такими детками должен заниматься педагог, специалист¹⁷².

В результате инклюзия остается стихийной: ребенок либо приходит на общие мероприятия и участвует «как получится», либо не приходит вовсе. Удачными примерами служат в основном библиотеки, которые выстраивают партнёрства и сотрудничают со школами и интернатами для детей с ОВЗ.

Для детишек с ОВЗ нам пришлось адаптировать задания. Сделали их упрощенными, сурдопереводчик нам очень помог; ...мы с ними делаем свои книжки, вместе разбираем, что за информация будет в этой книжке»¹⁷³ —

говорят информанты. Это уже не адаптация готового мероприятия, а построение деятельности вокруг возможностей и интересов самого ребёнка.

Библиотеки с успешными практиками адаптации всё равно имеют нерешенные вопросы. Как сами сотрудники оценивают собственные учреждения? Ни один из опрошенных не поставил высший балл. Оценки варьируются от 3 до 4. При этом показательно, что наиболее низкие оценки дают сотрудники, активно вовлеченные в работу с детьми с ОВЗ — организаторы мероприятий, работники фонда:

...три из пяти... потому что хочется, конечно, иметь особенные какие-то технологии, более совершенные для плохо видящих, для плохо слышащих. Но тройка за то, что мы всегда идем навстречу сами; ...ну, давайте вот мы поставим, ну, в лучшем случае четверку. Предела совершенству нет, поэтому пять я не поставлю точно¹⁷⁴.

Однако оценки — лишь одна сторона, гораздо важнее то, что сами сотрудники вкладывают в понятие «подлинная инклюзия». Анализ интервью показывает, что для них это прежде всего коммуникация, толерантность и принятие. Они подчёркивают, что без правильного отношения инфраструктура не работает:

Инклюзивная среда — это такая среда, которая комфортна для всех... где тебя ожидают специалисты, которые спокойные и толерантные, готовые помочь¹⁷⁵.

Важным аспектом является переход от пассивного наблюдения к активному участию:

Инклюзия подразумевает совместную деятельность детей... нормотипичных и с какими-то особенностями. При условии, если этот ребёнок не просто зритель... а он именно часть, например, какого-то спектакля. И без участия этого человека этот спектакль невозможен¹⁷⁶.

Это перекликается с теорией Н. Лумана, когда ребёнок становится по-настоящему включенным только тогда, когда выступает полноправным участником коммуникации.

¹⁷² См. Там же

¹⁷³ См. Там же

¹⁷⁴ См. Там же

¹⁷⁵ См. Там же

¹⁷⁶ См. Там же

Проведённый анализ позволяет утверждать, что подлинная инклюзия не может быть обеспечена исключительно за счёт устранения физических барьеров – это является необходимым фундаментом, но не гарантирует социального и коммуникативного включения ребёнка с ОВЗ. По-настоящему доступным пространство библиотеки становится при наличии трёх компонентов: предметно-пространственной среды, организации деятельности, а также социальной организации коммуникации и культуры активного соучастия, где ребёнок с ОВЗ становится полноправным участником общего действия.

Литература

Вильчинская-Бутенко, Уваров 2016 – *Вильчинская-Бутенко М.Э., Уваров Н.Ю.* От концепции полезности человека к философии независимой жизни: социальная инклюзия средствами дизайна // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 4 (25). С. 81–88.

Луман 2011 – *Луман Н.* Общество общества / Пер. с нем. А. Антоновского. М.: Логос, 2011. 118 с.

Михнова 2011 – *Михнова И.Б.* Доступная среда. О нашем опыте обслуживания инвалидов // Библиотечное дело. 2011. № 14. С. 20–22.

Судакова 2018 – *Судакова Н.Е.* Инклюзия как ценностное ядро философии гуманизма // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15. № 1. С. 21–31.

Хорошавина 2022 – *Хорошавина Е.В.* Инклюзивное социокультурное пространство общедоступных библиотек для детей с ограниченными возможностями здоровья // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 2 (106). С. 160–172.

Преимущества и недостатки системы квотирования как инструмента сокращения гендерного неравенства в современном обществе

Валерия В. Шмидт

студентка

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Москва

Аннотация. Гендерные квоты – эффективный инструмент преодоления неравенства. В России женщины (54%) занимают лишь 17% мест в Госдуме из-за патриархальных барьеров. Международный опыт (Швеция, Франция) доказывает: квоты 20-50% повышают представительство и смещают фокус на социальные программы. Для России ключевым становится адаптация гибких квот с учётом региональной специфики. Квоты – временная, но необходимая мера для достижения равенства.

Ключевые слова: Гендерные квоты, представительство женщин, гендерное неравенство, российская политика, патриархальные стереотипы, меритократия, токенизм

Гендерные квоты, представляющие собой нормативный механизм установления минимального уровня представительства женщин и мужчин в органах власти, корпоративных и политических структурах¹⁷⁸, остаются предметом активных дискуссий в контексте борьбы с гендерной асимметрией. Как правило, квоты варьируются от 20% до 50%, а их основная цель — преодоление исторически сложившегося дисбаланса, при котором женщины, составляя значительную часть населения, остаются недостаточно представленными в сферах принятия решений. В России, согласно данным переписи 2020 года¹⁷⁹, женщины составляют 53,7% населения (78,75 млн против 68,43 млн мужчин), однако их доля в Государственной Думе не превышает 17%¹⁸⁰. Эта диспропорция актуализирует вопрос о необходимости внедрения инструментов, обеспечивающих равное участие женщин в формировании политической и социальной повестки.

Исследования гендерных квот как инструмента преодоления структурного неравенства занимают значительное место в современной политической и социологической науке. Работы Наталии Великой, посвященные гендерной политике в России, подчеркивают, что исторически сложившаяся асимметрия в представительстве женщин в органах власти связана не с отсутствием компетенций, а с системными барьерами, включая патриархальные стереотипы и закрытость политических элит. Анализ практики квотирования и ее эффективности в странах Европы показывает, что левые партии Европы, особенно группа Европейских социалистов (PES), сыграли ключевую роль в продвижении гендерного равенства в ЕС, инициировав в 2003 году рекомендации по сбалансированному представительству полов, включающие законодательные меры (квоты, реформы), поддержку (обучающие программы, сети для женщин-политиков) и критерии оценки. Квоты, принятые в 75% стран Совета Европы (от 20% до 50%), оказались основным инструментом, однако их эффективность зависит от избирательной системы:

© Шмидт В.В., 2026

¹⁷⁸ The World's Women 2015 Trends and Statistics. URL:

https://unstats.un.org/unsd/gender/downloads/WorldsWomen2015_report.pdf (дата обращения: 11.04.2025).

¹⁷⁹ Итоги ВПН-2020. Том 2 Возрастно-половой состав и состояние в браке. URL:

https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Tom2_Vozrastno_polovoj_sostav_i_sostoyanie_v_brake (дата обращения: 10.04.2025).

¹⁸⁰ Состав Государственной Думы восьмого созыва. URL: <http://duma.gov.ru/duma/deputies/8/> (дата обращения: 07.04.2025).

пропорциональная система способствует участию женщин больше, чем мажоритарная. Несмотря на рекомендации (квоты не менее 40%), восточноевропейские страны (Румыния, Венгрия и др.) часто устанавливают более низкие квоты, тогда как лидеры вроде Швеции и Франции достигают паритета благодаря строгим правилам (чередование в списках, штрафы за несоблюдение). Правые и «зелёные» партии реже внедряют квоты, а их гендерная риторика часто служит антииммиграционной повестке. Хотя выборы 2019 г. улучшили представительство женщин в Европейском Парламенте, их успешность остаётся ниже из-за формального включения слабых кандидаток. В России, где отсутствуют квоты и законодательные инициативы по гендерному равенству, доля женщин в органах власти значительно отстаёт от европейских стандартов, несмотря на растущий интерес женщин к политике [Великая 2023]. Сходные выводы содержит исследование Светланы Айвазовой, которая рассматривает гендерные квоты как элемент демократизации общества. Айвазова указывает, что в современной России отсутствует эффективный социальный лифт для женщин вне государственной номенклатуры, включая активисток женских организаций и гражданского общества, борющихся за гендерное равенство. Даже немногочисленная женская элита формируется в рамках традиционной бюрократической системы, исключая влияние независимых социальных групп и укрепляющей монополию государства на власть [Айвазова 2009, с. 339]. По мнению Светланы Айвазовой, квоты созданы для того, чтобы перевести женщин из субъект-объектного отношения с государством в субъект-субъектные отношения благодаря их представительству в различных, как правило, государственных органах власти [Айвазова 2008].

Международный опыт внедрения гендерных квот активно изучается в сравнительных исследованиях. Например, работы Друды Дахлеруп и Лены Венгнеруд демонстрируют, что квоты способствуют не только увеличению численности женщин в парламентах, но и трансформации политической повестки в сторону социальных вопросов [Dahlerup, Wängnerud 2006]. В российской академической среде дискуссия о квотах остается маргинальной, однако работы Елены Здравомысловой и Анны Темкиной подчеркивают, что гендерное неравенство в политике воспроизводит структурное насилие, требующее институциональных реформ [Здравомыслова, Темкина 2009].

Отдельного внимания заслуживает исторический контекст. Идеи, заложенные российскими феминистками начала XX в., такие как аргументы Ариадны Тырковой-Вильямс о необходимости женского участия в законотворчестве, находят отражение в современных исследованиях. Например, Мишель Ривкин-Фиш в работе о постсоветской гендерной политике отмечает, что игнорирование исторического опыта российского феминизма приводит к воспроизводству архаичных моделей [Rivkin-Fish 2010]. Эти данные формируют теоретическую основу для обоснования внедрения квот в России с учетом её социокультурной специфики.

Целью статьи представляется анализ преимуществ и недостатков системы квотирования как инструмента сокращения гендерного неравенства в современном обществе для оценки применимости инструмента квотирования к реалиям политической сферы России. Эмпирическая база статьи опирается на межстрановые сравнительные исследования, статистические данные и академические работы, подтверждающие влияние гендерных квот на политические и социальные процессы.

Эмпирические исследования демонстрируют, что увеличение представительства женщин в органах власти коррелирует с ростом внимания к социальным вопросам. Так,

анализ работы женщин-парламентариев в США в период с 1980-х по 2000-е гг. показал, что они чаще инициируют законы, направленные на решение проблем семьи, материнства и социально уязвимых групп. Аналогичные тенденции выявлены в Великобритании: исследование деятельности женщин в Палате общин с 1945 г. подтвердило их фокус на вопросах образования, здравоохранения и социального обеспечения [Blaxill, Beelen 2016]. Эти данные согласуются с результатами анализа 19 стран ОЭСР (1960–2005 гг.), где установлена прямая зависимость между числом женщин в законодательных органах и объемом бюджетных ассигнований на социальные программы [Chen 2021]. Например, в Греции, Португалии и Швейцарии рост женского представительства сопровождался увеличением инвестиций в образование, тогда как его сокращение в Ирландии, Италии и Норвегии в конце 1990-х привело к пропорциональному снижению расходов на эту сферу. Было установлено, что увеличение количества женщин в органах законодательной власти всего на один процентный пункт приводит к увеличению доли расходов на образование в ВВП [Chen 2021].

Особый интерес представляет опыт Индии: введение 33-процентной квоты для женщин в местных советах штатов Западная Бенгалия и Раджастан в 2004 г. способствовало росту финансирования инфраструктуры, ориентированной на потребности женщин. Эти результаты подтверждают тезис о том, что гендерные квоты не только обеспечивают представительство, но и трансформируют политические приоритеты. Исторически данная идея артикулировалась деятельницами российского феминизма начала XX в. Ариадна Тыркова-Вильямс, выступая на Первом всероссийском женском съезде, подчеркивала, что участие женщин в законодательном процессе необходимо для защиты интересов детей и решения социальных проблем, которые систематически игнорируются мужчинами [Айвазова 2008]. Ее современница Софья Исполотова отмечала, что движение к демократии невозможно без включения женщин в политику, так как их отсутствие в органах власти искажает процесс формирования общественно значимых решений [Айвазова 2008].

Критика гендерных квот часто сводится к тезису об их «обратной дискриминации», однако этот аргумент опровергается структурным анализом власти. Как указано в Словаре гендерных терминов¹⁸¹, угнетаемая группа не способна доминировать над привилегированной, что исключает риск сексизма в отношении мужчин. Более того, исследования Лондонской школы экономики опровергают миф о снижении качества управления при введении квот: их анализ показывает, что квотирование способствует не продвижению «некомпетентных женщин», а устранению малоэффективных мужчин, чье доминирование ранее обеспечивалось закрытостью элитных сетей¹⁸². Дополнительным аргументом в пользу квот выступают данные о управленческих компетенциях: исследование Норвежской школы бизнеса выявило, что женщины-руководители демонстрируют более высокие показатели по четырем из пяти ключевых параметров

¹⁸¹ Словарь гендерных терминов. URL: <http://a-z-gender.net/gendernye-kvoty.html> (дата обращения: 18.03.2025).

¹⁸² Workplace gender quotas weed out incompetent men and make businesses more efficient, study finds. Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/news/business/news/workplace-gender-quotas-incompetence-efficiency-business-organisations-london-school-economics-lse-study-a7797061.html> (дата обращения: 11.04.2025).

(эмоциональная устойчивость, общительность, открытость новому, добросовестность), что особенно значимо в условиях социально-экономических кризисов¹⁸³ [Martinsen 2014].

Таким образом, гендерные квоты, несмотря на дискуссионность, представляют собой действенный механизм коррекции структурных дисбалансов. Их временный характер, подчеркиваемый в академических источниках, направлен на создание условий для формирования общества, в котором равное представительство станет нормой без внешнего регулирования. Для России, где гендерный дисбаланс в политике сохраняется на фоне демографического преобладания женщин, актуальным шагом могло бы стать внедрение квот в сочетании с программами поддержки женского лидерства, что позволило бы реализовать потенциал «социального капитала», о котором писала Тыркова-Вильямс.

Критика гендерных квот базируется на нескольких ключевых тезисах, требующих детального анализа. Первый аргумент отрицает существование объективного неравенства в политической сфере, сводя проблему к «наивному реализму» – когнитивному искажению, при котором доминирующая группа (в данном случае мужчины) проецирует собственный опыт на общество, игнорируя структурные барьеры [Criado-Perez 2020, p. 363]. Этот феномен проявляется в убеждении, что женщины сталкиваются с теми же условиями доступа к власти, что и мужчины, а их недостаточная представленность объясняется «естественным» отсутствием амбиций или компетенций. Однако подобная позиция игнорирует данные о системной дискриминации: например, исследования предвзятости при оценке резюме демонстрируют, что идентичные квалификации воспринимаются как менее значимые, если кандидат – женщина [Criado-Perez 2020, p. 364]. В политике аналогичные стереотипы формируют «двойные стандарты»: женские лидерские качества часто интерпретируются как агрессивность, а мужские – как решительность.

Второй контраргумент трактует квоты как дискриминацию мужчин, нарушающую принцип меритократии. Однако концепция меритократии сама по себе является мифом в условиях гендерно-асимметричных структур. Эмпирические данные из США показывают, что даже в организациях, декларирующих меритократический подход, мужчины получают более высокие оценки при равной продуктивности [Uhlmann, Cohen 2007, p. 207]. В политике избиратели, выступающие в роли «HR-менеджеров», воспроизводят те же паттерны: подсознательные предубеждения против женщин-кандидатов формируют барьер, который квоты призваны компенсировать.

Третий тезис критики связан с риском токенизма: опасением, что женщины, избранные по квотам, будут восприниматься как «нелегитимные» фигуры. Однако опыт стран с квотами (например, Швеции, где доля женщин в парламенте достигла 47%) опровергает это. Исследования парламентской эффективности показывают, что «квотируемые» женщины демонстрируют сопоставимую законодательную активность, а их присутствие повышает доверие к институтам среди женского электората [Kim 2023; Allen, Cutts 2018]. В России, где квоты отсутствуют, но женщины занимают отдельные высокие посты (например, председатель Совета Федерации), их имидж не страдает от стигматизации, что указывает на культурную адаптивность механизма.

Четвертый аргумент апеллирует к региональной специфике, утверждая, что квоты неприменимы в традиционалистских обществах (Чечня, Дагестан). Однако гибкие модели квотирования, учитывающие контекст, позволяют нивелировать это противоречие.

¹⁸³ Management. Personality for Leadership. URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2014/03/140320101110.htm> (дата обращения: 03.04.2025).

Например, введение «мягких квот» (рекомендательных норм) в партийных списках для прогрессивных регионов (Москва, Санкт-Петербург) могло бы стать пилотным проектом, постепенно формирующим критическую массу женщин-лидеров. Партии, как показал опыт Индии, способны адаптировать квоты даже в патриархальных сообществах, комбинируя пропорциональное и мажоритарное представительство.

Наконец, конституционный аргумент о нарушении равенства игнорирует прецеденты. Европейский суд по правам человека неоднократно подтверждал соответствие квот принципу равноправия, признавая их «временными специальными мерами» для устранения исторической несправедливости. В России аналогичная логика применяется в квотировании рабочих мест для инвалидов – механизме, не вызывающем конституционных споров.

Критика гендерных квот, несмотря на внешнюю рациональность, часто воспроизводит стереотипы, которые сами квоты призваны устранить. Контраргументы, основанные на эмпирических данных и сравнительном опыте, демонстрируют, что квоты не создают привилегий, а компенсируют системные дисбалансы. Их внедрение в России требует не копирования зарубежных моделей, но разработки гибкой системы, учитывающей культурные и институциональные особенности, что позволит реализовать потенциал гендерного равенства как фактора демократической модернизации.

Итак, гендерные квоты, вопреки критике, демонстрируют значимую эффективность в преодолении системных дисбалансов, трансформируя не только представительство, но и политические приоритеты. Эмпирические данные подтверждают, что увеличение доли женщин во власти коррелирует с ростом внимания к социальным программам, образованию и здравоохранению, что особенно важно в контексте демографического доминирования женщин в России при их маргинализации в политике. Критика квот, основанная на мифах о «меритократии» или «токенизме», развенчивается структурным анализом: квоты компенсируют несправедливость закрытых элитных сетей, а не создают привилегии. Опыт Индии, Швеции и стран ОЭСР показывает, что даже в традиционных обществах гибкие модели квотирования способны менять повестку, усиливая доверие к институтам и формируя инклюзивный потенциал «социального капитала» женщин, исторически отстаиваемый решения. Для России, где гендерный разрыв в политике достиг критической отметки, внедрение квот – не имитация «западных стандартов», а инструмент модернизации, позволяющий реализовать российскими феминистками.

Литература

Айвазова 2009 – Айвазова С.Г. Законодательное обеспечение гендерного равноправия: политический аспект // Россия реформирующаяся. 2009. № 8. С. 323–340.

Айвазова 2008 – Айвазова С.Г. Первый всероссийский женский съезд: дискуссия о равноправии // Женщина в российском обществе. 2008. № 4 (49). С. 1–12.

Великая 2023 – Великая Н.М. Практика квотирования и ее эффективность в странах Европы // Гендерное равенство XXI века: глобальные вызовы и локальные ответы. М.: Ключ-С, 2023. С. 119–130.

Здравомыслова Темкина, 2009 – Здравомыслова Е.А, Темкина А.А. Гендерное измерение социальной политики в современной России // Социологические исследования. 2009. №12. С. 3–96.

Allen, Cutts 2018 – *Allen P., Cutts D.* How do gender quotas affect public support for women as political leaders? // *West European Politics*. 2018. № 41 (1). P. 147–168.

Blaxill, Beelen 2016 – *Blaxill L., Beelen K.* Women in Parliament since 1945: have they changed the debate? *Policy papers*. 2016. 20 p.

Chen 2021 – *Chen L.-J.* Female Policymakers and Educational Expenditures: Cross-Country Evidence. *European Journal of Law and Economics*. Vol. 51 (1). 2021. P. 129–155.

Criado-Perez 2020 – *Criado-Perez C.* Invisible Women: Data Bias in a World Designed for Men. Random House, 2020. 272 p.

Dahlerup, Wängnerud 2006 – *Dahlerup D., Wängnerud L.* Women, Quotas and Politics. Routledge, 2006. 304 p.

Kim 2023 – *Kim J.* Making Women Visible: How Gender Quotas Shape Global Attitudes toward Women in Politics // *Politics & Gender*. Vol. 19. 2023. P. 981–1006.

Rivkin-Fish 2010 – *Rivkin-Fish M.* Gender and Democracy in Postsocialist Europe // *Slavic Review*. № 69 (2). 2010. P. 7011–724.

Uhlmann, Cohen 2007 – *Uhlmann E.L., Cohen G.L.* «I think it, therefore it's true»: Effects of self-perceived objectivity on hiring discrimination. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2007. № 104 (2). P. 207–223.

Выход из российских религиозных сект как травма

Екатерина Д. Журкина

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Наталия Н. Мещерякова

д-р социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. Психологические подходы объясняют выход из деструктивных религиозных организаций через манипулирование и контроль сознания, оставляя за рамками анализа социальную природу травмы. На основе 10 глубинных интервью с бывшими участниками сатанистских групп¹⁸⁵ в России показано, что крушение сакральной картины мира происходит взрывным образом, без институциональной поддержки, что приводит к темпоральному коллапсу, аномии и парадоксальному переживанию свободы как пустоты. Травматичность выхода коренится не в психологических особенностях, а в структурной невозможности плавной ресоциализации в условиях российского институционального вакуума. Предлагаемое понятие «форсированной десакрализации» открывает перспективу для разработки программ поддержки бывших адептов.

Ключевые слова: деструктивные религиозные организации, выход из секты, форсированная десакрализация, травма, аномия, онтологическая безопасность, ресоциализационный вакуум, сакральная картина мира, качественное исследование, сатанизм

Проблематика выхода из деструктивных религиозных организаций традиционно разрабатывается в рамках психологии и психиатрии, где ключевыми объяснительными моделями выступают психологическое манипулирование, контроль сознания и постсектантский синдром [Полищук 1997]. Под деструктивными религиозными организациями в данном исследовании понимаются объединения, применяющие методы психологического воздействия, тотальную регламентацию жизни адептов, наносящие ущерб их физическому и психическому благополучию и разрушающие социальные связи с ближайшим окружением [Лобазова 2025]. Этот подход эффективен для клинической работы, но оставляет за скобками социальную природу явления. Выход из подобной структуры – это не только про внутриличностный сдвиг, но и радикальная ломка социального устройства, в которое включен человек: распад одних связей и выстраивание других, исчезновение привычного институционального остова повседневности, необходимость вставания в чужие нормативные ландшафты.

У индивида, прошедшего социализацию внутри деструктивной религиозной организации, формируется особая сакральная картина мира – система, в которой определенные объекты, идеи и действия наделяются священным статусом, а сама реальность обретает черты абсолютной упорядоченности и тотальной осмысленности. Жесткая бинарная оптика («свои – чужие», «сакральное – профанное»), тотальный институциональный контроль и незыблемая иерархия авторитетов создают прочный каркас

© Журкина Е.Д., 2026

¹⁸⁵ «Международное движение сатанизма» (иное наименование – Международное движение сатанистов) решением Верховного Суда Российской Федерации от 23 июля 2025 года признано экстремистской организацией, его деятельность запрещена на территории Российской Федерации.

повседневности, внутри которого человек обретает онтологическую безопасность, т. е. базовое доверие к предсказуемости мира и собственной идентичности [Дедкова, Горленко 2010; Гидденс 2003]. Утрата этого каркаса при выходе из организации означает не смену одной системы убеждений другой, а потерю самой способности ориентироваться в социальном пространстве. Возникает парадокс: освобождение от сектантской картины мира, которое в теории должно открывать путь к автономии, на эмпирическом уровне оборачивается травматическим опытом, отмеченным анемией, размытием идентичности и распадом социальных связей [Лири, Стюарт 2002]. Травматичность выхода коренится не столько в индивидуально-психологических особенностях, сколько в структурной невозможности плавного перехода: процесс десакрализации оказывается неотличим от утраты субъектности.

Для проверки этой гипотезы обратимся к качественному исследованию, проведенному в 2024 г. и посвященному мотивам и последствиям вступления молодежи России в деструктивные квазирелигиозные организации на примере сатанистских групп¹⁸⁶. Объектом исследования стали бывшие участники таких организаций на территории РФ, предметом – процесс выхода, переживаемый как травма десакрализации. Основным методом сбора данных выступило полуструктурированное глубинное интервью. Всего проведено 10 интервью (5 женщин и 5 мужчин) длительностью от 40 до 90 минут. Респонденты покинули сатанистские объединения, включая «Церковь Сатаны» А. ЛаВея и российские неоязыческие сатанистские группы; стаж пребывания в организации варьировался от одного до восьми лет. Ключевым критерием отбора было наличие опыта длительного нахождения в организации (не менее года) и последующего выхода. Следует учитывать ограничения исследования: данные опираются на ретроспективные самоотчеты, подверженные эффекту постфактумной рационализации, а также исследование не охватывает тех, кто не смог завершить выход или вернулся обратно, так как их опыт может систематически отличаться.

Анализ интервью позволил выделить три сквозных кластера переживаний. Первый касается крушения сакральной космологии. Респонденты описывают его как одновременный сбой всех механизмов, на которых держалась их реальность. Одна из ключевых метафор, воспроизводящая почти дословно в каждом интервью, «обрушение крыши дома, в котором ты жил». Социологически здесь уместнее говорить о темпоральном коллапсе. Внутри секты время было жестко структурировано эсхатологическим нарративом: прошлое (до вступления) объявлялось «миром греха», настоящее – полем искупления, будущее – точкой финального спасения или гибели. Выход разрушает эту схему, но не предлагает взамен никакой другой. Бывший адепт оказывается в состоянии социальной безвременности: прошлое объявлено ложным, настоящее лишено связующего смысла, будущее зияет неопределенностью. Одна из респонденток формулирует это так:

Самое страшное наступило не тогда, когда я поняла, что лидер лжет. А когда я поняла, что у меня больше нет никакого способа отличить ложь от правды вообще. Раньше я просто смотрела в нашу Библию или спрашивала у старших. А теперь я смотрю на мир и не знаю, на что опереться. Каждый факт может быть обманом, каждое чувство – манипуляцией¹⁸⁷.

¹⁸⁶ «Международное движение сатанизма» (иное наименование - Международное движение сатанистов) решением Верховного Суда Российской Федерации от 23 июля 2025 года признано экстремистской организацией, его деятельность запрещена на территории Российской Федерации.

¹⁸⁷ Архив автора. Интервью 5.

Человек теряет не просто веру в конкретные доктрины, он утрачивает доверие к самой возможности доверия.

Второй кластер переживаний респонденты обозначают словами «пустота», «белый шум», «стеклянная стена между мной и миром». В научном языке это состояние описывается как аномия – нормативная неопределенность, при которой социальные правила либо утрачены, либо противоречивы, либо не усвоены. Однако классическая модель аномии, предложенная Р. Мертон [Мертон 2006] для анализа девиантного поведения в условиях рассогласования культурных целей и институциональных средств, требует серьезной корректировки применительно к постсектантскому опыту. Мертон выделял пять типов адаптации – конформизм, инновацию, ритуализм, ретритизм и бунт, но все они предполагают наличие хотя бы минимальной связки между целями и средствами. В постсектантском состоянии мы сталкиваемся с более радикальным феноменом: исчезновением самой оси «цель/средство». Респонденты не просто не знают, как достичь целей, они не знают, какие цели могут быть легитимными. Цель перестает быть когнитивно доступной. Один из опрошенных говорит:

Мне все твердят: «Теперь ты свободен, делай что хочешь». Но проблема в том, что я не знаю, чего я хочу. Внутри группы я всегда знал, что правильно. А теперь любое мое желание кажется мне или неверным, или бессмысленным, или просто чужим¹⁸⁸.

Это состояние можно назвать параличом рефлексивной автономии. По П. Бурдье [Бурдье 2001], социальное действие направляется габитусом – системой диспозиций, встроенных в тело и работающих дорефлексивно. Сектантский габитус – это габитус подчинения: тело обучено реагировать на команду, ритуал, социальный контроль. Выход из секты оборачивается габитуальной катастрофой: старые автоматизмы перестают работать (нет внешнего авторитета), а новые еще не сформировались. Э. Гоффман [Гоффман 2019] применительно к тотальным институтам описывал ситуацию «лишения набора ролей», но его герой – это заключенный, выходящий на свободу, сохраняет память о нормах внешнего мира. В случае длительного пребывания в деструктивной организации (от года и более) эта память может быть почти полностью стерта, особенно если вступление пришлось на подростковый возраст, когда первичная социализация еще не завершена.

Третий кластер связан с парадоксом автономии. В либеральной философской традиции (от Канта до Ролза) автономия понимается как способность индивида давать себе закон и следовать ему без внешнего принуждения. Однако эмпирика показывает, что для бывших адептов автономия переживается не как расширение возможностей, а как бремя без субъектности. Одна из респонденток описывает это с предельной откровенностью:

Самое ужасное – это когда ты выходишь на улицу и понимаешь, что никто за тобой не следит. Внутри меня учили, что свобода – это ложь слабых. А теперь я свободна, и я не знаю, что с этим делать. Раньше был Сатана, я знала, кому служить и кого ненавидеть. А теперь нет никого. Это не освобождение. Это отмена мира¹⁸⁹.

Автономия переживается здесь не как свобода для чего-то, а как свобода от чего-то, которая оборачивается пустотой. В российской действительности этот разрыв усугубляется

¹⁸⁸ Архив автора. Интервью 3.

¹⁸⁹ Архив автора. Интервью 1.

структурным дефицитом: как показывают исследования О.Ф. Лобазовой [Лобазова 2025], в стране практически отсутствуют специализированные программы поддержки бывших членов деструктивных культов. Государственная социальная работа ориентирована на классические категории (инвалидов, сирот, беженцев), а феномен «бывший сектант» остается на периферии внимания. Немногочисленные негосударственные организации, занимающиеся этой проблематикой, хронически недофинансированы. В итоге человек, покинувший чаще тоталитарную организацию, попадает в ситуацию ресоциализационного вакуума.

Проведенный анализ позволяет сделать несколько выводов. Во-первых, выход из деструктивной религиозной организации в российском контексте систематически сопровождается травматическим опытом, структурные характеристики которого могут быть зафиксированы через понятие форсированной десакрализации – процесса, при котором крушение сакральной картины мира происходит не постепенно, а взрывным образом, без институциональных амортизаторов. Во-вторых, эта травма коренится не в психологических особенностях респондентов, а в невозможности плавного перехода от абсолютно сакрализованной реальности к плюралистичной и релятивизированной среде, особенно при отсутствии ресоциализационных институтов.

Научная новизна исследования состоит в том, что феномен выхода из сект впервые последовательно проанализирован через призму форсированной десакрализации в отрыве от эволюционных моделей, а также в операционализации трех типов травматического опыта.

Литература

- Бурдые 2001 – *Бурдые П.* Практический смысл. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.
- Гидденс 2003 – *Гидденс Э.* Устроение общества: Очерк теории структуриации. М.: Академический Проект, 2003. 528 с.
- Гоффман 2019 – *Гоффман Э.* Тотальные институты: очерки о социальной ситуации психических больных и прочих постояльцев закрытых учреждений. М.: Элементарные формы, 2019. 464 с.
- Дедкова, Горленко 2010 – *Дедкова И.А. Горленко А.С.* Онтологическая безопасность личности в контексте социальной неопределенности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. 2010. Т. 10. № 4. С. 31–35.
- Лири, Стюарт 2002 – *Лири К. Стюарт С.* Выход из деструктивных культов: психологические последствия и стратегии помощи // Религиоведение. 2002. № 1. С. 78–92.
- Лобазова 2025 – *Лобазова О.Ф.* Социальная работа с бывшими членами деструктивных религиозных организаций: проблемы и перспективы // Отечественный журнал социальной работы. 2025. № 2. С. 45–53.
- Мертон 2006 – *Мертон Р.* Социальная теория и социальная структура. М. АСТ: Хранитель, 2006. 873 с.
- Полищук 1997 – *Полищук Ю.И.* Психологические последствия пребывания в тоталитарных сектах // Вопросы психологии. 1997. № 5. С. 82–90.

V. Потребление, управление и социальные трансформации

Ян В. Овсянников

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Ольга В. Китайцева

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается, как российское законодательство и официальные дискурсы формируют нормативный образ владельца гражданского оружия. Концепции М. Фуко и П. Бурдьё, а также анализ через них Федерального закона «Об оружии» и публичных выступлений государственных чиновников и СМИ позволяют представить владельца оружия не «свободным индивидом», а субъектом дисциплинарной власти и носителем символического капитала в социальном поле оборота оружия.

Ключевые слова: идентичность, нормативность, символический капитал, габитус, спорт, власть

В современной России владение гражданским оружием регламентируется жёстким набором законов и подзаконных актов. Нормы определяют, кто и при каких условиях может иметь оружие, а также как его использовать («...иметь право применять оружие для защиты жизни, здоровья и собственности в состоянии необходимой обороны»)¹⁹¹. При этом законодательство и публичные дискурсы конструируют образ владельца оружия через приписываемые ему социальные роли. Основная идея заключается в том, что эти нормы и высказывания создают рамки идентичности владельца оружия, задавая ему габитус – устойчивые схемы восприятия и действия и выступают механизмом власти/нормализации.

На теоретическом уровне работа опирается на труды М. Фуко, который описывал т. н. «власть нормализации» как сочетание дисциплинарных и нормативных практик, охватывающих множество институтов и заставляющих индивида соответствовать стандартам [Фуко 2004, с. 79]. Личность формируется через своё отношение к нормам: возникновение власти нормализации «распространило в нашем обществе своё господство» через различные социальные институты [Фуко 2004, с. 47]. В контексте оружия – это значит, что законодательные категории «спортивное», «охотничье», и т. д. задают социальные типы владельцев, регулируя их поведение и самоидентификацию.

П. Бурдьё ввёл понятия габитуса и символического капитала. Габитус – это «инкорпорированная программа», порождающая суждения и действия; он очерчивает устойчивые манеры держаться, говорить, ходить, а также чувствовать и мыслить [Пьенкова 1996, с. 28]. Символический капитал – это признанный в поле ресурсов формат (например, звания, должности, спортивные разряды). В поле оборота оружия владельцы обретают определённый символический капитал (охотничье звание, спортивная квалификация, служебное положение). Таким образом, нормы и нарративы могут увеличивать или уменьшать этот капитал, изменяя социальный статус владельца.

¹⁹¹ Федеральный закон от 13.12.1996 № 150-ФЗ «Об оружии» (ред. от 15.12.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2026) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12679/ (дата обращения: 18.03.2026).

Аналитическая часть работы строится на качественном социологическом анализе нормативных текстов и публичных дискурсов. Проведён системный обзор Федерального закона «Об оружии» и его редакций, конституционных принципов, а также постановлений и приказов МВД и Росгвардии.

Ключевой рамкой анализа выступает Федеральный закон «Об оружии» и его многочисленные редакции. В исходной версии закон разграничивал спортивную и охотничью ипостаси владельца, закрепляя за каждой собственный нормативный типаж. Поправки декабря 2025 г. сняли это разграничение, устранив категорию «спортивное» как самостоятельную¹⁹². Внешне техническое изменение переформатирует и символическую разметку поля: владелец перестаёт трактоваться только как «спортсмен-стрелок» или «охотник», получая объединённый статус охотничье-оборонительного субъекта. Таким образом, само исчезновение одной лексемы из текста закона производит работу по перераспределению идентификационных категорий.

Введение обязательных криминалистических требований к маркировке стволов и патронов встраивает оружие в систему постоянного технико-учётного наблюдения. Отдельный предмет превращается в идентифицируемый объект, а его владелец в прозрачного для государства носителя нормы. Здесь в полном соответствии с логикой Фуко дисциплинарная власть действует не столько через прямой запрет, сколько через инфраструктуру учёта: соответствие стандартам становится условием самого статуса «законопослушного гражданина», а символический капитал владельца воспроизводится через его готовность быть видимым.

Одновременно с ужесточением учёта расширяется и номенклатура допустимого: поправки 2025 г. снизили минимальную длину ствола длинноствольного оружия до 300 мм, а общую длину до 700 мм, легализовав ряд современных коротких моделей. На первый взгляд это технический сдвиг, однако символически он означает нормализацию новых технологических форм: укороченный карабин входит в легитимное поле «охотничьего оружия» и тем самым расширяет репертуар возможных самоопределений владельца. Вместе с тем запрет на оружие, не соответствующее криминалистическим требованиям, работает в противоположном направлении, выводя «нештатные» экземпляры за границы нормы. Поле оборота оружия одновременно становится шире и жёстче: разрешение новых форм уравнивается усилением дисциплинирующих практик.

Ещё одна важная линия изменений связана с лицензированием. С 2026 г. оформление оружия сопровождается государственной пошлиной, что переводит сами отношения владельца и государства в регистр возмездной услуги. Владелец предстаёт уже не абстрактным правообладателем, а клиентом, оплачивающим подтверждение своего статуса. В социологической перспективе это отчётливый шаг в сторону бюрократически-рыночного оформления доступа: право на оружие не принадлежит гражданину изначально, а заново выдаётся ему в обмен на выполнение формальных обязательств. Такая конфигурация встраивается в логику экономизации гражданства и меняет самоощущение владельца ближе к позиции «пользователя» государственного сервиса, чем к фигуре автономного субъекта права.

¹⁹² Федеральный закон от 31.07.2025 № 270-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_419888/ (дата обращения: 18.03.2026).

Наиболее прямое воздействие на образ владельца оружия оказывает регламентация применения. Законодательство признаёт право использовать оружие в целях самообороны¹⁹³, однако одновременно задаёт ценностную рамку: оно прямо запрещает применение против женщин, детей и лиц с инвалидностью, кроме случаев группового либо вооружённого нападения, и обязывает немедленно уведомить органы внутренних дел. В этих формулировках сквозит моральная фигура «ответственного защитника», который обязан не только обороняться, но и отчитываться, сохраняя статус опеки над «слабыми». Поправки 2025 г. расширили возможности для охоты и спорта, допустив применение оружия участниками профильных мероприятий и держателями высоких спортивных званий либо должностей в силовых структурах. За этим расширением читается не просто технико-правовая деталь, а стратификация самого поля: обычному владельцу предписывается осмотрительная сдержанность, тогда как «элитам»: спортсменам, военным, представителям парламента передаются дополнительные символические и ролевые привилегии. Иными словами, норма конструирует не единого владельца, а иерархизированное множество фигур с разной мерой легитимного действия.

Нормы закона подкрепляются и интерпретируются государственными нарративами. В официальных выступлениях регулярно подчёркивается, что оружие – это инструмент защиты и национальной безопасности, а его владелец – «ответственный гражданин». Пример такого дискурса – поправки в Федеральный закон «Об оружии», которые официально преподносятся как устранение избыточных административных барьеров и создание условий для развития стрелковых видов спорта. При этом акцентируется выгодное слияние ролей: одна и та же винтовка может одновременно считаться и спортивной, и охотничьей. Такая риторика формирует нарратив, согласно которому образцовый владелец гражданского оружия – патриот и спортсмен, а закон лишь помогает ему реализоваться в этом статусе.

Симметрично этому депутатские инициативы подчёркивают иерархию политиков. Так, 19 июля 2024 г. депутат Б. Хамзаев заявил, что парламентариям следует разрешить носить боевое оружие, мотивируя это угрозой и провокациями¹⁹⁴. Он ссылается на предложения Росгвардии и противопоставляет «особое внимание к депутатам» «в том числе со стороны врагов России». Этот дискурс приписывает парламентариям особый статус защитников режима, наделённых расширенным правомочием. Идентичность обычного владельца оказывается иерархически подчинённой: законопослушный гражданин располагается ниже депутата и представителя силовых структур.

Официальные СМИ и ведомства также подчёркивают ответственность владельцев. Пресс-службы МВД и Росгвардии регулярно напоминают, что оружие изымается при нарушении закона, и информируют об актуальных изменениях в сфере оборота оружия¹⁹⁵. Таким образом, публичный дискурс воспроизводит устойчивую двойственность: оружие является заслугой и одновременно тяжёлый «щитом нормы».

¹⁹³ Федеральный закон от 13.12.1996 № 150-ФЗ «Об оружии».

¹⁹⁴ Хамзаев предложил разрешить депутатам носить огнестрельное оружие // Российская газета. 2024. 19 июля. URL: <https://rg.ru/2024/07/19/hamzaev-predlozhit-razreshit-deputatam-nosit-ognestrelnoe-oruzhie.html> (дата обращения: 18.03.2026).

¹⁹⁵ Росгвардия напоминает владельцам о правонарушениях, которые приводят к лишению оружия // Официальный сайт Управления Росгвардии по Республике Саха (Якутия). URL: <https://14.rosguard.gov.ru/news/article/rosgvardiya-napominaet-vladelcam-o-pravonarusheniyax-kotorye-privodyat-k-lisheniyu-oruzhiya> (дата обращения: 18.03.2026).

В целом, законодательство и государственные нарративы устанавливают границы поля оборота оружия. В этом поле позиции игроков задаются нормами: от разрешения более компактных видов оружия с длиной ствола от 300 мм до права применения оружия в ситуации необходимой обороны. Габитус владельца формируется через повседневное применение этих правил. По логике М. Фуко, мы наблюдаем классическое нормализующее управление: государство не просто запрещает или разрешает оружие, а превращает владельцев в гражданские субъекты дисциплины (выдаёт лицензии, маркирует оружие, требует соблюдения процедур). Владельцы усваивают позицию законопослушного гражданина-защитника, активно поддерживающего нормы: сообщать о применении, не стрелять без предупреждения, соблюдать условия хранения.

Символически через поле оборота оружия собственная идентичность конвертируется в капитал. Владельцы оружия для спорта или охоты обладают разными стартовыми капиталами: спортсмену достаточно спортивной квалификации, чтобы получить право на приобретение и использование нарезного оружия; ветерану силовых структур – нормативно закреплённого статуса и государственной награды; депутату – имиджа охранителя, транслируемого в публичных интервью. Эти ресурсы повышают их социальный капитал как владельцев оружия. В то же время сама «элитарность владельца» поддерживается ожиданием соответствия идеальному образу соотечественника, спортсмена.

Проведённый анализ позволяет увидеть, что идентичность владельца гражданского оружия в России выстраивается преимущественно извне, через законодательные формулировки, ведомственные процедуры и публичные высказывания официальных лиц. Нормы Федерального закона «Об оружии» задают не только юридический статус, но и социальный типаж «законопослушного гражданина-защитника», встроенного в системы учёта, лицензирования и контроля. В концепции М. Фуко это соответствует логике нормализующей власти, которая производит субъекта через дисциплинарные техники: маркировку оружия, обязательство уведомления, пошлинные процедуры, криминалистические требования. Владелец предстаёт не столько автономным правообладателем, сколько точкой пересечения административных практик, поддерживающих его статус.

В совокупности российское оружейное поле демонстрирует согласованную работу двух механизмов: дисциплинарной нормализации, уравнивающей владельцев перед контролирующим лицом в виде государства, и символической стратификации, закрепляющей статусные различия между категориями «простого гражданина», «охотника», «спортсмена» и «служителя государства». Это формирует образ владельца оружия как фигуры одновременно контролируемой и наделённой капиталом: субъекта дисциплины и игрока символического поля.

Литература

Пьенкова 1996 – *Пьенкова А.В.* Понятие «габитус» в социологии Пьера Бурдьё // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11: Социология: Реферативный журнал. 1996. № 4. С. 27–34.

Фуко 2004 – *Фуко М.* Ненормальные: Курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1974–1975 учебном году / Пер. с фр. А.В. Шестакова; Предисл. В.Ю. Быстрова. СПб.: Наука, 2004. 432 с.

Управление репутацией организации
в условиях цифровой трансформации коммуникаций
и новых моделей медиапотребления

Дарья Д. Власова

студентка

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва

Научный руководитель: Мария В. Юрасова

канд. социол. наук, доцент

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, МГИМО МИД России, Москва

Аннотация. В статье исследуется трансформация управления репутацией организации в условиях цифровизации коммуникаций и изменения моделей медиапотребления. На основе теоретического анализа модели Ч. Фомбруна и эмпирического кейса НКО «Фонд борьбы с диабетом» выявлены ключевые проблемы интеграции бренда в цифровую среду, включая низкую идентификацию организации (23%) и неосведомлённость о её статусе (67%). Делается вывод о необходимости целостной коммуникационной стратегии, обеспечивающей согласованность сообщений на всех цифровых платформах для формирования устойчивой репутации.

Ключевые слова: управление репутацией, цифровая трансформация коммуникаций, новые модели медиапотребления, экономика внимания, некоммерческие организации, идентификация бренда, социальные медиа, репутационный менеджмент, цифровые платформы, доверие

В современной деловой среде, характеризующейся высокой скоростью распространения информации и доминированием цифровых каналов коммуникации, репутация организации трансформируется из абстрактного понятия в ключевой стратегический актив, напрямую влияющий на капитализацию компании и её долгосрочную устойчивость. Деловая репутация представляет собой синтетический конструкт, формирующийся под воздействием множества взаимосвязанных факторов: от качества производимых продуктов и услуг до восприятия социальной ответственности бизнеса, и его роли в общественном дискурсе. Как справедливо отмечает Л.С. Сальникова, позитивная репутация выступает важнейшим инструментом привлечения новых клиентов, повышения их лояльности и увеличения продаж, причём её влияние прослеживается как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе [Сальникова 2008, с. 8–15].

Теоретическое осмысление феномена репутации опирается на несколько фундаментальных подходов. В рамках теории игр репутация рассматривается как динамическая характеристика компании, позволяющая другим экономическим агентам прогнозировать её поведение и принимать обоснованные решения о сотрудничестве. Репутация в этом контексте выступает сигналом о намерениях компании, её стратегических приоритетах и готовности следовать взятым на себя обязательствам. Сигнальная теория, в свою очередь, акцентирует внимание на информационной асимметрии, присущей рыночным отношениям: потребители, инвесторы и партнёры не всегда обладают полной информацией о качестве продукции или надёжности компании, и именно репутация служит компенсаторным механизмом, снижающим неопределённость и повышающим уровень доверия [Сметанин 2005, с. 24–42].

Особого внимания заслуживает концепция ведущего эксперта в области репутационного менеджмента Чарльза Фомбруна, предложившего диагностическую модель, согласно которой репутация любой современной организации складывается из шести фундаментальных компонентов: эмоциональной привлекательности (насколько компания вызывает симпатию и доверие), качества продуктов и услуг (соответствие ожиданиям потребителей), финансовых показателей (устойчивость и инвестиционная привлекательность), видения и лидерства (способность определять тренды и вести за собой рынок), условий работы (привлекательность компании как работодателя) и социальной ответственности (вклад в решение общественно значимых проблем) [Fombrun, Van Riel 2004, р. 83–95]. В условиях цифровой трансформации каждый из этих компонентов приобретает новое измерение, становясь объектом открытого обсуждения, интерпретации и оценки со стороны множества стейкхолдеров, объединённых в сетевые сообщества.

Цифровая эпоха кардинально трансформировала коммуникационный ландшафт, в котором функционируют современные организации. Традиционная модель односторонней коммуникации, где компания выступала единственным источником информации о себе, уступила место многосубъектной модели, в которой формирование репутации происходит в результате сложного взаимодействия множества голосов: самих компаний, потребителей, экспертов, блогеров, журналистов, регуляторов и просто случайных пользователей социальных сетей. Медиапотребление сегодня характеризуется фрагментарностью, интерактивностью и высокой скоростью распространения контента: пользователи получают информацию из множества каналов, активно комментируют её, делятся собственным опытом и формируют коллективные оценки, которые в совокупности и создают репутационный профиль компании.

Особую роль в этом процессе играют цифровые платформы и социальные медиа, которые становятся пространством формирования горизонтальных связей между потребителями. Тематические сообщества, форумы, группы в мессенджерах и каналы блогеров превращаются в ключевые источники информации, которым пользователи доверяют зачастую больше, чем официальным коммуникациям компаний. В этих условиях доверие к бренду всё чаще опосредуется доверием к лидерам мнений, модераторам цифровых площадок и другим пользователям, чей опыт воспринимается как более аутентичный и релевантный. Компании утрачивают монополию на формирование собственного образа и вынуждены учиться работать в режиме постоянного диалога, оперативно реагируя на обратную связь и участвуя в обсуждениях, инициированных самими потребителями.

Проактивное управление репутацией в цифровой среде требует принципиально новых подходов и инструментов. Мониторинг социальных медиа и систем анализа тональности высказываний становится не просто вспомогательным, а необходимым условием понимания репутационных рисков и возможностей. Оперативная обратная связь, публичное признание ошибок и демонстрация готовности их исправлять, вовлечение аудитории в совместное создание контента – всё это формирует новую коммуникационную этику, в которой прозрачность и открытость становятся важнейшими репутационными капиталами. При этом критическое значение приобретает согласованность сообщений на всех цифровых платформах: рассогласованность между официальным сайтом, страницами в социальных сетях, отзывами на сторонних ресурсах и комментариями сотрудников

способна нанести серьёзный урон репутации, даже если каждый из элементов по отдельности выглядит безупречно.

Методология и эмпирическая база

Эмпирическую основу составляет исследование для некоммерческой организации «Фонд борьбы с диабетом», в рамках которого было проведено социологическое исследование, направленное на выявление особенностей восприятия бренда НКО участниками реализуемых ею проектов. Выбор данного кейса обусловлен несколькими факторами. Во-первых, некоммерческий сектор представляет собой особую сферу, где репутация играет критическую роль в привлечении ресурсов, волонтеров и благополучателей. Во-вторых, деятельность НКО в значительной степени опирается на цифровые коммуникации и социальные сети как основные каналы взаимодействия с аудиторией. В-третьих, специфика тематики (помощь людям с сахарным диабетом) предполагает высокую вовлечённость аудитории и активный обмен опытом в онлайн-сообществах, что делает этот кейс репрезентативным для изучения репутационных процессов в цифровой среде.

Методология исследования включала онлайн-анкетирование участников проектов фонда, а также анализ цифрового контента, связанного с деятельностью организации. Полученные данные выявили ряд существенных проблем в репутационной стратегии фонда, напрямую связанных с особенностями цифровых коммуникаций. Согласно результатам опроса, значительная часть аудитории воспринимает инициативы фонда как разрозненные события или отдельные активности в социальных сетях, не идентифицируя их с деятельностью конкретной некоммерческой организации. Только 23% респондентов оказались способными связать реализуемые проекты с их инициатором – конкретным фондом. Ещё более показательным является тот факт, что 67% участников проектов не осведомлены о том, что организация, реализующая эти проекты, является некоммерческой.

Эти результаты свидетельствуют о глубоком разрыве между коммуникационной стратегией фонда и особенностями медиапотребления его целевой аудитории. В условиях, когда пользователи взаимодействуют с брендом через множество цифровых точек контакта – посты в социальных сетях, рекламные объявления, упоминания в тематических сообществах, информационные рассылки, – отсутствие единой интегрированной коммуникационной стратегии ведёт к фрагментации восприятия. Аудитория видит отдельные сообщения и мероприятия, но не формирует целостного представления о миссии, ценностях и идентичности организации. Более того, в сознании участников проекты существуют сами по себе, вне связи с организацией, что делает практически невозможным формирование долгосрочной лояльности и накопление репутационного капитала.

Особого внимания заслуживает вопрос о восприятии организационно-правовой формы фонда. То, что две трети участников не идентифицируют организацию как некоммерческую, создаёт серьёзные риски для репутации. Некоммерческий статус обычно ассоциируется с особыми ценностями: бескорыстием, ориентацией на общественное благо, прозрачностью использования средств. Когда эта информация утрачивается в коммуникации, организация лишается важнейшего репутационного актива, который мог бы усиливать доверие и эмоциональную привлекательность бренда. Вместо этого фонд рискует восприниматься как очередной коммерческий проект, что в долгосрочной

перспективе снижает готовность аудитории поддерживать его деятельность и участвовать в его инициативах.

Спектр полезных активностей, которые респонденты хотели бы видеть, смещается от пассивных форматов (лекции – 24%, консультации – 48%) к интерактивным и технологичным (мобильные приложения – 40%, чат-боты – 30%), что показывает смещение вектора потребления информации от личных встреч/консультаций к онлайн-активностям.

Проведённый анализ позволяет сформулировать ряд выводов, имеющих значение не только для конкретного фонда, но и для понимания общих закономерностей управления репутацией в условиях цифровой трансформации коммуникаций.

Во-первых, цифровая среда создаёт принципиально новые условия для формирования репутации, которые требуют пересмотра традиционных подходов к коммуникации. Репутация сегодня не просто транслируется компанией, а конструируется в процессе множественных взаимодействий между различными стейкхолдерами, причём ключевую роль в этом процессе играют горизонтальные связи и обмен опытом между потребителями. Компании, игнорирующие эту реальность и продолжающие использовать односторонние модели коммуникации, неизбежно сталкиваются с разрывом между желаемым и фактическим образом.

Далее необходимо отметить, что современные тенденции медиапотребления характеризуются фрагментацией внимания и множественностью каналов получения информации. Пользователи взаимодействуют с брендом через различные цифровые платформы, и каждое такое взаимодействие вносит вклад в формирование общего впечатления. Отсутствие согласованности между этими точками контакта ведёт к размыванию идентичности бренда и снижению узнаваемости. В случае с НКО «Фонд борьбы с диабетом» именно этот фактор оказался критическим: проекты воспринимаются как разрозненные активности, а не как проявления единой миссии организации.

В-третьих, важнейшим условием эффективного управления репутацией в цифровой среде является интеграция бренда во все коммуникационные каналы и обеспечение согласованности сообщений на разных платформах. Это требует не только технической координации, но и глубокого понимания целевой аудитории, её информационных потребностей и моделей медиапотребления. Для НКО особое значение приобретает трансляция ценностных оснований своей деятельности, поскольку именно ценности и миссия выступают основой для формирования эмоциональной привлекательности и доверия.

Таким образом, успешное управление репутацией в современной деловой среде невозможно без учёта фундаментальных изменений в коммуникационной среде и моделях медиапотребления. Компании, стремящиеся к формированию устойчивой позитивной репутации, должны выстраивать целостную, интегрированную стратегию цифрового присутствия, основанную на глубоком понимании своей аудитории и обеспечивающую согласованность сообщений на всех платформах. Только такой подход позволяет превратить репутацию из пассивного актива в действенный инструмент достижения стратегических целей и обеспечения долгосрочной устойчивости организации. В условиях, когда доверие становится дефицитным ресурсом, а информация распространяется мгновенно, репутация оказывается не просто одним из факторов успеха, а фундаментальным условием выживания и развития в цифровой экономике.

Литература

Сальникова 2008 – *Сальникова Л.С.* Управление деловой репутацией в условиях современных рыночных отношений в России: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. М.: МГИМО, 2008. 28 с.

Сметанин 2005 – *Сметанин А.М.* Оценка гудвилла в принятии финансовых решений: Дис. ... канд. экон. наук. Волгоград, 2005. 208 с.

Fombrun, Van Riel 2004 – *Fombrun C.J., Van Riel C.B.* Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations. Upper Saddle River: FT Press? 2004. 273 p.

Электрификация общественного транспорта как инструмент символической модернизации города Москвы

Артемий М. Ледовский

студент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Научный руководитель: Наталья И. Белова

канд. социол. наук, доцент

Российский государственный гуманитарный университет, Москва

Аннотация. В статье рассматривается электрификация общественного транспорта города Москвы как один из элементов символической модернизации города. Анализируются внедрение электробусов и отказ от троллейбусов, а также развитие микромобильности как практики, которая формирует образ экологического и технологически продвинутого мегаполиса. Показывается, что транспортная реформа выполняет не только инфраструктурную, но и символическую функцию, влияя на общественное восприятие городской политики. *Ключевые слова:* городская мобильность, модернизация, электротранспорт, электробусы, микромобильность, электрификация, городской транспорт, социология города

С начала прошлого десятилетия Москва активно движется в сторону реализации масштабных программ по модернизации и обновлению городского общественного транспорта. Одним из ключевых новшеств стала активная электрификация: электробусы заменяют классические автобусы с двигателем внутреннего сгорания, развиваются сервисы кикшеринга, предлагая пользователям электросамокаты и электровелосипеды, а также запускаются новые виды общественного электрического транспорта. Эти процессы, в первую очередь позиционируются как шаг к формированию экологичного, технологичного и современного мегаполиса.

Но все эти новшества представляют собой не только инфраструктурные реформы. В социологическом смысле они могут рассматриваться как элементы символической политики, посредством которой конструируется образ городской среды. Транспорт становится не просто средством передвижения, но и инструментом репрезентации модернизационных достижений города.

В этой связи и возникает интерес к тому, в какой мере электрификация выступает символом модернизации и каким образом через транспортные реформы она формирует образ современного города. Поэтому целью данной статьи является анализ электрификации общественного транспорта Москвы как элемента символической политики и выявление противоречий между модернизацией инфраструктуры и её общественным восприятием.

Теоретические основания

Городское пространство в социологическом восприятии в первую очередь выступает не только как совокупность инфраструктуры, но и как символические образы, которые закрепляют представления граждан о желаемом образе будущего, развития и модернизации. Через различные архитектурные решения, транспортные проекты и публичные инициативы городские власти хотят эффективнее организовать повседневную

жизнь людей и сформировать у них образ города как современного и комфортного пространства [Вершинина, Курбанов 2017, с. 12–13; Лейбович 2012, с. 56–61].

Социология мобильности рассматривает транспорт как механизм организации социальных потоков, доступа к городским ресурсам и, следовательно, повседневных практик людей. Таким образом, все изменения в транспортной системе являются значимыми не только функционально, но и символически, поскольку будут менять само устройство города, его восприятие, направление развития и темп [Тысячнюк 2004, с. 201–205].

В случае Москвы электрификация общественного транспорта – это идеальный пример двойственной логики. С одной стороны, она связана с конкретным обновлением подвижного состава, переходом к экологичности и повышением комфорта передвижения. С другой же стороны, она выступает и как публичная демонстрация городской модернизации в целом и вектора развития. Слова подтверждаются и масштабами проведённых изменений. По данным Московского транспорта, в 2025 г. доля поездок на городском транспорте в столице достигла 70% от общего объёма перемещений пассажиров, а развитие новых электрических форм мобильности становится заметной частью городской повестки¹⁹⁸.

Электробусы как символ модернизации городского транспорта

Одним из наиболее значимых и заметных элементов транспортной модернизации в Москве стало появление электробусов. Замена дизельных автобусов на электрические модели позиционируется как шаг к снижению количества вредных выбросов в атмосферу, повышению комфорта передвижения и технологического обновления города. В публичных высказываниях властей в СМИ электробусы регулярно описываются как экологичный, инновационный «транспорт будущего». Особенно в повестке отмечаются его преимущества перед классическими автобусами, к примеру, отсутствие выхлопа, сниженный уровень шума и вибраций, современный дизайн салона и наличие цифровых сервисов (USB-разъёмы, информационные экраны, камеры видеонаблюдения), что демонстрирует представление о новом стандарте и качестве городского транспорта¹⁹⁹. В этом смысле они выполняют репрезентативную функцию, демонстрируя вектор развития города в сторону новых технологических решений и стандартов экологии. Эти доводы подкрепляются масштабами проведённых работ за последние годы. По официальным данным, к 2025 г. в Москве эксплуатируется более 2300 электробусов на 180 маршрутах, а к 2030 г. их количество планируется довести до 5,3 тысяч²⁰⁰. Подобный объём внедрения позволяет говорить уже о системной трансформации инфраструктуры, а не о локальном эксперименте. В СМИ часто подчёркивают лидерские позиции Москвы по электрификации городского транспорта в сравнении с другими странами Европы.

Стоит понимать, что даже символизм не отменяет материальных и организационных ограничений. У электробусов крайне высокая стоимость закупки, необходимость выстраивать зарядную инфраструктуру, рассчитывать климатические условия и всегда

¹⁹⁸ Данные по работе Московского транспорта. Московский транспорт. URL: https://transport.mos.ru/mostrans/for_journs/data (дата обращения: 17.03.2026).

¹⁹⁹ Электробусы Москвы. Московский транспорт. URL: <https://transport.mos.ru/transport/elektrobus> (дата обращения: 17.03.2026).

²⁰⁰ Собянин: Переход на электробусы позволил сократить выбросы загрязняющих веществ. Московский транспорт. URL: <https://www.mos.ru/mayor/themes/12504050/> (дата обращения: 17.03.2026).

учитывать меньший запас хода, по сравнению с обычными автобусами. Этот пример наглядно показывает, что демонстрация прогресса всегда имеет свою цену.

Отказ от троллейбусов и символический разрыв с прошлым

В контексте электробусов невозможно не затронуть тему ликвидации московского троллейбуса, после которой и началось их внедрение. Это также стоит рассматривать с точки зрения символической трансформации и модернизации города. Подобные изменения значимы потому, что городская инфраструктура несёт не только утилитарную, но и знаковую нагрузку, так как она закрепляет представления о времени, порядке и желательном образе будущего [Лейбович 2012, с. 60–61]. Отказ от одного устоявшегося вида транспорта для перехода к другому – это серьёзный и рискованный шаг для города.

В этом смысле можно рассматривать ликвидацию троллейбуса как некий переход от наследия прошлого в сторону будущего, символический разрыв с предыдущей моделью городской организации. Троллейбус всегда считался частью устоявшегося культурного и визуального образа Москвы, ассоциируясь с советской и постсоветской жизнью, потому его исчезновение неизбежно выходило далеко за пределы сугубо транспортной реформы и вызвало закономерную реакцию. Электробус был подан как более тихий, комфортный, а также визуально «чистый» вид транспорта, никак не связанный с контактной сетью и устаревшей инфраструктурой. Их внедрение сопровождалось аргументами о том, что таким образом повысится эффективность транспорта и переоформлением городского визуала. Удаление контактной сети, обновление подвижного состава и акцент на «инновационности» создали образ города, который отходит от материальных признаков прошлого и демонстрирует готовность к технологическому будущему.

Микромобильность и цифровизация городской мобильности

Если электробусы были связаны в первую очередь с модернизацией общего вида транспортной системы, то электросамокаты, как элемент городской микромобильности, представляли другой аспект – цифровизацию городской мобильности. Их широкое распространение стало связано не только с появлением совершенно нового средства передвижения, но и с внедрением платформенных сервисов, развитием мобильных приложений, систем геозон и идентификации пользователей. В этом смысле микромобильность способствовала развитию технологий «умного города».

Для понимания масштабов их интеграции в Москве, по данным Департамента транспорта, в 2024 г. в городе функционировали десятки тысяч электросамокатов, а число поездок исчислялось миллионами²⁰¹. Исходя из таких цифр, можно сделать вывод, что электросамокаты стали неотъемлемой частью городской мобильности, как визуально, так и в повседневной жизни.

В символическом плане самокаты выступают как знак того, что городская жизнь становится всё более быстрой и гибкой, как и жизнь людей. Они ассоциируются с быстрым передвижением при первой необходимости, со свободой выбора направления и возможностью сократить своё время из точки А в точку Б. Такая же логика транспорта «последней мили» прослеживается и в проведённых автором интервью с горожанами, которые используют этот вид транспорта на постоянной основе. С целью выявления мнения

²⁰¹ Данные о развитии сервиса аренды электросамокатов. Московский транспорт. URL: https://transport.mos.ru/mostrans/all_news/120001 (дата обращения: 17.03.2026).

о повседневном использовании электросамокатов были проведены интервью с постоянными пользователями. Один из информантов отмечал:

Это быстрый способ передвижения. Он может быть даже быстрее, чем машина в некоторых моментах. Так куда-либо добраться. Там если ехать мне 20 минут, я лучше сяду на самокат и еду, чем на машине. Потому что там могут быть пробки и так далее²⁰².

Другой участник описывал самокат как решение проблем расстояния:

Ты сел на электросамокат и доехал там вместо 25 или 30 минут пешком, ты доехал за 15. Ты сократил это время. То есть это небольшое расстояние, но при этом тебе его комфортнее на чем-то проехать, чем пройти²⁰³.

При этом результаты интервью показали, что образ удобного и быстрого транспорта пересекается с частым упоминанием проблем с безопасностью, нехваткой выделенных дорожек для передвижения и частыми конфликтами с пешеходами. Как отмечал один из информантов:

То, что люди просто не знают, как правильно ими пользоваться, как на них нужно ездить. Из-за этого очень много просто аварий... Многие люди просто боятся. Вот он пролетает рядом. Человеку страшно может быть с этого²⁰⁴.

Другой информант сказал:

У нас нет дорожек, то есть они есть в центре, но их явно не хватает²⁰⁵.

В этом примере есть явные противоречия. С одной стороны, электросамокаты включают в себя образ быстрого и гибкого средства передвижения. А с другой, повседневный опыт его использования показывает, что техническая новизна сама по себе не исключает проблем между участниками движения. В отличие от электробусов, встроенных в централизованную систему управления городским транспортом, микромобильность требует постоянного регулирования, контроля и адаптации инфраструктуры под новые реалии.

Таким образом, рассматривая все примеры, можно увидеть, что электрификация городского транспорта Москвы развивается по двум направлениям. С одной стороны, это действительно демонстрация обновления городской инфраструктуры, повышение комфорта и внедрение новых решений. А с другой, через новые виды транспорта это демонстрация людям того, что город идёт в экологичное, цифровое и технологичное будущее, за которым они должны последовать и оставить прошлое в прошлом. Но у всего есть своя цена, и у подобных мер тоже. Во-первых, резкие шаги по изменению привычных элементов города и внедрение новых могут негативно сказаться на отношении к городским

²⁰² Архив автора. Интервью № 2.

²⁰³ Архив автора. Интервью № 9.

²⁰⁴ Архив автора. Интервью № 2.

²⁰⁵ Архив автора. Интервью № 7.

властям. Во-вторых, такие реформы – это постоянная борьба с техническими проблемами и несовершенством инфраструктуры.

Электробусы закрепляются в качестве нового знака качества для города, но их внедрение требует очень дорогой инфраструктуры и не снимает всех эксплуатационных ограничений. Отказ от использования троллейбусов можно назвать шагом в будущее и отходом от привычного, но устаревшего вида транспорта, однако многие воспринимают такой ход как вытеснение части культурного наследия столицы. В свою очередь, электросамокаты стали прорывным новым видом общественного транспорта, дав населению возможность быстрого и дешёвого перемещения из точки А в точку Б. Но между общей концепцией и реальным повседневным опытом существует разрыв. После проведения интервью с пользователями были выявлены серьёзные проблемы с безопасностью и дискомфортом передвижения.

После рассмотрения видов московского электротранспорта можно сделать вывод, что транспортные изменения и реформы стали связаны не только с модернизацией городского передвижения, но и с созданием принципиально нового образа современного мегаполиса. Затронутые в этой статье примеры наглядно показали, как именно городские власти выстраивают образ города, стремящегося в будущее и задающего собственные представления о комфорте, векторах развития и влиянии этих изменений на население.

Перечисленные выше факторы носят разный характер, некоторые демонстрируют обновление транспортных систем, другие являются показателем цифровизации городской среды и внедрения приложений в создающуюся систему «умного города», третьи являются посылом людям задуматься об изменениях в собственной жизни, чтобы соответствовать течению городской среды и не отставать от неё. Поэтому анализ городской мобильности является необходимым для исследования того, как транспортные реформы выступают в роли процесса переустройства города, общества и социальной среды, где новейшие технические решения, управление городом и повседневный опыт населения тесно переплетаются между собой.

Литература

Вершинина, Курбанов 2017 – *Вершинина И.А., Курбанов А.Р.* Социально-политические трансформации в контексте урбанистики: символические функции городского пространства // Вестник Пермского университета. Политология. 2017. № 2. С. 12–17.

Лейбович 2012 – *Лейбович О.Л.* Символическое пространство большого города // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2012. № 3. С. 52–62.

Тысячнюк 2004 – *Тысячнюк М.С.* Мобильная социология Джона Урри // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. 7. № 4. С. 200–208.

Наши авторы

Айрапетян Арина Арменовна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
Stinson1357@gmail.com

Алиева Эльмира Пахливановна
студент, 5-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
elmira.alieva2014@yandex.ru

Батурина Виктория Павловна
студент, 3-й курс, Национальный
исследовательский университет «Высшая
школа экономики», г. Санкт-Петербург,
viktoriabejker@gmail.com

Бондарева Валерия Вадимовна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
lerysikbond@gmail.com

Власова Дарья Дмитриевна
студент, 3-й курс, Московский
государственный университет имени
М.В. Ломоносова, г. Москва,
vvlasovadaria@yandex.ru

Воронина Анастасия Михайловна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
nastil.da@yandex.ru

Гартман Влада Сергеевна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
ladartman@mail.ru

Демезюк Анжелика Александровна
студент, Забайкальский государственный
университет, г. Чита
demezyuka@mail.ru

Жидких Матвей Сергеевич
студент, 3-й курс, Финансовый
университет при Правительстве
Российской Федерации, г. Москва,
mszhidkikh@fa.ru

Журкина Екатерина Дмитриевна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
gurkinakd@gmail.com

Забелина Екатерина Николаевна
аспирант, 1-й курс, Тверской
государственный университет, г. Тверь,
inrussianfield@yandex.ru

Зими́на Алиса Алексеевна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
ilymblol@gmail.com

Ижукова София Владимировна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
sssoncha18@gmail.com

Ильясов Ростислав Ярославович
аспирант, 1-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
raivani@mail.ru

Инсапова Индира Наилевна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
indirainsapova@mail.ru

Кириченко София Михайловна
студент, 3-й курс, Научно-
исследовательский университет «Высшая
школа экономики», г. Санкт-Петербург,
smkirichenko@edu.hse.ru

Кривопустова Анастасия Геннадьевна
магистрант, 2-й курс, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург,
anastasiakrivopustova472@gmail.com

Кровякова Арина Александровна
студент, Научно-исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва,
arinakrovakova8@gmail.com

Кудасова Ульяна Денисовна
студент, 2-й курс, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва,
242370@edu.fa.ru

Кузьмина Анастасия Алексеевна
соискатель, Иркутский государственный университета, г. Иркутск
kuzminanastya1998@gmail.com

Ледовский Артемий Михайлович
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
ledohod2004@list.ru

Лютая Александра Максимовна
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
lutaasasa71@gmail.com

Мальшаков Артем Андреевич
магистрант, 2-й курс, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва,
malshakovartem162002@gmail.com

Мордвинцева Яна Евгеньевна
магистрант, 2-й курс, Московский педагогический государственный университет, г. Москва,
yana.mordvinceva@mail.ru

Начинкин Алекс Сергеевич
студент, 4-й курс, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва,
225389@edu.fa.ru

Никитина Арина Александровна
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
nikitina.ognu@yandex.ru

Овсянников Ян Витальевич
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
ian.ovs999@gmail.com

Павлова Алина Юрьевна
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
pavlovaau791@gmail.com

Пасечник Кирилл Игоревич
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
ruvia228@gmail.com

Перский Григорий Леонидович
студент, 3-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
grishadlya@yandex.ru

Русанова Мария Васильевна
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
ru.masha85@mail.ru

Рыльцова Мария Константиновна
студент, 4-й курс, Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва,
mkrmkr2004@gmail.com

Сагань Татьяна Анатольевна
студент, 3-й курс, Финансовый
университет при Правительстве
Российской Федерации, г. Москва,
tasagan@fa.ru

Садовникова Юлия Вячеславовна
магистрант, 1-й курс, Санкт-
Петербургский государственный
институт психологии и социальной
работы, г. Санкт-Петербург,
ashka-s@list.ru

Сидорова Ксения Вячеславовна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
ks-sid14@mail.ru

Соколовская Эвелина Андреевна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
kkdsdn@mail.ru

Суетина Анна Олеговна
студент, 4-й курс, Научно-
исследовательский университет «Высшая
школа экономики», г. Санкт-Петербург,
aosuetina_1@edu.hse.ru

Тихонов Кирилл Андреевич
студент, 2-й курс, Южный федеральный
университет, г. Ростов-на-Дону,
kirilltikhonov206@gmail.com

Халимов Искандарджон Самандарович
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
ihalimov96@gmail.com

Цыганова Виктория Андреевна
студент, 4-й курс, Московский
государственный лингвистический
университет, г. Москва,
vika.tsyganova@gmail.com

Чилая Лиана Гиевна
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
frommywindow1@list.ru

Шастин Сергей Сергеевич
студент, 4-й курс, Российский
государственный гуманитарный
университет, г. Москва,
sergeyshastin28@mail.ru

Шмидт Валерия Викторовна
студент, Российская академия народного
хозяйства и государственной службы при
Президенте РФ, г. Москва
val2004schmidt@gmail.com

Научное электронное издание

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ НАРРАТИВ 2026

30×25: мыслительный коллектив

в студенческом измерении

Сборник статей по материалам
XXV Всероссийской научной конференции
студентов и аспирантов

Оригинал-макет подготовлен
на социологическом факультете РГГУ

*Рекомендовано к публикации
Редакционно-издательским советом РГГУ*

Подписано к использованию 17.08.2026

Уч.-изд. л. 16,0

Заказ № 2415